AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

UNEC

II INTERNATIONAL POSTGRADUATE CONFERENCE ON ECONOMICS AND MANAGEMENT

29-31 MAY 2020

AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS
INTERNATIONAL CENTER FOR GRADUATE EDUCATION

IMPORTANT DATES

Full paper submission deadline	**01.04.2020**
Announcement of accepted papers	**25.04.2020**
Registration deadline for participants	**10.05.2020**
Announcement of conference program	**20.05.2020**
Conference date	**29-31.05.2020**

OFFICIAL LANGUAGES | Azerbaijan | Turkish | English | Russian

conferences.az | unecbmdm | unecbmdm | info@conferences.az | +994124406632

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI

29 – 31 May 2020

BAKI / AZƏRBAYCAN

II. INTERNATIONAL POSTGRADUATE CONFERENCE ON ECONOMICS AND MANAGEMENT

II. İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI

EDITOR / REDAKTOR

Assoc. Prof. Fariz AHMADOV

PhD. C. Ilkin MAMMADOV

BAKU – 2020

AZƏRBAYCAN
DÖVLƏT
İQTİSAD
UNİVERSİTETİ

UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI

29 – 31 May 2020

BAKI / AZƏRBAYCAN

II. INTERNATIONAL POSTGRADUATE

CONFERENCE ON ECONOMICS AND MANAGEMENT - 2020

Responsibility of the contents belong to the authors

ISBN

Copyright © 2020, II. INTERNATIONAL POSTGRADUATE CONFERENCE ON ECONOMICS AND MANAGEMENT – 2020

All rights reserved by Conference

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form by means, electronic or mechanical, including photocopy, or any information storage and retrieval system, without permission from the Publisher.

Online Publication: 20th November, 2020

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI

29 – 31 May 2020

BAKI / AZƏRBAYCAN

Honorable Committee / Konfransın Fəxri Sədri

Prof. Dr. Adalat Muradov, Azerbaijan State University of Economics

Head of Conference / Konfransın Sədri

Assoc. Prof. Dr. Fariz Ahmadov, Azerbaijan State University of Economics

Coordinator of Conference / Konfransın Koordinatoru

Res.Assist İlkin Mammadov, Azerbaijan State University of Economics

Organizing Committee / Təşkilat Komitəsi

- Ilgar Seyfullayev – Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Sevinj Mammadova - The George Washington University - USA
- Ilhan Ege – Mersin University – Turkey
- Abdülmecit Nuredin - International Vision University - North Macedonia
- Elvin Alirzayev – State Custom Comittee Academy - Azerbaijan
- Sannur Aliyev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Samira Shamkhalova - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Tay Sook Muay – NSU – Singapore
- Mirzana Pašić Kodrić – University of Sarajevo - Bosnia and Herzegovina
- Suqra Humbatova - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Luca Traian Lonut - Babeș-Bolyai University – Romania
- Kamala Nadjafova - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Zekai Özdemir – İstanbul University - Turkey
- Aygun Abdulova – Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Arash Samadi – University of Tehran - Iran
- Sevinj Omarli - Corvinus University of Budapest – Hungary
- Elvin Mammadov- Central University of Finance and Economics - China
- Matanat Hajizade - Corvinus University of Budapest – Hungary
- Ebrima Gomez - University of Illinois Springfield – USA
- Tofiga Huseynova – Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Laman Guliyeva - Università Ca' Foscari Venezia – Italy
- Faiza Bashir - Government College for Women Township – Pakistan
- Aygun Alakbarova – Leopold – Franzens – Universitât Innsbruck – Austria
- Rashed Jahangir - Center for Management and Development Research – Bangladesh
- Fatima Aliyeva – Akdeniz University - Turkey
- Leyla Guliyeva - The Huazhong University of Science and Technology – China
- Mostafa Kamar - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Nihal Mirzaliyev – Istanbul University – Turkey
- Nijat Hajikhanov – University of Luxembourg - Luxembourg
- Tahmasib Alizadeh - Jena University – Germany
- Fatima Aghayeva – University of Barcelona - Spain
- Nazrin Bayramli – University of Warszawa – Poland

- Darshana Gurung - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Angana Malla - University of West England – Great Britain
- Saida Khalil - Isag European Business School – Portugal
- Fidan Safarova – Siegen University – Germany
- Farid Jabbarli – Azerbaijan Tourism and Management University - Azerbaijan
- Oruj Maharramli – National Research University Higher School of Economics – Russia
- Gunel Karimli – Mıngachevır State University – Azerbaijan
- Ikram Jabrayilov – Baku State University – Azerbaijan
- Rauf Mammadov – Baku Enginering University - Azerbaijan

Editorial Board/ Scientific Committee/Elm Komitəsi

- Prof. Yashar Kalbiyev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Prof. David Crowther-De Montford University-Great Britain
- Prof. Recai Coshkun - Bakircay University - Turkey
- Prof. Stephen P. Harmon - Georgia State University - USA
- Prof. Ali Tas - Sakarya University - Turkey
- Prof. Michele Biasutti - Padova University - Italy
- Prof. Lütfihak Alpkan - İstanbul Technical University - Turkey
- Prof. William W. Cobern - Western Michigan University - USA
- Prof. Yadulla Hasanli - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Prof. Remzi Altunisik - Sakarya University - Turkey
- Prof. Carlos Sousa de Reis - Coimbra University - Portugal
- Prof. Cemal Zehir - Yildiz Technical University - Turkey
- Prof. Becet Broshori - Prishtina University - Kosova
- Prof. Rasim Hasanov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Prof. Adalberto A. Fischmann - Sao Paulo University - Brasil
- Prof. Muhsin Halis - Kocaeli University – Turkey
- Prof. Sakit Yagubov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Prof. Ege İlhan - Mersin University - Turkey
- Prof. Zahid Mammadov – Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Prof. Murat Tash - San Antonio College - USA
- Prof. Elnur Sadigov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Prof. Jae-Woong Byun - Keimyung University – South Korea
- Prof. Osman Titrek - Sakarya University - Turkey
- Prof. Ayshe Tansel Cetin - Yalova University - Turkey
- Prof. Malcolm Hoare - Leicester Castle Business School – Great Britain
- Assoc. Prof. Anar Rzayev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Mohamed Johdi Salleh - International Islamic University - Malaysia
- Assoc. Prof. Geray Musayev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Christer Ohlin - University of Kristianstad - Sweden
- Assoc. Prof. Mikayıl Zeynalov - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan

- Assoc. Prof. Elsevar Guliyev - Azerbaijan State Agricultural University - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Asiman Guliyev - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Assoc. Prof. Luisa Esteban - University of Zaragoza - Spain
- Assoc. Prof. Shahin Bayramov - Mingacevhir State University - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Aliagha Ismayilzade - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Pablo García Sempere - University of Granada - Spain
- Assoc. Prof. Adil Huseynov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Arslan Bayram - Artvin Coruh University - Turkey
- Assoc. Prof. Hamid Hamidov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Hana Myslivečková - Palacky University – Czech Republic
- Assoc. Prof. Aytan Huseynli - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Assoc. Prof. Begahmet Abuseytov - Ahmet Yesevi University - Kazakhstan
- Assoc. Prof. Ragif Gasımov - Azerbaijan State University of Economics – Azerbaijan
- Assoc. Prof. Ogtay Guliyev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Assoc. Prof. Davranbek Yuldashev - University of Economy and Enterprise - Kyrgyzstan
- Assist. Prof. Nurhodja Akbulayev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Dr. Shahriyar Mukhtarov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Dr. Habibullah Habib - Kabul University - Afghanistan
- Dr. Neman Muradli - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Dr. Slawomir Krzychala - University of Lower Silesia - Poland

CONFERENCE SECRETARY

- Sevda Huseynova - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Roya Sultanova - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Samir Aghayev - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Basira Babayeva - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Gulnar Mammadova - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Gismat Gafarli - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Gulmira Garayeva - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Lamiya Yusifli - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Fidan Habibli - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Rukshara Mammadzadeh - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan
- Baba Mammadov - Azerbaijan State University of Economics - Azerbaijan

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI

29 – 31 May 2020

BAKI / AZƏRBAYCAN

CONTENT / MÜNDƏRİCAT

Müəllif	*Məruzə*	Səhifə
Sahil Murtuzayev	*Global Böhranlar Və Onlardan Xilas Olmanın Xərcləri: Yeni Bir Böhran Qapıdadırmı?*	**1**
Bəhruz Ələkbərov	*Qlobal Maliyyə-Valyuta Arxitekturasında Yeni Valyuta Sisteminin Yaranması Zərurəti*	**9**
Elvin Tağıyev	*Beynəlxalq Valyuta Bazarının Əməliyyat Xüsusiyyətləri*	**18**
Ülfət Paşayev	*Qloballaşan Dünyada Rəqabət Siyasəti Və İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələr*	**25**
Rüzalə Məmmədova	*Marketinq Kompleksində Müasir Dəyişikliklər və Əlavələrin Tədqiqi*	**33**
Arif Hacıyev	*Reklam Fəaliyyəti Və Azərbaycanda Reklam Fəaliyyətinin Təşkili*	**39**
Cavid Vəlizadə	*Müasir İnnovasiya Mühiti Şəraitində Müəssisənin Marketinq Fəaliyyətinin İdarə Edilməsi*	**46**
Kənan Muradov	*Reklamın İqtisadiyyata Və Biznes Mühitinə Təsirləri*	**55**
Lamiyə Güləhmədova	*Reklamın Formalaşmasında İnformasiya Texnologiyalarından İstifadə Olunması İstiqamətləri*	**64**
Vüqar Abbasov	*Büdcənin Neft Gəlirlərinə Maliyyə Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi*	**70**
Fəridə Şıxəliyeva	*Büdcə-Vergi Siyasətinin Həyata Keçirilməsinin Məqsəd Və Vəzifələri*	**79**
Aytəkin Davudlu	*Azərbaycanda Dövlət Maliyyə Nəzarətinin Təşkilatı Strukturunun Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi*	**86**
Cabbar Hüseynli	*Dövlət Borcunun İdarə Edilməsinin Əsas Üsulları*	**94**
Ramin Qarayev	*Azərbaycanda Qeyri-Neft Sektoruna İnvestisiya Qoyuluşu Qərarlarının Qəbulu Mexanizminin Mövcud Vəziyyəti*	**101**
İsmət Ağamirzəyev	*Startaplara İnvestisiya Qoyuluşlarının Həyata Keçrilmə Mərhələlərinin Təhlili*	**109**
Anar Allahverdiyev	*İnvestisiyaların Səmərəliliyinin Statistik Qiymətləndirilməsi Və Təhlili Üsulları*	**118**
Elgün Almazov	*Bərpa Olunan Enerji Sahəsində Tədqiqat Və İnkişaf Sektorunun Rolu Və İnvestisiya Qoyuluşlarının İqtisadi Əhəmiyyətinin Qiymətləndirilməsi*	**127**
Nərmin Əmiraslanova	*Kiçik İnnovativ Sahibkarlığın İnkişafının Elmi Əsasları*	**135**
Aytəkin Verdiyeva	*Milli İqtisadiyyatın İxrac Potensialı Və İnkişaf İstiqamətləri*	**142**
Aydan Əlili	*Dünyada Və Azərbaycanda İxrac Potensialının Yüksəldilməsi Və Onların İnkişafına Təsir Göstərən Amillər*	**149**
Sənan Kərimov	*Xüsusi İqtisadi Zonaların Fəaliyyətinin Sosial-İqtisadi Təsir Effektləri*	**156**
Novruzov Razi	*Qeyri-Neft Sektorunun İxrac Potensialının Qiymətləndirilməsi*	**163**
Kərim Ağayev	*Qloballaşma və Yoxsulluq Əlaqəsinə Nəzəri Baxışlar*	**172**
Aytən Mustafalı	*Vergi Rejimləri Və Onların Tətbiqi*	**179**
Gülnaz Məmmədli	*Vergi Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi Metodları*	**186**
Allahverdizadə Samayə	*Azərbaycanda Vergi Yükünün İqtisadi Artıma Təsiri*	**194**
Oruj Maharramli	*Impact Of Macroeconomic Variables On Credit Risk: Empirical Evidence From Turkish Commercial Banks*	**200**
Güllü Bayramova	*Shareholders Wealth Maximization: Objective of Financial Management Revisited*	**219**
Çakal Nərmin	*Use of Derivatives in Corporate Finance Management*	**227**
Imranlı Şükufə	*Asset Management in Financial Institutes: Performance Evaluation*	**235**
Dadaşov Əbdülrəhim	*Expansion Perspectives of Record Keeping Application İn The Efficient Financial Management of Farms*	**246**
Aygül Quluzadə	*Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Davranışsal Önyargıların İncelenmesi – Aşırı Güven Faktörü*	**253**
Aysel Hüseynova	*Kar Dağıtımının Hisse Senedi Değeriyle İlişkisi: BİST Gida Sektörü Üzerine Bir Uygulama*	**261**
Mirhüseyn Mövsümzadə	*Sermaye Yapısı ve Karlılık İngiltere`de KOBİ`lerin Amprik Analizi*	**267**

Mehrab Kərimli	*Covid-19 Pandemisinin Dünya Ekonomisi Üzerinde Etkisi*	**272**
Yunis Abbasov	*Выявление И Предотвращение Фальсификации Финансовой Отчетности*	**277**
Perviz Axundov	*Проблемы, Сдерживающие Механизм Внедрения Финансового Планирования На Промышленных Предприятиях*	**286**
Mayya İsmayılova	*Вопросы Оценки Активов И Обязательств По Справедливой Стоимости*	**293**
Qismət Qəfərli	*Vergilərin Tarixi Əhəmiyyəti Və Dövlət Büdcəsinə Təsirinin Qiymətləndirilməsi*	**301**
İlahə Nəsibzadə	*Fiskal Siyasətin İqtisadi Fəaliyyətlər Üzərindəki Təsirlərinin Azərbaycan Makroiqtisadiyyati Baxımından Qiymətləndirilməsi*	**307**
Fatimə Bağırova	*Kiçik Və Orta Sahibkarlığda Verginin Təkmilləşdirilmiş İstiqamətləri*	**317**
Ceyhun Səmədov	*Azərbaycan Respublikasında Daxili Audit Xidməti Bazarının Formalaşması*	**325**
Gülnar Məmmədova	*Xidmət Marketinqində Xidmətin Keyfiyyəti Və Müştəri Məmnuniyyəti: Banklarda Tətbiqi*	**334**
Nigar Quluzadə	*Müəssisəsinin Kommersiya fəaliyyətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi*	**341**
Sərhad Tağıyev	*Qeyri-Kommersiya Marketinqinin Nəzəri Aspektləri*	**347**
Səadət Əliyeva	*Reklam Vasitələrindən İstifadə Strategiyalarının Təkmilləşdirilməsi İstiqamətləri*	**351**
Cavahir Mustafayeva	*Müasir Dövrdə Reklam Menecmentinin İnkişaf Yollarinin Tədqiqi*	**358**
Toğrul Şıxlı	*Ölkəmizdə Milli Hesablar Sisteminin Müasir Vəziyyəti Və İstiqamətləri*	**367**
Ülvi İsgəndərov	*Azərbaycan Respublikasında Bankların Müasir Vəziyyəti Və Onların İnkişaf İstiqamətlərinin Statistik Tədqiqi*	**374**
Əhməd Hümbətov	*Müəssisələrin Maliyyə Risklərinin Ekonometrik Qiymətləndirilməsi*	**383**
Afaq Hüseynli	*Qiymətli Kağızlar Bazarı Statistikasının Göstəricilər Sistemi*	**392**
Fidan Cahangirova	*İnsan Resursları İdarəetməsini Təkmilləşdirmək Üçün Analitikadan İstifadə*	**399**
Zaur Rəsulov	*Gənc Mütəxəssislərin İşgüzar Karyerasının İnkişafı Problemləri*	**408**
Elvin Qurbanov	*Müasir Şəratdə İnsan Resurslarının Formalaşması Prosesi, Onun Əsas Xüsusiyyətləri Və Amilləri*	**416**
Xəyalə Xəlilova	*İnsan Resurslarının İdarə Edilməsində Motivasiya Məsələləri*	**423**
Nərmin Mehtiyeva	*İnsan Resurslarının Mahiyyəti və Sənaye Müəssisələrində Onun İdarə Edilməsinin Nəzəri Əsasları*	**429**
Fəridə Şxıyeva	*Uluslararası Ticaret Teorilerinin Analizi*	**437**
Mətin Musayev	*Uluslararası Pazarlara Girişte Ortaya Çıkan Engeller*	**445**
Nurtən İsmayılova	*Implementations and Challenges of IFRS on Azerbaijan Industry*	**453**
Nicat Zeynalov	*Personel Güçlendirmenin Çalışan Memnuniyyeti Ve Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisi*	**461**
Nurtən Əliyeva	*Türkiyenin İhracata Yönelik Sanayileşmesi Ve Teşvik Uygulamaları Örneğiyle Azerbaycanın Mukayesesi*	**467**
Kamran Abdullayev	*Uluslararası Pazarlamada Konumlandırma Stratejileri*	**476**
Vüqar Quliyev	*Global Pazarlarda İlişkisel Pazarlama Ve Sadakat Programının Etkinliği*	**484**
Şahab Cəfərov	*Avrupa Birliyinde Uluslararası Pazarlamanın Yerli Tüketicilerin Açısından Durumu*	**493**
Rüfət Rəsul	*Sosyal Medya Ve Sosyal Medya Pazarlaması*	**499**
Bənövşə Qəmbərova	*Azərbaycanda Investisiya Mühiti Və Dövlət Tənzimlənməsinin Müasir Vəziyyəti*	**506**
Telman Hacıyev	*Milli İqtisadiyyatın İnkişafının Müasir Mərhələsində Birbaşa Xarici İnvestisiyaların Cəlb Edilməsinin Zəruriliyi Və Əhəmiyyəti*	**511**
Kənan Məmmədov	*Milli İqtisadiyyatın Təhlükəsizlik Problemləri*	**518**
Jalə Şəfizadə	*Azərbaycan Respublikasında İqtisadi Artımın Təmin Edilməsində Dövlət Siyasətinin Əsas İstiqamətləri*	**526**
Gülmira Qarayeva	*Azərbaycanın Turizm Bazarında İstehlakçı Davranışlarının Stimullaşdırılması*	**533**
Elvin Əliyev	*Gəncə-Qazax Regionunda Turizmin Mövcud Vəziyyəti*	**540**
Tamerlan Qarağözov	*Azərbaycan Müstəqillik Əldə Etdikdən Sonra Turizmin İnkişafının Xüsusiyyətləri*	**547**

Emin Həsənov	*Azərbaycan Respublikamizin Cənub Regionunda Turizm Və Rekreasiya Ehtiyatlarının İdarə Edilməsinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili*	**554**
Nigar Əsədli	*Turizm Sektorunda Reklamin Rolu Və Marketinq Strategiyalari*	**562**
Cavid Əhmədli	*İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrdə Enerji Tələbinə Təsir Edən Amillərin Azərbaycan Enerji Bazarında Tədqiqi*	**566**
Camulla Qənbərov	*Azərbaycanda Alternativ Enerji Mənbələri: Mövcud Vəziyyət Və Əsas Prioritetlər*	**572**
Novruz Əhmədov	*İstehsalın Enerji İlə Təchizatında Alternativ Variantlardan İstifadənin Səmərəliliyi*	**577**
Arzu Əliyeva	*Dünya Üzrə Uşaq Əməyindən İstifadənin Sosial-İqtisadi Əsasları*	**585**
Fəqan Eyvazov	*Xidmətlərin Sosial-İqtisadi Mahiyyəti*	**592**
Bəxtiyar Zeynalov	*The Impact of Internet Banking on The Use of Banking Services*	**600**
Sübhan Rəhimov	*Relationship Between Investment, Banking and Credit Assessment*	**608**
Ahmed Abdul Hakim Said	*Banks and General Principles Of The Lebenese Banking System*	**616**
Seljan Gaffarly	*How Does Technological Innovation in The Banking Sector Help in Strategic Management*	**624**
Rahimov Nurlan	*What Company Should Not Do in Next Banking Crisis*	**632**
Fəqan Qarayev	*E-Ticaretin Müşteri Faydasında Rolü Ve İnternet Yaygınlılığı Azerbaycan Durumu: Olasılıklar Ve Zorluklar*	**640**
Faiq Məmmədov	*Araştırma Yönümlü Üniversite Modeli Kapsamında Üniversite Araştırma Merkezlerinin Markalaştırılmasına Yönelik Çalışma – UNEC Örneğinde*	**648**
Şəhanə İsmayılzadə	*Markanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerinde Etkisi*	**656**
Aytac Yusifzadə	*E-Ticaret Ve Çevrimiçi Alışveriş Zamanı Tüketici Satınalma Davranışlarını Etkileyen Faktörler*	**662**
Songül Əhmədova	*Tüketici Güvenin Belirleyicileri Ve Girişimci Ilişkide Rolü*	**671**
Аббасова Фидан Эльнара Самедова	*Международный Опыт Механизма Кредитования Бизнес Проектов*	**679**
Камилла Рафиева	*Общемировые Тренды Банковских Инноваций И Их Внедрение В Азербайджане*	**686**
Малик Селимханов	*Анализ Банковских Рисков И Управление Ими В Рыночной Экономике*	**693**
Fidan Mahmudzadə	*Strateji İdarəetmədə Stratejik İnnovasiya*	**700**
Abbasova-Zeynalova Nuranə	*Texnoparkların Yaradılması Təcrübəsi*	**706**
Vadim Əhmədov	*Sisteminin Səmərəliliyinin Artırılması*	**712**
Rövşən Baxışlı	*Müəssisələrdə ERP Sistemlərinin Tətbiqi Və Faydaları*	**719**
Pərvin Kərimxanlı	*Müasir Təşkilatlarda Dəyərlər Və İdarəetmə Prinsiplərinin Formalaşması*	**727**
Lamiyə Yusifli	*Strateji Qərarların Qəbulunda Müasir Metodların Tətbiqinin Rolu*	**733**
Xumar Çələbili	*Rəqabət Nəzəriyyələri Və Rəqabət Mühiti Anlayışının Nəzəri Əsasları*	**738**
Soltan Muradov	*Beynəlxalq Təşkilatların Dağlıq Qarabağ Ərazisində Aparılan Siyasi Biznesə Münsaibəti*	**745**
Fidan Mahmudlu	*Təşkilatda Liderin Rolu*	**752**
Məhəmməd İbişov	*Strateji İdarəetmə Anlayışı Və Tətbiqi Üstünlükləri*	**759**
Nərmin Qarayeva	*Rol Çəkişməsi Və Rol Məlumatsızlığının İnsan Resursları Performansına Təsiri Mövzusuna Dair Araşdırma*	**767**
Zeynəb Həsənova	*Azərbaycanda Fəaliyyət Göstərən Müəssisələrdə İşdən Soyumanın İşçilərin Performansına Təsirinin Ölçülməsi Və Qiymətləndirilməsinə Dair Araşdırma*	**777**
Eltun Eyvaz-zadə	*Azərbaycanda İnsan Resurslarının İdarəedilməsində İnnovativ Yanaşmaların Tətbiqi Xüsusiyyətləri*	**784**
Firuzə Cəfərova	*Ölkəmizdə Neft Emalı Müəssisələrində Heyətin İdarə Edilməsinin Müasir Vəziyyəti*	**792**
Nəsimi Qədirov	*Müəssisədə Sistemində Əmək Məhsuldarlığının İdarə Edilməsi*	**800**
Ülviyyə Əhmədova	*Azərbaycanın KOS Müəssisələrinin ÜDM Və Banklar İlə Qarşılıqlı Əlaqələri Və Təsirləri*	**807**

Əlsurət Kərimli	*Kiçik Və Orta Sahibkarlığın Mahiyyəti*	**814**
Səid Hüseynli	*Azərbaycanda Kiçik Və Orta Sahibkarlığın Müasir Vəziyyəti Və İnkişaf Strategiyası*	**822**
Təbriz İsazadə	*Kiçik Və Orta Sahibkarlığın İqtisadi Mahiyyəti*	**828**
Şamil İsgəndərov	*Aqrar Sektorda Sahibkarlıq Fəaliyyətinin Həyata Keçirilməsində Maliyyə Təminatı, Aqroservis Və Aqrolizinq Xidmətlərinin Rolu*	**836**
Pünhan Musayev	*Pandemiya Şəraitində Makroiqtisadi Sabitliyin Təmin Olunmasında Azərbaycan Dövlətinin Fiskal Və Monetar Siyasətinin Əsas Xüsusiyyətləri*	**843**
Araz Abasov	*Azərbaycanin Dünya Valyuta Sistemində Mövqeyinin Qiymətləndirilməsi*	**850**
Aytən Axundova	*Ölkələrin Valyuta Tənzimlənməsi Metodları*	**858**
Elgün Cəlilov	*Sabit Məzənnə Sisteminin Müsbət Və Mənfi Cəhətləri, Xarici Ticarətə Təsirləri*	**864**
Süsən Əliyeva	*Maliyyə Öhdəliklərinin Uçotunun Nəzəri- Metoloji Əsasları*	**874**
Günel Nəsibli	*Xidmət Sferası Müəssisələrində Gəlirlərin Uçotu*	**880**
Rəşid Quliyev	*Xidmət Müəssisələrində Malların Uçotu*	**886**
Nurlan Əbilli	*Müəssisənin Uçot Siyasətinin Mahiyyəti Və Təkmilləşdirilməsinin Əsasları*	**894**
Pərvin Ibrahimova	*Azərbaycanın İstehsal Müəssisələrində Maliyyə Axınlarının İdarə Edilməsinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili*	**900**
Zöhrə Süleymanlı	*İctimaiyyətlə Əlaqələr (Pr) Fəaliyyətində İnternetin Rolu*	**910**
Gülay Rasulova	*Dövlətin İnnovasiya Fəaliyyəti*	**916**
Tural Abdullayev	*İnnovasiyalı İdarəetmə Sisteminin Formalaşması*	**924**
Bəxtiyar Fərhadov	*Brend Həlqəsinin Qurulması (Brand Wheel) Və Brendləşmənin Təşkilati-İdarəetmə Xüsusiyyətləri*	**930**
Muminat Çopsiyeva	*İstehlakçı Davranışlarının İdarə Edilməsi Xüsusiyyətləri*	**939**
Altun Məmmədli	*Banklarda Kredit Riski Və Risk Ölçmə Modelləri*	**944**
Simran Kürdədehli	*Bank Sektorunda Əməliyyat Riskləri Üzərində Daxili Nəzarət Sisteminin Təhlili*	**950**
Kamil Muradov	*Azərbaycan Respublikasında Bank Sistemi Mövqeyinin Qiymətləndirilməsi*	**957**
Əli Məmmədov	*Azərbaycanda Bank Sisteminin İqtisadi İnkişafa Təsir İmkanlarının Artırılması Yolları*	**964**
Fuad Huseynov	*Azərbaycanda Bank Sistemi və Bank Kreditləri*	**969**
Səadət Ağayeva	*Yenilikçi İqtisadiyyatın Heyətlə Təmin Olunması StrategiyasınaYeni Yanaşmalar*	**974**
Gülnarə Ağayeva	*Müəssisədə Kadr İdarəetmə Strategiyasının Həyata Keçirilməsinin Əsasları*	**981**
Günay Məmmədova	*Motivasiya Sisteminin Formalaşdırılmasına Təsir Edən Amillərin Kompleks Qiymətləndirilməsi*	**988**
Aynur Qasımova	*Heyətin İdarə Olunmasının Konseptual Aspektləri*	**997**
Nəzrin Əliyeva	*Təhsildə İnsan Resurslarının İdarəetmə Sistemi: Məsələlər Və Çətinliklə*	**1005**
Afaq Mustafayeva	*Azərbaycanın Əmək Bazarında Qadınların Mövqeyi, Qadın Sahibkarlığının Əhatə Dairəsi, Həcmi Və Profili*	**1010**
Səma Mustafayeva	*Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı İstiqamətləri*	**1016**
Pinar Cəbrayılova	*Kiçik Və Orta Sahibkarlığın İnkişaf Etdirilməsində Qadın Sahibkarlığın Rolu*	**1024**
Aişə Babayeva	*Müasir Qloballaşma Dövründə Kiçik Və Orta Sahibkarlığın İnkişaf Strategiyasında İnternetin Rolu*	**1031**
Sevgili Rüstəmova	*Kiçik Və Orta Sahibkarlıq Fəaliyyətinin Maliyyələşdirilməsi Riskləri*	**1040**
Ümüd Vələdov	*Kənd Təsərrüfatında Kreditləşmənin Əhəmiyyəti*	**1047**
Turanə Bağırova	*Azərbaycanda Əmək Bazarının Biznes Mühitinə Təsirinin Analizi*	**1053**
Mirəli Kazımov	*Yeni Sənayeləşmiş Ölkələrin İnkişafı*	**1060**
Yeganə Əsgərli	*İşsizlik Səviyyəsinin Azaldılması İlə Qeyri-Rəsmi Məşğulluğun Qarşının Alınması Zərurililiyi*	**1067**
Nailə Əliyeva	*Əmək Bazarının Hüquqi Tənzimlənməsi Sahəsində Dünya Təcrübəsi*	**1073**
Amil Şirinov	*The Strategic Planning and Its Implementation on Small and Medium Enterprises*	**1081**

	in Azerbaijan	
Mahir Hajiyev	*Implementation and Perspectives of Business Strategies on Non-Oil Export Of Azerbaijan*	**1087**
Naila Mulkishahzada	*The Impact of Information Technologies on Organizational Structure*	**1096**
Fatali Muradov	*The Role of Transnational Corporations İn A Globalized Economy and Competition*	**1104**
Elmira Sadigova	*Management of Large Companies Using Information Technologies*	**1111**
Bahruz Huseynzade	*Evaluation of Mega Sport Events Beyond the Borders of Just Sport Event: Azerbaijani Case Study in Terms of Economic and Political Implications*	**1120**
Fatoumata.M. Fatty	*Challenges Faced by Firms in the Implementation of CSR: The Case of Developing Countries*	**1128**
Hakim Salmanov	*Mechanism Of Management Of Foreign Economic Activity Of Industrial Enterprises*	**1137**
Fidan Safarova	*The Effects Of Celebrities On TV Advertisements On Consumers Purchasing Behaviors*	**1144**
Elvin Səfərli	*Azərbaycan Respublikasında Xarici Ticarətin İnkişaf Amili Olaraq Gömrük Rəsmiləşdirilməsinin Təkminləşdirilməsi*	**1152**
Aliq Bağırov **Xalidə Ağayeva** **Şəhla Əliyeva** **Leyla Rzayeva**	*Azərbaycan Və İtaliya Arasında İkitərəfli Ticarət Intensivliyi (2009-2018)*	**1160**
Nərgiz Səfərli	*Xarici Ticarət – Azərbaycan Respublikasının Dünya Təsərrüfat Sisteminə İnteqrasiyasının Mühüm Amili Kimi*	**1175**
Mahir Talıblı	*Azərbaycan Və MDB Ölkələri Arasında Xarici Ticarət Əlaqələrin Dinamikası Və Məzmunu*	**1183**
Nigar İbrahimxəlilli	*Xarici İqtisadi Fəaliyyətin Konseptual Əsasları*	**1190**
Sona Əliməmmədova	*Uluslararası Rekabet Üstünlüğü Ve Kümelenme İlişkisi*	**1197**
Heyder Ahmedli	*Ülke ve Şehir Markasının Turizm Üzerindeki Ekonomik Etkileri*	**1203**
Natiq Huseynov	*Dijital Para Birimi Uygulamasının Ulusal Ekonomiler Ve Azerbaycanda Gölge Ekonomisine Etkisi*	**1208**
Mirzebala Poladov	*İş Yerlerinde Performans Değerlendirme Yöntemi: Dengeli Sonuç Kartları*	**1216**
Ülvü Novruzov	*Turizm İşletmeciliğinde Eğitim Ve Gelişimin Önemi*	**1223**
Fidan Məmmədzadə	*İş Analizi Uygulamalarının Ücret Yönetimi Sisteminde Etkisi: Örnek Şirket Uygulaması*	**1230**
Kənan Mansurzadə	*The Impact of The First European Games on Azerbaijan Economy*	**1236**
Natella Mammadzada	*Azerbaijan-Turkey Strategic Economic Corporation: Potential Effects of Mutual Investments*	**1242**
Ülkər İbrahimli	*Accounting and Tax Accounting of Financial Results Assessment of Interconnections and Organization and Methodological Support*	**1249**
İlqar Hüseynov	*Framework for Accounting (Financial Reporting) For SME's In Azerbaijan.*	**1257**
Rüfət Baxşəliyev	*Revenue and Expense Recognition Under IFRS And How Recognition Is Related to Tax Accounting*	**1266**
Elshad Abdurahmanli	*Cost Accounting for Manufacturing and Service Companies in Azerbaijan*	**1273**
İlkin Süleymanlı	*The Measuring Tax Responsiveness of Employees in Azerbaijan: Empirical Analyses*	**1283**
Fariz Alakbarov	*The Impact of Oil Price Shocks on Government Budget: The Case of Azerbaijan*	**1289**
Khayala Babayeva	*The Impact of Oil Price Volatility on The International Trade*	**1294**
Mustafa Bunyamın	*The Impact of Financial Development on Economic Growth In Azerbaijan*	**1302**
Ahmadova Emel **Kasumov Ahliman**	*Monetary and Fiscal Policy Coordination: The Case of Azerbaijan*	**1312**
Elşən Əhmədli	*Statistical Analysis of The Relationship Between Foreign Investments and*	**1320**

	Development of Industrial Sector Of Azerbaijan Republic	
Abdulaziz Alroomi Saud	*Economic Background and Consequences of The Formation of the EU*	**1329**
Tao Li	*Economic Relationship Between Azerbaijan And Russia: Problems and Prospects*	**1336**
Darshana Gurung	*Remittances and The Economy of Nepal: The Impact On Emigration*	**1350**
Nurana Musayeva	*The Global Indebtedness and Financial Policies of Developed Countries*	**1363**
Jamila Abdullayeva	*Basic Problems of Activity SME`s, And The Current Situation Of SME's İn Azerbaijan For Small And Huge Business Sectors*	**1371**
Brilyant Humbatova	*The Primary Determinants of SME Performance in Azerbaijan*	**1379**
Məlahət Rəhimova	*Aqrar Sahədə İnnovasiyalardan İstifadə Meylləri*	**1382**
Yeganə Məmmədli	*Aqrar Sahədə Modernləşmənin İstehsalın İnkişafına Təsiri*	**1389**
Yusif Babayev	*Kənd Təsərrüfati Müəssisələrinin Əsas Kapitalının Nəzəri Müddəaları və Onun Statistik Öyrənilməsinin Zəruriliyi*	**1396**
Həmidə Oruczadə	*Biznes Proseslərin Yenidən Qurulmasının Bankın İdarəetmə Və Fəaliyyət Səmərəliliyinin Artırılması Üsulu Kimi*	**1404**
Ceyhun Ərəbov	*Qonaqlama Biznesi, Azərbaycanda Bu Biznesin İnkişaf İstiqamətləri Və Bu Sahədə Mövcud Olan Problemlər*	**1412**
İradə Mustafayeva	*Factors Affecting Financial Stability of An Organization*	**1420**
Farid Dilavarov	*Financial Decision-Making*	**1428**
Shabnam Jamilova	*The Role of FDI I Non-Oil Sector in Effective Use of Economic Potential of Regions*	**1435**
Aytaj Jafarli	*Azerbaijan As an Oil Producing and Exporting Country*	**1442**
Lamiya Mammadova	*The Role of Agriculture İn Non-Oil Sector of Azerbaijan Economy*	**1449**
Sabina Mammadova	*The Influence of a Number of Regulatory Factors On The Oil Market Balance*	**1456**
Fuad Gülməmmədov	*Problems and Perspectives of Non-Oil Export of Azerbaijan*	**1462**
Wangila Faith Nangunda	*Analysis of Political Instability in Kenya As A Deterrence to Foreign Direct Investment and Its Implication to The Economy Between 1990-2007*	**1472**
Tofig Jabiyev	*Transformation of The World Currency System in Conditions of Financial Turbulence*	**1478**
Eyvaz Huseyn	*Stages of Development of Mergers and Acquisitions in The Global Economy*	**1487**
Elchin Mamtiyev	*Analysis of Investment Attractiveness of Financial Sector of Azerbaijan*	**1494**
Eltun Abdullazade	*The Implications Of ICAAP&ILAAP On Azerbaijan Banking System*	**1503**
Fəridə Ələkbərova	*Azərbaycanda Sertifikasiya Prosesi Və Malların Keyfiyyət Göstəricisində Rolu*	**1511**
Lalə Nadiri	*Bələdiyyə Menecmentinin İqtisadi Potensialının Artırılması Prinsipləri*	**1517**
Nurlan Hümbətov	*İqtisadi İnkişafın Və İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrin İnkişaf Problemlərinin Nəzəri-Konseptual Əsasları*	**1526**
Elgün Məmmədov	*Keyfiyyətin İdarə Edilməsi Sisteminin Fəaliyyət Prinsipləri*	**1533**
Cavid Nurullazadə	*Kiçik Biznes: Anlayışı Və Üstünlükləri*	**1541**
Türkanə Vəlili	*Azərbaycan Respublikasında Maliyyə Bazarları İlə Bağlı Dövlət Siyasətinin Qiymətləndirilməsi*	**1548**
Fidan Həbibli	*Müasir Dövrdə Azərbaycanda Səhm Bazarını İnkişaf İstiqamətləri*	**1558**
Həqiqət Abdullayeva	*Azərbaycanda Səhm Bazarlarının Mövcud Problemləri Və Onların Həlli Yolları*	**1569**
Lalə Qafarova	*Azərbaycanda Maliyyə Bazarının İnfrastrukturunun İnkişafının Mövcud Vəziyyətinin Analizi*	**1576**
Şəlalə Səfərova	*Azərbaycanda Maliyyə Bazarına Dövlət Maliyyə Nəzarəti Sisteminin Təşkili Xüsusiyyətləri Və İnkişaf Yolları*	**1584**
Бахшалиев Мурад Эльнара Самедова	*Влияние Организационной Культуры На Эффективность Деятельности Коммерческих Банков Азербайджана.*	**1589**
Егяна Велиева	*Проблемы Повышения Конкурентоспособности Национальных Коммерческих Банков*	**1596**

Эсмира Ахмедова	*Прогнозирование ВВП Азербайджана И Его Волатильности Методом Тейла – Вейджа*	**1602**
Вахиб Гулузаде	*Особенности Развития Малого Бизнеса В Промышленности Азербайджана*	**1611**
Алиева Нигяр	*Источники Финансирования Инвестиционной Деятельности И Оптимизации Их Структуры*	**1620**
Ася Мамедова	*Цифровая Экономика И Цифровизация*	**1627**
Фарид Набизаде	*Инновационное Мышление Как Одно Из Основных Компетенций Современного Предприятия*	**1634**
Нихат Исмаилзаде	*Международные Налоговые Конвенции Как Базовый Элемент Международных Налоговых Отношений*	**1643**
Антон Швецов	*Основные Факторы, Влияющие На Посещаемость Футбольных Матчей В Азербайджане*	**1647**
Алиева Туран	*Концепция Бережливого Производства И Методы Оценки Эффективности Её Внедрения*	**1653**
Инджи Аскерова	*Система Непрерывного Образования И Самообразования Персонала В Азербайджане*	**1659**
Гошгар Ахмедов	*Уход В Сектор Теневой Деятельности И Создание Новой Системы Для Сокращения Её Уровня*	**1666**
Fərhad Bayramlı	*Müəssisələrdə Strateji İnkişafında Müasir İdarəetmə Metodlarının Öyrənilməsi Və Tətbiqi*	**1671**
Şahanə İbadzadə	*İnnovasiya Proseslərinin Ayrı-Ayrı Sahələr Üzrə Təhlili*	**1678**
Ülvi Həsənzadə	*Təkrar Emalın Dayanıqlı İnkişafdakı Mühüm Rolu*	**1687**
Röya Sultanova	*Ərzaq Təhlükəsizliyinin Təmin Olunmasında Ərzaq Bazarının Tənzimlənməsi Zəruriliyi*	**1695**
Cəmil Hacıyev	*Asudə Vaxtın Səmərəli Təşkilinin Azərbaycan Gəncliyinə Təsirinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi*	**1703**
Vüsal Abbaszadə	*Müasir Dövrdə Azərbaycanda Regionların Davamlı İnkişafı Prioritetləri Və Perspektiv İstiqamətləri*	**1713**
Vüsal Ələsgərov	*Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin Təmin Olunmasında Yerli Müəssisələrin Rolu*	**1720**
Elpərəs Sayadov	*Dini Və Etnik Faktorların Beynəlxalq Ticarətə Təsiri*	**1727**
Məhbubə Tağıyev	*Azərbaycanin Beynəlxalq Valyuta Fondu İlə Əməkdaşlığının Genişləndirilməsi İstiqamətləri*	**1732**
Arif Rəsulov	*Beynəlxalq Ticarət Zamanı Qiymətqoyma Prosesləri*	**1739**
Nərmin Namazova	*Beynəlxalq İqtisadi Əlaqələrin Mahiyyəti Və Müasir Dövrdə İnkişaf Meylləri*	**1747**
Elmin Mustafa	*Azərbaycan Respublikasında Dövlət Büdcəsinin Gəlir Və Xərclərinin Formalaşmasında Maliyyə Nəzarətinin Rolu*	**1753**
Ülviyyə Yusifzadə	*Nəticəyə Əsaslanan Büdcənin Təşkili Xüsusiyyətləri*	**1758**
Könül Namazova	*Makroiqtisadi Sabitliyin Təminində Fiskal Alətlərin Rolunun Təkmilləşdirilməsi Üsulları*	**1766**
Rəvan Ağalarzadə	*Pul Siyasətinin Transmissiya Mexanizmləri Və Azərbaycan Təcrübəsinin Qiymətləndirilməsi*	**1773**
Saqib Məmmədov	*Milli İqtisadiyyatın İnkişafında Qeyri-Neft Sektorunun Rolu*	**1781**
Əhəd Abdulxalıqov	*Strateji Yol Xəritəsində Qeyri-Neft Sektorunun İnkişafının Hədəfləri*	**1785**
Murad Əlizadə	*Postneft Mərhələsində Dövlət Sektorunun İnkişafının Prioritet İstiqamətləri*	**1790**
Leyla Qurbanova	*Azərbaycanda Qeyri- Neft Sektorunun İnkişafının Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi*	**1799**
Yılmaz Yediyarov	*Dünya Neft Bazarının İnkişaf İstiqamətləri*	**1807**
Şamil Mahmudov	*İstehsalat Sahəsində Fəaliyyət Göstərən Kiçik Və Orta Sahibkarlıq Subyektləri Üçün Maliyyə Hesabatlarının Tətbiqinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili*	**1815**
Lalə Kazımova	*Müəsssənin Maliyyə-Təsərrüfat Fəaliyyətinin Möhkəmləndirilməsinə Maliyyə Nəzarəti Və Auditin Təsiri*	**1822**

Cəmilə Mustafayeva	*Xidmət Sferasının Müəssisələrində Material Ehtiyatlarının Uçotunun Təkmilləşdirilməsinin Bəzi Məsələləri*	**1829**
Elvin Qaffarlı	*Covid-19 Virusunun Şirkətlərin Mənfəət Və Zərər Hesabatında Etdiyi Təsir Və Şirkətlərin Fəaliyyətini Davam Etdirə Bilməsi Üçün Görüləcək Tədbirlər*	**1836**
Gülbahar Abdıyeva	*Kommersiya Təşkilatlarının İdarəedilməsində Maliyyə Vəziyyətinin Təhlili Anlayışı Və Təməl Prinsipləri*	**1840**
Babək Muxtarov	*Xarici İqtisadi Fəaliyyətin Gömrük - Tarif Tənzimlənməsi Və Xarici İqtisadi Sektorun Formalaşması Məsələsi*	**1848**
Münəvvər Məlikova	*AR-Nın Gömrük Siyasətin Müasir Vəziyyəti Və Effektiv Nəticələrə Nail Olunmasında ÜTT-Yə Üzvlüyün Rolunun Qiymətləndirilməsi*	**1856**
Ağalar Əliyev	*Dəniz Nəqliyyatı Yükdaşımaları, Riskləri Və Onların Tənzimlənməsi.*	**1864**
Valid Kişizadə	*Xarici Ticarət Əlaqələri Və Azərbaycana Təsiri*	**1870**
Sərxan İsmayılov	*Logistika Məhsulu Olaraq – Reklam İnformasiya Materialları*	**1878**
Musa Əlşirazov	*İnkişaf Edən Ölkələrdə Reklam Büdcəsinin Müəyyənləşdirilməsi Üsullarının Qiymətləndirilməsi*	**1884**
Qarayev Sərxan	*Pərakəndə Satış Mal Dövriyyəsi: Sosial-Iqtisadi Mahiyyəti Və Mövcud Vəziyyəti*	**1890**
Firuzə Həsənova	*Ölkədə Elektron Ticarətin Hazırki Durumu Və İnkişaf İstiqamətləri*	**1895**
Xanım Muxtarova	*Böhran Zamanı İctimayyətlə Əlaqələrin Əhəmiyyəti*	**1902**
Vüsal Nəzərov	*İnvestisiya Mühitinin Səmərəliliyinin Artırılması Və Fəallığının Təmin Edilməsinə Strateji Yanaşmaların Əhəmiyyəti*	**1907**
Şükran Güləlizadə	*Xarici İnvestisiya Qoyuluşlarının Ölkə İqtisadiyyatına Təsiri*	**1914**
Fidan Qədirli	*Azərbaycanda Kiçik Müəssisələrin İnvestisiya Təminatının Müasir Problemləri*	**1920**
Gülnarə Məmizadə	*Sənayedə Əmək Məhsuldarlığının Artımı Və Ona Təsir Edən Amillər*	**1925**
Aynur Namazova	*Müasir Şəraitdə Azərbaycanın İnvestisiya Siyasətinin İstiqamətləri*	**1931**
Nasir Əkbərli	*Müəssisənin Rəqabət Qabiliyyəti Anlayışı Və Onun Əldə Edilməsi Üsulları*	**1936**
Hikmət Quluzadə	*Azərbaycan Respublikasının Kiçik Müəssisələrində Menecmentin Nəzəri Əsasları*	**1944**
Ziba Kərimova	*İnsan Kapitalının İnkişafı Və Onun İnkişafında Gender Bərabərliyi Siyasəti*	**1953**
Gülay Hacıyeva	*Dövlət Qulluğu Anlayışı Və Etik Dilemmalar*	**1960**
Nurlan Səfərzadə	*Yerli Özünü İdarəetmədə İnnovasiya Yönümlü İnkişafın Forlaşmasının Nəzəri Əsasları*	**1965**
Nicat Əliheydərli	*Müasir Şəraitdə insan Resurslarının Motivasiyasının Mahiyyəti, Metodları Və Funksiyaları*	**1972**
Nərmin Xanlarlı	*Layihələrdə Monitorinq Və Qiymətləndirmənin Qarşılıqlı Əlaqəsinin Təkmilləşdirilməsi İstiqamətləri*	**1980**
Ayxan Nəbiyev	*İdarəetmə Sistemində İnnovasiyaların Nəzəri-Metodoloji Əsasları*	**1987**
Albina Həşimova	*Azərbaycanda Rabitə Xidmətlərinin Təhlili Və Qonşu Ölkələrlə Müqayisəsi*	**1995**
Ziya Abbaszadə	*Azərbaycanın Əmək Bazarının Müasir Vəziyyətinin Təhlili Və Problemləri*	**2000**
Ramin Əlisazadə	*Azərbaycanın Milli Hesablar Sistemində Yığım Hesablarının Göstəricilərinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi*	**2009**
Teyyub Sadıxov	*Tədiyyə Balansı Və Xarici İqtisadi Əlaqələrin Diversifikasiyası*	**2019**
Fəridə Əmirova	*Sığorta Şirkətlərində Risklərin İdarə Olunması / Risk Menecment*	**2026**
Azər Abbaslı	*Bazel Sazişləri Və Risklərin İdarə Olunmasında Rolu*	**2035**
Hacəsgər Əsgərli	*Azərbaycan Respublikasında İqtisadiyyatın İnkişafında Strateji Yol Xəritəsinin Rolunun Qiymətləndirilməsi*	**2047**
Nurlan Məmmədli	*Müəssisələrdə Uzunmüddətli Aktivlərin İdarə Olunması Sistemi Və Onun Təkmilləşdirilməsi Yolları*	**2055**
Babək İsmayıllı	*Sənaye Müəssisələrində Daxili Nəzarət Sisteminin Effektivliyinin Yüksəldilməsi Və Audit Yoxlamalarının Optimallaşdırılması Məsələləri*	**2062**
Nurlan Təhməzli	*Mənfəət Və Zərərlərin Uçotu Və Auditinin Təkmilləşdirilməsi*	**2067**

Cəmilə Mustafayeva	*Azərbaycanın Maliyyə Bazarında Rolu Və Valyuta Bazarında İnkişaf İstiqamətləri*	**2073**
Namiq Nəsibov	*Nağdsız Cəmiyyət Yaratmaqda Elektron Ödəniş Vasitələrinin Mənimsənilməsi*	**2081**
Ləman Göyüşova	*Sənaye Müəssisələrində Əmək Haqqının Tənzimlənməsinin Texniki-İqtisadi Göstəriciləri*	**2086**
Anar Dəmirzadə	*İqtisadi Təlimlərin İnkişaf Yolu Və Dövlət Maliyyə Sisteminə Təsiri*	**2094**
Ayaz Həsənli	*"Valyuta Müharibələri"nin Dünya İqtisadiyyatına Təsiri*	**2099**
Aysel Hüseynzadə	*Rəqəmsal Bankçılığın Kredit Təşkilatlarının Iqtisadi Təhlükəsizliyinə Inteqrasiyası*	**2106**
Xanım Şirinova	*İnflyasiyanin Hədəflənməsi Rejiminə Keçid İmkanları, İkin Şərtləri*	**2113**
Sürəyya Mustafayeva	*Ali Təhsil Müəssisələrinin Maliyyələşdirilməsi Və Bu Sahədə Dövlət Maliyyə Nəzarətinin Təşkili*	**2122**
Aqşin Məmmədli	*Müasir Dövrdə Beynəlxalq Kreditlərdən İstifadənin Perspektivləri*	**2128**
Tural Cavadlı	*Azərbaycanda Dövlət Kreditinin Mövcud Vəziyyətinin Qiymətləndirilməsi Və İdarəolunması Sistemində Nəzarət Mexanizmi*	**2133**
Günay Qasımova	*Borc Kapitalı Bazarının Nəzəri-Metodoloji Əsasları*	**2143**
Allahverən Əliyev	*Beynəlxalq Valyuta Fondunun İslahatlaşdırılması Zərurəti*	**2151**
Anar Həmzəyev	*Cəmiyyətin İqtisadi Sistemindəki Vergilərə Təsiri*	**2160**
Алиева Айдан	*Понятие Финансовой Устойчивости Банка И Влияющие На Неё Факторы*	**2168**
Elçin Zeynalov	*Dövlət Orqanlarının Büdcə Xərclərinin Səmərəliliyinin Və Effektivliyinin Artırılması İstiqamətləri*	**2176**
Жгенти Этери	*Исходные Положения Финансово-Банковской Науки В Области Банковского Надзора*	**2183**
İlqar Həşimov	*Kapital Aktivlərinin Qiymətləndirmə Modeli (CAPM), Onun Test Edilə Bilmə Qabiliyyəti Və Birjada Etibarlılığı: Əvvəlki Ədəbiyyatlardan Nümunələr*	**2190**
İsgəndər Əzimov	*Azərbaycanda Neft Gəlirlərinin Səmərəli İstifadəsinə Maliyyə Nəzarəti Və Onun İqtisadi Artıma Təsiri*	**2199**
Leyla Orucova	*Dövlət Büdcəsindən Sosial Sahələrə Ayrılan Vəsaitlərin Ünvanlılığının Və Nəticəliliyinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili*	**2209**
Pünhan Bayramov	*Regional İnkişaf Sistemində Azad İqtisadi Zonaların Mahiyyəti Və Fəaliyyət Mexanizmləri*	**2217**
Ravil Nadirov	*Gömrük Ödənişlərinin Dövlət Büdcəsində Çəkisi Və Xarici Ticarətin Tənzimlənməsində Əhəmiyyəti*	**2226**
Rəşad Nəzərli	*Azərbaycan Respublikasında Vergi Nəzarətinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi*	**2233**
Ruslan Rəcəbli	*Müəssisənin Fəaliyyətində Daxili Auditin Nəzəri-Metodoloji Əsasları*	**2240**
Ulduz Əliyeva	*Azərbaycan Valyuta Bazarının Qlobal Valyuta Bazarına İnteqrasiyası*	**2248**
Heydarova Nargiz	*Factors that affect Azerbaijan's consumers moving towards cashless payment system*	**2255**

Global böhranlar və onlardan xilas olmanın xərcləri: Yeni bir böhran qapıdadırmı?

Sahil Murtuzayev

sahilmurtuzayevsh@gmail.com

Xülasə

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması və iqtisadi-ticari münasibətlərin daha da dərinləşməsi lokal səviyyələrdə baş verən daralma və ya böhranların qlobal miqyas alması problemini ortaya çıxarmaqdadır. Xüsusi ilə sənaye inqlabından sonra ABŞ-da baş vermiş Böyük Depressiya böhranı və 2008-ci il yenədə ABŞ-da baş vermiş qlobal maliyyə böhranı öz nəticələri və dağıdıcılığı ilə bütün dünya miqyasında iz qoymuşdur. Böhranların baş verməsi ilk öncə kiçik miqyasda ölkə iqtisadiyyyatı həcmində olmasına baxmayaraq onun beynəlxalqlaşması və nəticələrinin geniş auditoriyaya yayılması onunla mübarizədə makro güclərlə yanaşı beynalxlaq təşkilatlarında geniş və koordinasiyalı fəaliyyətini zərurir edir. Xüsusilə böhranlardan sonra mövcud makroiqtisadi siyasətlərin dəyişməsi və iqtisadi subyekt kimi dövlətin funksianallığının daha da artması növbəti böhranlar zamanı daha adekvat addım atmağa, keçmiş təcrübədən daha çox nəticə çıxarmağa məcbur edir. Həmçinin böhran zamanı aparılmış iqtisadi siyasət məşğulluq, maliyyə-bank sektorunun dayanıqlığı və dağılmış konyukturanın tənmizlənməsi üçün həll paketlərinin hazırlanması, böhranlı situasiyalara əvvəlcədən hazırlaşmanı hökümətlərin ən öncü siyasi məsələlərinə çevirmişdir. Dünya miqyasında iqtisadi göstəricilərdə baş verən gerilmələr 2020-ci il ilə bağlı pessimist daralmalar haqqında fikirləri aktivləşdirmiş və Covid-19 pandemiyasının qloballaşması ilə daha da sürətləndirmişdir. Aparılan tədqiqatlar böhranın nəticələrinin müsbət ssenaridə belə əvvəlki böhranlardan daha ağır olduğunu və daha da pisləşəyəcəyinə işarə etməkdədir. Ancaq xüsusən 2008-ci il qlobal maliyyə böhranın nəticələrindən dərs çıxardılaraq bankların likvidliklərinin daha da artırılması üçün tətbiq edilən məcburi addımlar gözlənilən böhranın maliyyə sektorundan uzaqlaşmasını və daha çox real sektorun daralmasına yol açacağına səbəb olacağı gözlənilir.

Açar sözlər: Qlobal iqtisadi böhranlar, Böyük Depressiya, Qlobal Maliyyə böhranı, 2020-ci il Böhranı

Giriş

İqtisadi böhranların tarixi 17-ci əsrlərə qədər uzanmaqdadır. Tarixdə böhranlı situasiyalar daha qədim dövrlərdə də baş versə də belə əsas səbəblərinin kənd təsərüffatı ilə bağlılığı və nəqliyyat-hava şəraitləri ilə əlaqədar olması onların aclıq və qıtlıqla müşahidə edilirdi. 19-cu əsrə qədər iqtisadi böhranlar lokal xarakter daşısada dünya iqtisadiyyatının qloballaşması böhranların daha geniş miqyası olmasına şərait yaratdı və domino effekti ilə ölkədən-ölkəyə addamağa başlamışdır. Həmçinin böhranların biri-birini izləməsi, yəni dövrülüyünün artması onlara qarşı ümumi fikri dəyişmiş və daha da dərinləşdirmişdir.

Metod

Məqlə yazılarkın həm emprikik tədqiqat metodlarından həm də nəzəri tədqiqat metodlarından istifadə edilmişdir. Xüsusən dünya miqyasında aparılmış geniş beynəlxalq təhlil və müşahidələrin bazasından istifadə edilmiş, ümumiləşdirilmə aparılaraq məsələyə sistemli yanaşılmışdır. Elmi mülahizələrlə tarixi proseslərə izah verilmiş, qruplaşdırılmalar aparılaraq müəyyən nəticələr əldə edilmişdir.

Analiz

Müharibədən sonra Böyük Depressiya !

Avropa 1-ci dünya müharibəsindən sonra özünü bərpa etməyə çalışarkən okeanın o tərəfindəki ölkələr istehsalı artırmış və müharibədən sonra ABŞ özünü bərpa etdikdə istehsal artığı yaranmışdır. Təklifin artması effektiv tələblə müqayisədə dəfələrlə çox idi, buda qiymətlərin kəskin enməsinə səbəb olmuşdur. Bazar münasibətlərin höküm sürdüyü ölkələrdə qiymətin kəskin azalması analoji olaraq

firmaların istehsalı dayandırmalarına və ya firmaların bağlanmağına səbəb olmuş və bunun nəticəsi kəskin işsizliyin artışı kimi ortaya çıxmışdır.

Müharibə sonrası Avropdan fərqli olaraq Böhrandan qabaq 20-ci illərdə Amerka iqtisadiyyatı öz yaradıcılığı ilə seçilirdi. Texnoloji inkişafın bütün sahələrdə baş verməsi, onun üstünlüklərinin tətbiqi yeni texnikaların kəşfini sürətləndirmişdir. İstehsal və gəlirin artması paralel formada birjalarda səhmlərin dəyərinin artmasına və borsada icra edilən əqdlərdən qazanılan gəlirləri artırmağa başlamışdır. Avtomobil sektorunun inkişafı və onun ənənəvi dəmiryol sektorunu üstələməsi dəmiryol sektorunun mənfəətliliyini azaltmışdı, ancaq dəmiryol şirkətlərinin səhmlərinin birjada dəyərlərinin artması birjada olan spekulyasiyanin bariz göstərici idi.

1929-cu il böhranının əsas fitili birjanin balon kimi dəyərindəki artışın beynəlxalq miqyasda qiymətli kağız ixracı problemini artırmış və əmtəə qiymətlərindəki azalma Latın Amerikası ölkələrinin borc xidmətinin dayanıqlığını sual altına qoymağa başlamışdır. Birjanin çöküşü 1929-cu il cümə axşamı baş verdi. Səhmlərə sahib hər kəs ən tez zamanda səhmlərini əllərindən çıxartmağa çalışdıqları üçün baş verən panika hissə sənədlərinin sürətli dəyər itirməsinə səbəb oldu. Bu panika və dəyər düşüşü iki il ərzində birjanın 90% dəyərinin azalmasına səbəb oldu. Məhz böhranın səbəblərindən biri də səhm bazarının inkişaf sürətinin iqtisadi fəaliyyətlə paralel olaraq artmaması idi və birjanin özü ilə birgə bankları, ticarət və sənaye müəssisələrini özü ilə birgə iflasa apararaq vəziyyəti kritik həddə gətirdi.

1929-cu ildə ABŞ-da yaranan böhran həcmi, ciddiliyi və müddəti baxımından müasir dünya iqtisadiyyatında ən böyük böhran olduğunu deyə bilərik. 1929-cu il oktyabr ayının 24-də, başqa bir sözlə desək, "Qara Cümə axşamı" adlanan böhran baş verdi və Amerika birjasında böyük bir çöküş yaşandı. Birja sərmayəçiləri kağızlarını satmağa çalışdıqca qiymətlər daha çox düşürdü. Günün sonuna qədər birja tam olaraq 4 milyard dollar dəyər itirmişdi, Dow Jones Sənaye İndeksi orta hesabla 380-dan 230-a düşmüşdü. Nyu-York birjasının çökməsi insanları vahiməyə salmışdı. Böyük Böhranın səbəbləri haqqında yüz minlərlə tezislər, məqalələr və kitablar yazılırdı. Böhranın səbəbləri və vaxtında alınması lazım olan lakin alınmayan qərarlar müzakirə edildi. Bu müzakirələrin birləşdirildiyi altı ümumi nöqtə var (Dilek E. Krumlu. 2018):

1) gəlir bölgüsündə disbalans

2) şirkətlərin maliyyə vəziyyəti arasındakı disbalans

3) bankların strukturunda pozuntular

4) xarici tədiyə balansının pozulması

5) iqtisadi idarəetmədə təcrübəsizlik

6) pul üçün qızıl standartda israr etmək.

ABŞ-da Hoover hakimiyyəti müddətində iqtisadiyyata müdaxilələr etsədə bu ciddi nəticələr doğura bilməmişdir. Ruzvert hakimiyyətə gələndən sonra ``NEW DEAL`` siyasəti ilə ciddi işlər görülmüş, 1935-ci ilə kimi özəl sektorun təşviqi üçün qiymətlərin yüksək tutulmasını həyata keçirdi. O cümlədən kənd təsərrüfatının canlanması üçün ``Agricultural Adjustment Act`` tənzimləmə proqramı həyata keçilirdi. Sənayədə iş saatları azaldılaraq yüksək istehsal tempinin azaldılması üçün və satınalma gücünün artırılması məqsədi ilə əmək haqqların artırılmasını həddəfləyən ``National Recovery İndustrial Recovery Act`` tənzimləmə mexanizmini tətbiq etdilər. Başqa bir mexanizmlə isə ictimai xidmətlər üçün ``Public Works Administration -NIRA`` yaradıldı və proqram çərçivəsində 3.3 milyard

dollarlıq bərpa işləri üçün fond yaradılmışdır. 1935-42 ci illər ərzində 8.5 miyon işsizə iş yeri yaradılmış, 122 min ictimai inşaat, 664 min mil yol, 77 min yeni körpü, 285 hava limanı və 24 min müxtəlif elektirk istehsal edən stansiyaların tikintisi üçün 13 milyard dollar pul sərf edilmişdir (Kuyucuklu Nafiz,1982).

1933-cü ilin yazında Franklin Delano Roosevelt prezident andı içəndə işsizlərin sayının 8 milyondan 15 milyona qədər yüksəlmişdi. ÜDM isə 103,8 milyard dollardan 55 milyard dollara düşmüşdü. Rooselveltin rəsmi işə başladığı gün Mississippidəki fermaların yüzdə qırxı həraccda idi. İqtisadi böhranın dünya miqyasında olması Almaniyadan başqa heç bir ölkədə işsizlik səviyyəsi bu dərəcəyə gəlib çatmamışdır. Bütün bunlardan əziyyət çəkənlər yoxsullar idi. 1932-ci ildə Harlem şəhərində işsizlik səviyyəsi yüzdə 50% olduğu halda, 1935-ci ildə zəncilər tərəfindən idarə olunan mülkiyyətin nisbəti yüzdə 5%-ə düşmüşdür.

Yeni hökümət iki ildə (1933-1934) ümumilikdə 5.9 milyard dollar vəsaitini işsizliklə mübarizə üçün xərcləmiş 2300 dən çox bankın qurtarılması - sağlamlaşdırılması mexanizmini həyata keçirmişdir (Nere,Jacques, 1980)

ABŞ-dan başlayan böhran necə qloballaşdı?

2007-ci ildə ABŞ-da mənzil bazarında ortaya çıxaraq bütün Amerika iqtisadiyyatı ilə yanaşı dünya iqtisadiyyatında da böhran yaradacaq şəkildə təsir edən 21-ci əsri ən böyük və ilk iqtisadi böhranı öz başlanğıcını ``subprime`` kredit böhranından götürmüşdür(Hüseyn,Demirci,2011). Yüksək texnologiyaya sahib şirkətlərin səhmlərindən yaranan köpüklü balonun patlayışı, 11 sentyabr hadisələrinin paraleli ilə gələn durğunluqda ABŞ hökümməti canlanmanı tətikləmək üçün FED vasitəsi ilə faiz nisbətlərində dəyişməyə əl atdı. Belə ki , 2001-ci ildə 6.5% həddində olan qısa müddətli faiz nisbəti, 2003-cü ilə dək 1% həddinə endirildi. Bu dəyişmədə də ipoteka bazarında mənzil kreditlərinin uyğun səviyyəyə düşməsinə səbəb olmuşdur. Paralel olaraq 2002-ci il yanvar ayı üzrə müşahidə olunan 1.14 %-lik aşağı inflasiya həddi, mənzil sahib olma, ev sahib olmaq üçün insanları qatlaşacağı xərci azaltmış və beləcə mənzil bazarında tələbin miqdarı artmışdır. Artan tələb özü ilə mənzil qiymətlərinin artımını təhrik etmiş və mənzilləri ciddi bir investisiya alətinə çevirmişdir. Maliyyə qurumları aşağı faiz nisbətinin təsiri ilə daha çox riskə gedərək ödəmə qabiliyyəti yetərli olmayan şəxslərə də ipoteka kreditləri verməyə başlamışlardı(Hedlund,Erik-Khan,Hasim, 2009).

2001-ci il üçün aşağı gəlirli əhali qrupuna(subprime) ipoteka krediti ümumi ipoteka kreditinin 7% ni təşkil etdiyi halda növbəti il, 2002-ci ildə bu faiz 20% yüksəlmişdir. Anoloji qaydada 2001-ci ildə 180 milyard dollarlıq subprime kreditlərdən istifadə olunmuşdusa, 2006-cı ildə bu rəqəm 600 milyard dollara yüksəlmişdir. 2001-2006-ci illərdə Amerkada 5 milyon ev anoloji qaydada subpriem kreditlə əldə edilmişdir(Jaffee Dwight,2008). Digər bir tərəfdən 1980-ci illdən başlayaraq daha çox tətbiq görən mühafizəkar maliyyə siyasəti ölkədə gəlirlərin bərabərsizliyini daha da artırmışdır. Gəlir artışı zəngin təbəqdə daha çox hiss edilmiş və 1980-ci ildə əhalinin zəngin olan 1%-lik təbəqəsi məcmu gəlirin 10%-nə sahib ikən, 2000-ci ildə 20%-ə çatmışdır. Başqa bir tərəfdən ənənəvi investisiya alətlərinin aşağı gəlirliyi və buna nisbətdə faiz həddinin aşağı olması investorları daha gəlirli amma riskli sahələrə yönəltmişdir(Sapi,Jacques,No-46). Buna paralel olaraq subpriem kreditlərində yaranan borcların qiymətli kağızlarla dəyərləndirlməsi 2001-ci ildə 87,1 milyard dollar ikən hər il artaraq sonda 2005-ci idə 465, 2006-ci ildə 448 milyard dollara qədər subprime kreditlərindən qaynaqlanan törəmə qiymətli kağızlar emissiya edilmişdir(Ashcraft, Adam-Schuermann, Til.2008)

FED-in müəllifi olduğu fazi nisbətinin azaldılması siyasəti artan mənzil qiymətləri və inflasiyanin artan tempi ilə nəticələndiyi üçün yenə FED tərəfindən 2004-cü ildə qarşı tədbir kimi faiz dərəcələrin artırılması addımının atılması, böhranın ilk addımı oldu. İki il ərzində FED, 17 dəfə faiz nisbətlərini artırmış və 1 % həddindən, 2006-cı ildə 5.25% həddinə gətirmişdir. Fedin gedişindən sonra artan ev qiymətləri 2006-cı ildə zirvədən enməyə başlamışdır. Bu tendensiyaların davamında bir çox ev sahibi ödəmə etməkdən imtina etməyə başlamış artan faiz nisbəti və enən ev qiymətləri şəxslərin kreditlərinin dəyərini əllərində olan evlərin dəyərindən üstün olmasına səbəb olmuşdur[9]. Kredit borcunun ödənməməsi meyli 2007-ci ildə daha da artaraq ümumi kredit həcminin 16%-nə yüksəlmişdir. Növbəti il isə, 24 % subpriem krediti hərraclara çıxarılmışdır. Araşdırmalarda 2005-2008-ci illər arasında ev qiymətləri ilə geri ödənməyən subprime kreditlərin sayı arasında mənfi yönümlü bir korolerasiya əlaqəsi olduğu ortaya çıxarılmışdır(Sanders, Anthory.2008).

Subprime kreditlərin geri ödənməməsi öz davamında bu kreditlərdən törəyən ipotekaya əsaslanan qiymətli kağızların da dəyərini azaltmışdır. İpotekaya əsaslanan qiymətli kağızların əsas təminat kimi göstərilməsi ilə ixarec edilən təminatlı borc sənədləri də dəyərlərini itirməyə başlamış və birjada likvidlik problemi yaşanmışdır. Güvənsizlik artmış bu fonda banklar gələcəkədə baş verəcək itkilərini nəzərə alaraq bir-birinə kredit verməkdən imtina etmiş və bütün kredit bazarında daralma baş vermişdir. Bankların üzərində olan artıq tənzimləmə və nəzarət, onların olduqları sektorda mənfəətliliyi azaltdığı üçün müəssisələr daha riskli törəmə alətlərə meyl etməyə başlamışdılar.

Böhranın ilk qurbanları investisiya bankları və sığorta şirkətləri olmuşdur. 2007-ci il martın 12-də ən böyük ikinci ipoteka kreditli bank olan ``NEW Century Financial Corperation`` iflas edəcəyi ilə bağlı çıxış etməsi ilə böhranın üzündəki pərdə aradan qaldırılmışdır. 2007-ci ilin iyulunda isə başqa bir ``subprime`` kreditleri verən ipoteka kredit şirkəti olan ``Bear Stearns`` iflas etdi. Avqust ayında isə ABŞ bankları artıq 153.6 milyard dollar zərərə uğramışdılar. ``İndymac bank``ının iflasının sensasiyası öz növbəsində 2007-ci ildə ``Freddie Mac`` və ``Fannie Mae`` şirkətlərinin səhimlərində 70% lik bir azalma ilə böhranı dərinləşdirmişdir.

ABŞ hökuməti 2007-ci ildə patlamış böhrandan çıxış yolu üçün müfləşməkdə olan bank və kredit təşkilatlarına yardım məqsədi ilə ilk öncə faiz nisbətini azaldaraq onu 1%-ə qədər endirmiş və buna paralel olaraq pul təklifini artırmaq məqsədi ilə həm kommersiya təşkilatlarına həmdə ailə təsərrüfatlarına müxtəlif aylarda dəyəri milyard dollarla ölçülən kömək paketləri həyata keçirmiş və 2008-ci il oktyabr ayında dəstək paketlərinin dəyəri 2 trilyon dollara çatmışdır.

Böhranın makroiqtisadi təsirləri də özünü ÜDM-in azalması ilə baş vermiş 6.3% nisbətindəki daralma ilə müşahidə olunmuş, işsizlik 2009-cu ildə 4.4% qalxaraq 10% həddinə çatmış, büdcə kəsri 2007-ci ildə 146 milyard dollar ikən 2008-ci il oktyabr ayında rekord həddə 455 milyard dollara çatmışdır.

Diqqətsiz formada verilmiş əmlak kreditləri, qiymətli kağızlar bazarında olan yüksək dəyər yaratma və törəmə alətlərin artışı, şəffaflığın olmaması, dərəcələndirmə qurumlarının yetərsizliyi və tənzimləyici qurumların düzgün və vaxtında müdaxilə edə bilməməsi lokal böhran olan ABŞ ``subprime`` böhranını global miqyasa daşıdı.

ABŞ ``subprime`` böhranının qlobal xarakter alması bütün dünya investorlarının qiymətli kağız bazarında (borc sənədləri bazarı) yer almaları ilə bağlı idi. Bu böhranın dünya üzrə zərəri 2008-ci ilin ilk ayında 400 milyard dollarla ölçülürdüsə artıq Aprel ayında 945 milyard dollara qalxmışdır.

Böhranın ilk təsirlərini Şimali Amerika, Avropa və Avstraliyalı investorlar hiss etmiş, güclü maliyyəyə və tarixə malik banklar belə milyardlarla dollarlar itirmişdilər.

Böhranın inkişaf etmiş ölkələri daha gec təsirinə almasının səbəbi həmin ölkələrdə tətbiq edilən rezerv ehtiyatların artırılmasını dəstəkləyən, ölkədaxili xarici valyuta ilə borclanması azalan maliyyə siyasəti dayanmaqda idi. Böhranın İEOÖ təsirinin nəticəsi olaraq birjalar dəyər itirmiş, milli valyutaların dəyəri azalmış, risk faizləri artmış və xarici investiyaların miqdarı, bank borclanmaları azalmışdır[13]. Bunun davamı kimi 119 inkişaf etmiş ölkənin 94-də iqtisadi geriləmə müşahidə edilmiş və 2009-cu il üçün 50 milyon insanın yoxsulluq həddinə çatacağı açıqlanmışdır(Faiola, Anthony.2009)

Böyük Depresiya və Qlobal Maliyyə böhranı bizə nə öyrətdi?

1929 və 2008-ci il böhranlarının analizi bizə bu iki hadisənin bənzərlik ərz edən tərəfləri olduğunu vurğulamaqdadır, belə ki, hər iki böhran ABŞ bank sisteminin zəifliyini ortaya çıxarmış və beynalxalq miqyasda maliyyə münasibətlərinin uyuşmazlığı olduğunu ortaya çıxatmışdır. Həmçinin hər iki böhranda İEO-də gəlir paylanmasına ədalətliliyin olmaması və ABŞ iqtisadiyyatının hegomonluğunun böhranların qloballaşmasına səbəb olmuşdur. Ən nəhayətində isə bütün bunları önləyə biləcək dövlət müdaxilələrin kifayət həddə olmaması hər iki prossesdə böhranın yayılması və ağır nəticələrinin göstərgəsidir. Həmçinin 1929-cu il anketlərinin analizi göstərir ki, 1.5 milyon şəxsin 600 min nəfəri məhz səhm bazarına kredit çəkərək daxil olmuş, 2008-ci il böhranını sürətləndirən ``mortage kreditləri`` də kredit riskinin banklarda balansda kənarlaşdırma şansının verilməsi ilə yanaşı ucuz likvidlik yaratmış və supekilativ məqsədlərin yaranmasına səbəb olmuşdur.

Böyük böhran zamanı və ondan sonra baş vermiş böhranlarda (xüsusən 2008) atılan xilas addımları bənzərlik göstərsə də müdaxilə zamanına və sürətinə görə fərqlilik göstərməkdədir. Hər iki böhranda aktiv rol maliyyə siyasəninin üstündə düşmüş və qazanılmış təcrübədən (1929) ilhamlanan mərkəzi bank və hökümətlər pul kanallarını açmaqda xəsislik etmədilər. Araşdırılan tədqiqatlar 2008-ci il böhranda başda ABŞ olmaqla Yaponiya, Çin, Almaniya, İnglitərə Mərkəzi bankları koordinasiyalı faiz endirimi siyasətlərini izləmişdir.

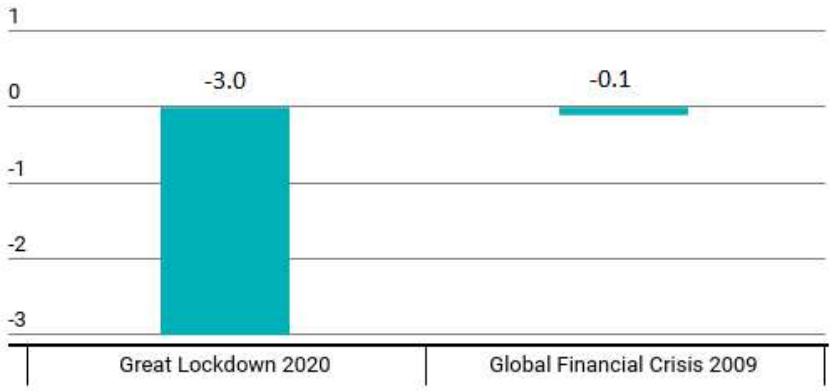
Yeni böhran ``qapıdadırmı``?

2008-ci il Mortgage böhranının nəticələrinin nə vaxt tam aradan qaxdığı haqqında iqtisadçılar arasındakı fikir ayrılıqları bitməmiş artıq 2018-ci ildən başlayaraq yeni bir resessiya (daralma) ilə bağlı iddialar ortaya çıxmağa başladı. Əsasən iqtisadi geriləmənin 2020-ci ildə başlayacağını proqnoz verən iqtisadı alim və analtiklər bəzən daha pessimis olub bu prossesin 2019-cu ilin sonlarında da müşahidə olunacağını bildirirdilər. Fikirlərdən biri ABŞ və Çin arasında baş verən ticari müharibənin şiddətlənməsi, iqtisadi geriləməyə yol açması ilə daha da şiddətlənərkən, 2008-ci il böhranı haqqında ilkin fikir müəllifi olan Prof. Nouriel Roubini dünya iqtisadiyyatı üçün mənfi tendensiyalar müşahidə olunur deyərək bu baxışları daha da dərinləşdirdi. Əlavə olaraq ABŞ xəzinə bonalarının gəlir əyrisinin əvvəlki böhranlardakı kimi tərsinə dönməsi eyni tendensiyanın Almaniyada baş verməsi, Güney Koreyanin da artım sürətinin 3 illik göstəricilər üzrə ən aşağı olması, Global miqyasda xarici investisiyaların 13% azalması, Yapon iqtisadiyyatının ixrac gücü 2019-cu ilin son 6 ayında azalaraq enməsi, Avrozonada Fransadan başqa bütün iqtisadiyyatlarda geriləmənin baş verməsi resessiyanın labüdlüyünü ortaya çıxarmağa başladı[18]. Bu prossesin isə gözlənilməz şəkildə Covid-19 pandemiyası ilə müşahidə olunması böhranlı situasiyyanı daha da dərinləşdirməyə başladı. Çindən başlayan virusun qısa müddətdə qlobal miqyas alması və ona nəzarət edilməsi üçün atılan addımlar

iqtisadi geriləməni daha da sürətləndirdi. Pandemiyanın inkişaf sürəti qlobal ÜDM proqnozlarında da dəyişikliklərə səbəb olaraq 2020-ci ildə ABŞ-ın ÜDM-də 3.3%, avrozonada 4.2%, İngiltərədə 3.9% azalması ilə qlobal müstəvidə 1.9%-lik bir geriləmənin gözlənilməsini aktuallaşdırdı. 2020-ci ilin birinci rübünün göstəriciləri əgər pandemiya eyni sürətdə davam edib ikinci rübə keçərsə geriləmələrin 20-30%-ə qədər qalxması heç də mümkünsüz görünməməkdədir.

Aprel ayı üzrə 2020-ci il qlobal artım faizi 3% azalması proqnoz edilməkdədir. Bu 3%-lik azalma həddi 2008-ci il global maliyyə böhranından dəfələrlə çoxdur(Şəkil-1.). Əgər pandemiya 2-ci rübə də təsir edərsə bu Böyük depressiyadan sonra ən pis tənəzzül, Qlobal Maliyyə böhranından sonra isə ən pis vəziyyət kimi tarixə düşəcəkdir(IMF, 2020)

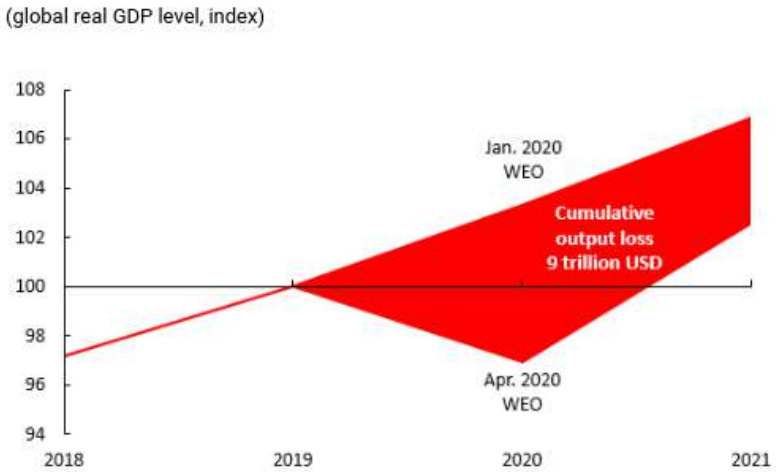
Şəkil-1. Real ÜDM-in inkişafı (faizlə)



Source: IMF, *World Economic Outlook*.

Proqnozlar 2021-ci ildə pandemiya nəticələrinin azalmasını ehtiva etsədə bu yaxşılaşma pandemiyadan əvvəlki dönəmdəki inkişaf səviyyəsindən belə aşağıda olacaqdır. Proqnozlar pandemiyanın iqtisadiyyata vuracağı zərbənin 9 trilyon dollar olacağını ifadə etməkdədir(Şəkil-2).

Şəkil-2. Pandemiya nəticəsində hesablanan gözlənilən məcmu məsul buraxlışı itkiləri



Sources: IMF, *World Economic Outlook*; and IMF staff calculations.

Nəticə

Pandemiyanin səbəb olduğu situasiya həqiqətən qlobal bir böhrandır, çünki heç bir ölkə bu prossesdən kənar qala bilmir, İEO və İEOÖ də tənəzzül yaşamaqdadır. Proqnozal dünyanın 170 ölkəsində adambaşına düşən ÜDM də kəskin azalmanı və Çin istisna olmaqla inkişafda olan ölkələrdə ortlama 2,2% bir geriləmənin İnkişafda Olan Ölkələrdə 1%-lə müşahidə olunacağı yöndədir(IMF, 2020).

Pandemiya ilə sürətlənən böhranın pozitiv senarisi onun 2021-ci ildə durğunlaşaraq nəticələrin aradan qalxması və 2020-ci ilin 3%-lik bir geriləmə ilə başa vurmasını göstərsə də, biz ən pis senariyə yəni epidemiyanin növbəti ilə dək davam etməsi ilə azalmanın 8%-ə qədər müşahidə olunmasına da hazır olmalıyıq. 2008-ci il böhranın maliyyə-bank sisteminə ciddi təhlükə doğuran likvidlik probelmlərinin daha çox sərmayə və stress testlərin tətbiqi ilə sərtləşən bank mexanizmləri ilə möhkəmləndirilməsi bank sektorunun böhrana qarşı dayanıqlığını daha uzunmüddətli etməkdədir. Ancaq bank sektorunda müşahidə olan bank hissə sənədlərinin dəyər itirməsi böhranın dərinləşməsi ilə bankları da öz ağuşuna almasını mümkünsüz etmir.

Böhranın nəticələri ilə bağlı senarilər müxtəlif olsada dəqiq və vahid olan Mərkəz bankları, dolaysı ilə pul-kredit və maliyyə siyəsətini icra edən dövlətin yenə də iqtisadiyyatda böhranlı situasiyada əsas atribut olması məsələsidir. Bununla yanaşı epidemiyanin qloballaşması və bir sıra iqtisadiyyatların epidemiyanın daha möhkəm təsir etdiyi turizm, əyləncə, qonaqpərvərlik və xidmət sektorların ciddi zərbələr vurması böhranın nəticələrinin aradan qaldırılması məsələsində birlikdə mübarizə aparılması məsələsini zəruri edir. Böhrandan əziyyət çəkən həssas ölkələrin dəstəklənməsi, likvid pula, kredit ehtiyacı duyan iqtisadiyyatların müvafiq maliyyə vasitələri ilə təmin edilməsi və bu yolda beynalxalq maliyyə insitutların vəhtətli iştirakı, bazarın yenidən sağlamlaşdırılması və maliyyə sabitliyi risklərinin nəzarət altına alınması üçün beynalxaq müstəvidə kooperativ əməkdaşlığı labüd etməkdədir.

Ədəbiyyat Siyahısı:

1. Dilek Erdoğan Krumlu. Makroiktisad və Para-Banka-Kredi. Pegem yanın evi-2018.
2. Kuyucuklu Nafiz. İktisadi olaylar tarihi, İstanbul Universitesi Yayın No 2902. İstanbul- 1982
3. Nere, Jacques,(tərcümə Vamık Toprak)`` 1929 Krizi. Ankara İktisadi və Ticari İlimler Akademisi yayımları. No-134.Ankara-1980
4. Küresel Finasal Kriz(2007-?) Ortaya çıkaran Nedenler, Krizin Etkileri, Krizden Kısmi Çıkış ve Mevcut Durum. Mühasibe ve Finasman Dergisi. Hüseyn Ali Kutlu,N.Savaş Demirci. Ekim\2011. Səh-122.
5. Hedlund, Erik-Khan, Hasim. The subprime crisis, Chalmers University of Technology, Gotenburg-2009.
6. Jaffee Dwight, The U.S Subprime Mortage Crisis. The World Bank Washington-2008
7. Sapir, Jacques `` Global finance crisis``. Real-World Economics Review. No 46, pp/82-111(84)
8. Ashcraft, Adam-Schuermann, Til. `` Understanding The securitization of Subprime Mortgage Credit`` Federal Reserve Bank of NEW York Staff Reports. No-318.
9. Hedlund, Erik-Khan, Hasim. The subprime crisis, Chalmers University of Technology, Gotenburg-2009.
10. Sanders, Anthory ``The subprime crisis anda its role in the financal crisis``. Journal of Housing Economics, No 17, pp 254-261
11. Alantar, Doğan. ``Küresel Finansal Kriz: Nedenleri ve Sonuçları Üzerine bir Değerlendirme`` Maliye Finans Yazıları. No 81. 2008
12. Dooley, Michael- Hutchison, Micheal.`` Transmission of the U.S subprime crisis to emerging markets: Evidence on the decoupling-recoupling hypothesis`` Journal of international Mone and Finance. No. 28/pp.1331-1349
13. Faiola, Anthony. ``U.S Downturn dragging World Into Reccession. 2009.
14. https://blogs.imf.org/2020/04/14/the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression/
15. https://www.nytimes.com/2020/03/21/business/economy/coronavirus-recession.html
16. https://markets.businessinsider.com/news/stocks/coronavirus-could-spark-greater-depression-dr-doom-nouriel-roubini-warns-2020-3-1029027839

17. https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48867601
18. https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/deep-global-recession-in-2020-as-coronavirus-crisis-escalates-02-04-2020
19. https://www.cnbc.com/2020/04/03/coronavirus-way-worse-than-the-global-financial-crisis-imf-says.html
20. https://www.ft.com/content/be732afe-6526-11ea-a6cd-df28cc3c6a68
21. https://www.project-syndicate.org/commentary/coronavirus-greater-great-depression-by-nouriel-roubini-2020-03

Qlobal Maliyyə-valyuta Arxitekturasında Yeni Valyuta Sisteminin Yaranması Zərurəti

Bəhruz ƏLƏKBƏROV

bahruzalekberov@yahoo.com

Xülasə

Məqalədə qlobal maliyyə-valyuta arxitekturasının tərkib hissələrindən olan beynəlxalq valyuta sisteminin təkamülü və son valyuta sistemi olan Yamayka valyuta sistemində mövcud olan boşluqlar barədə, eyni zamanda bu boşluqlardan irəli gələn yeni valyuta sisteminin yaradılması haqqında fikirlər öz əksini tapmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, müasir qlobal maliyyə və valyuta arxitekturası qlobal dəyişikliklərin astanasındadır. Əlbəttə ki, müasir valyuta sisteminin stabilliyi yüksək səviyyədə dollar və avronun vəziyyətindən asılıdır, lakin yaxın gələcəkdə bəzi regional valyutaların onların alternativ hissəsinə çevrilməsi gözlənilir. Bəzən tarixdə baş verənləri diqqətlə öyrənmədən yeni islahatların həyata keçirilməsi risklidir. Bu islahatlar hazırda sürətli iqtisadi inkişafa çata bilmir. Burada əvvəllər konkret regionların və valyutaların iştirakı mövcud idisə, indiki zamanda artıq yeni fiqurların meydana çıxması iqtisadi prosesləri daha da qarışdırır. Bu fiqurlar kimi Cənub-Şərqi Asiya, Çin, Yaponiya, Avstraliya, Okeaniya, Koreya və Hindistan kimi ölkələrin həyata keçirdiyi iqtisadi qərarları qeyd edə bilərik. Qeyd olunanlarla yanaşı, yeni valyuta sisteminin yaradılması məsələsi beynəlxalq müstəvidə, yəni iqtisadi və siyasi əhəmiyyəti böyük olan sammitlərdə, konfranslarda səslənməkdədir. Məqalədə G20 sammitində, BRİCS ölkələrinin sammitində, ASEAN və əlavə altı ölkəni özündə birləşdirən konfransda müzakirə edilən müvafiq məsələlər barədə qeydlər mövcuddur. Eyni zamanda məqalədə mövcud valyuta sisteminin davam etməsi tərəfdarı olan bir sıra ölkələrin sözügedən iclaslarda qeyd olunan məsələlərin müzakirəsindən boyun qaçırması nəticəsində yeni valyuta sisteminin yaradılması istiqamətində aparılan cəhdlərin müvəffəq olmaması ilə bağlı məsələlər öz əksini tapmışdır.

Açar sözlər: Valyuta Münasibətləri, Qloballaşma, Yamayka, G20.

Giriş

Beynəlxalq valyuta sisteminin mahiyyəti və formalaşması

İqtisadiyyatda ticarət münasibətlərinin, eyni zamanda ticarət əlaqələrinin inkişafı və genişlənməsi üçün dünya təsərrüfat sistemində aparıcı element kimi təzahür edən beynəlxalq valyuta münasibətləri mühüm rol oynayır. Hər bir ölkə öz iqtisadi təhlükəsizliyinin təmini üçün valyuta münasibətlərini düzgün və sistemli formada qurmaqda maraqlıdır. Bunun həyata keçirilməsi üçün pul tədavülünün nizama salınması, müxtəlif valyuta əməliyyatlarının həyata keçirilməsi, qiymət strategiyası və siyasətinin düzgün qurulması önəmlidir. Beynəlxalq valyuta münasibətləri ümumi anlayış kimi özünü büruzə verir. Burada valyuta münasibətlərinin vahid bir tərkibdə çıxış etməsi baxımından valyuta sistemini qeyd etmək olar. Çünki hər bir münasibətin formalaşmasının, eyni zamanda inkişafının vahid sistem daxilində cərəyan etməsi önəmlidir.

Digər tərəfdən, qlobal maliyyə-valyuta arxitekturası mahiyyət etibarı ilə mürəkkəb struktura malik olmaqla, iqtisadi sferada bir sıra elementləri özünə birləşdirir. Bu elementlər qarşılıqlı surətdə bir-biri ilə əlaqədə olur və sistemin təkmilləşməsinə bilavasitə təsir edir. Bu elementlərdən biri kimi biz dünya valyuta sistemini qeyd edə bilərik.

Dünya valyuta sistemi beynəlxalq standartların və müqavilələrin məcmusu kimi müəyyən edilir, valyuta böhranları haqqında xəbərdarlıq məqsədiylə və onların hücümları zamanı yardım göstərilməsi üçün dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən təsis edilir. Sözügedən münasibətlərin əsas məqsədlərindən biri kimi maliyyə və iqtisadi stabilliyin təmin olunması üçün mühüm şərtlərin formalaşdırılmasını qeyd etmək olar. Bu məqsədin həyata keçirilməsi üçün dünya

valyuta sistemi özlüyündə məhsul və xidmətlərin mübadiləsini, eyni zamanda kapitalın qlobal sferada hərəkətini tənzimləməyə imkan verən fəaliyyət istiqamətinin formalaşdırılmasını təmin edir. (Fahri & Maggiori, 2017). Beynəlxalq valyuta münasibətləri bərkidilmiş təşkilati forma kimi dövlətlərarası razılaşmalar əsasında dünya valyuta sistemində əks olunur. Bir çox sistemlər kimi valyuta sistemi də bir sıra elementləri özündə ehtiva edir. Bu elementlər əsas etibarilə valyuta, valyuta məzənnəsi, valyuta bazarı, valyuta pariteti, valyuta nəzarəti, valyuta likvidliyi, valyuta münasibətlərində əsas subyekt kimi iştirak edən orqanlar və tənzimləyicilərdir. Beynəlxalq valyuta sisteminin formalaşması bilavasitə milli və regional valyuta sistemlərinin mərhələli şəkildə bir-birinə inteqrasiyası nəticəsində baş vermişdir və hazırki vəziyyətinə müxtəlif təkamül mərhələləri keçərək çatmışdır. Belə ki, beynəlxalq valyuta sistemi milli iqtisadiyyatların və ya milli təsərrüfatlarınn ölkə sərhədlərini aşaraq müxtəlif ölkələrə yayılması nəticəsində yaranmışdır.

Müasir dövrə kimi mövcud olan beynəlxalq valyuta sistemlərinin təkamülü və xüsusiyyətləri

Dünya valyuta sistemi birdən-birə yaranmamış və müxtəlif inkişaf mərhələləri keçmişdir. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, hər bir sonrakı mərhələ özündən əvvəlki mərhələnin davamı kimi özünü büruzə vermişdirş Buna görə də yeni valyuta sisteminin yaradılması fikrinin formalaşdırılması üçün əvvəlki valyuta sistemləri barədə məlumatların qeyd edilməsi vacibdir. (Кондратов, 2016).

- Paris - 1816-1914;
- Genuya - 1922-1944;
- Bretton-vudz - 1944-1976;
- Yamayka - 1976- bu günə kimi.

Dünya valyuta sistemlərinin ilki Paris valyuta sistemidir. Bu sistemdə ticarət münasibətlərində mübadilə və ödənişlərdə qızıl sikkələrdən istifadə olunurdu. Səbəblərdən biri kimi o zaman milli, eyni zamanda beynəlxalq valyuta sistemləri mahiyət etibarı ilə eyni əhəmiyyət kəsb edirdi. Bundan əlavə, dünya pulu funksiyasını qızılın yerinə yetirməsi və ödəmələrin qızılın çəkisi əsasında həyata keçirilirməsi həmin dövrdə əsas tendensiya idi. Bu səbəblərin meydana çıxması həmin valyuta sistemində qızıl standartının tətbiq olunmasına zəmin yaradırdı. Tarixə nəzər saldıqda qızıl standartının aşağıdakı növlərinə rast gəlmə mümkündür:

- Qızıl sikkə standartında dövlət istədiyi kimi qızıl sikkələri sataraq qızılın dövriyyə sistemində fəal çəkiyə malik olmasını təmin edirdi.
- Qızıl külçə standartında azad formada qızıl sikkələr kəsilir, bununla yanaşı maliyyə, pul-kredit orqanlarının nəzarəti ilə qızıl külçələrin satışı həyata keçirilirdi və ən əsası isə qızıl külçə standartında qızıl sikkələr dövriyyədə olmurdu.
- Qızıl valyuta standartında qeyd olunan qızıl standartı əsasında mövcud olan maliyyə və kredit orqanlarının milli valyutanı xarici valyutaya mübadilə etmə prosesi həyata keçirilirdi.

Beynəlxalq valyuta sisteminin ikinci mərhələsi 1922-ci il və 1944-cü il tarixlərini əhatə edən Genuya sistemi hesab olunur. Bu valyuta sistemi ödəniş vasitəsi kimi tək qızılın deyil, bununla yanaşı beynəlxalq miqyasda istifadə olunacaq valyutaların meydana çıxmasını əsas götürürdü. Genuya şəhərində baş tutan beynəlxalq konfransda bir sıra qərarlar qəbul olundu. Sözügedən kofransda ödəmə vasitəsi kimi qızıl, eyni zamanda funt-sterlinq ilə bərabər ABŞ dollarının da beynəlxalq

hesablaşmalarda istifadə olunmağı qərara alındı. Buna səbəb kimi, kapitalist ölkələrinin qızıl resurslarının xarici-iqtisadi, ticarət əməliyyatların nizama salınmasında kifayət olmaması əsas gətirilirdi. Buna uyğun olaraq, beynəlxalq ödəmə vasitəsi kimi qəbul olunmuş ABŞ dolları və ingilis funt-sterlinqi valyuta deviz standartı adını aldı.

İkinci dünya müharibəsinin nəticələri Genuya valyuta sisteminin iflasına şərait yaratdı. Bu məqsədlə 1940-cı il tarixinin başlanğıcında ABŞ-dan olan Qarri Dekster Uayt, həmçinin Birləşmiş Krallıqdan olan Con Meynard Keyns yeni valyuta rejiminin qurulması üçün alətlərin və üsulların yaradılmasını tövsiyə etdilər. Bununla əlaqədar, 1944-cü ilin 1-22 iyul tarixi arasında ABŞ-ın Bretton-Vudz şəhərində BMT-nin maliyyə məsələlərinin müzakirəsi məqsədilə təşkil edilmiş Beynəlxalq konfransı öz işinə başladı. Burada alınan qərarlardan biri və əsası yeni valyuta sisteminin yaradılması oldu. Bu konfransda alınan qərarların nəticəsində Beynəlxalq Valyuta Fondu və Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı yaradıldı. Bundan əlavə, yeni valyuta sisteminin formalaşmasında bir sıra məqsədlər var idi və onlardan bir neçəsi aşağıda qeyd olunmuşdur: (Красавина, 2017).

1. Geniş azad ticarətin yüksək səviyyədə bərpa edilməsi;
2. Sabit beynəlxalq hesablaşmalar sisteminin sabit valyuta məzənnələri əsasında yaradılması;
3. Valyuta münasibətlərindən asılı olaraq yaranan xarici ticarət balansındakı çətinliklərin aradan qaldırılması.

Bretton-vudz valyuta sistemi dolları ABŞ-ın iqtisadi və siyasi maraqlarını təmin edən imtiyazlı və önəmli valyuta etdi. Təcrübədə dollar xarici ticarət hesablaşmalarında birbaşa olaraq təkbaşına hegemonluq və vasitəçilik edirdi. Sözügedən sistemdə ABŞ-ın maraqları ön planda olduğu üçün bu hal digər ölkələr tərəfindən düzgün qarşılanmadı və Avropa Birliyində olan ölkələrin, Yaponiya kimi ölkələrin təyziqləri bu sistemin daha da qüvvədə qalmasına şərait yaratmadı. Beləliklə, bu valyuta sistemi dünya təsərrüfatının tələbatlarını qarşılıya bilmədi. 1960-cı illərin axırı 1970-ci illərin başlanğıcında ənənəvi iqtisadi rejimdə yeni bir böhran baş verdi və 1971-ci ildə BVF valyuta kurslarının paritetdən kənarlaşması həddini mənfi və müsbət yöndə 2.25 %-ə qədər genişləndirdi və bir il sonra müəyyənləşdirilmiş kurs sistemi çökməyə başladı.(Линкевич, 2016).

Beynəlxalq valyuta sisteminin əsas və müasir inkişaf mərhələsi 1976-ci ildən başlanır. Belə ki, Yamaykada 20 ölkənin nümayəndələrinin iştirakı ilə keçirilmiş konfrasda dünya valyuta sisteminin yenidən formalaşdırılması ilə əlaqədar müzakirələr aparılmış və qərar qəbul edilmişdir. Bunun nəticəsi olaraq, 1978-ci ildə Yamayka sazişi Beynəlxalq Valyuta Fondunun bir çox üzvü tərəfindən təsdiqləndi. Elə qeyd olunan dövrdən Yamayka valyuta sistemi adlanan sistemin qəbul olunmuş prinsipləri həyata keçirilməyə başladı və qüvvəyə mindi. Bu sistemə uyğun olaraq valyuta münasibətlərini aşağıdakı prinsiplər əsasında qurulur: (Александровна, 2016).

- Qızıl standartının rəsmi olaraq ləğv edilməsi;
- Qızılın demonetizasiyası, yəni qızılın dünya pulu funksiyası kimi ləğv edilməsi;
- Qızıl paritetləri və ya valyutaların qızılla bağlanması qadağan edildi;
- Ehtiyat valyutalar rəsmi olaraq tanındı: ABŞ dolları, Almaniya markası, İngiltərənin funt sterlinqi, İsveçrə frankı, Yapon yeni və Fransız frankı;
- Sərbəst üzən valyuta kursu, yəni valyutaların beynəlxalq valyuta bazarında tələb və təklif əsasında formalaşması müəyyən edildi;
- Dövlətlər tərəfindən valyuta kursunun müstəqil müəyyən edilməsinə şərait yaradıldı.

Yeni qlobal valyuta sisteminin yaradılmasına dair müxtəlif fikirlər

Yamayka valyuta sisteminin struktur prinsipləri, 60-cı illərin ortalarından başlayaraq, təxminən 10 il ərzində sürətli inkişaf yolu keçmişdir. Təbiidir ki, bu sistemin qurulması başda ABŞ olmaqla, əsas etibarı ilə inkişaf etmiş ölkələrin maraqlarını təmin edirdi. 20-ci əsrin sonlarından başlayan bir sıra proseslər, o cümlədən, iqtisadiyyatın qloballaşması, dünyanın çoxqütblü olması, aparıcı iqtisadi və maliyyə mərkəzləri arasında qüvvələrdə yaranan disbalans artıq bu sistemin nəzərdə tutulan şərtlərinə əməl olunmaması faktorlarını meydana çıxardı.

Fransız iqtisadçısı Mark Uzan, yeni valyuta sisteminin yaradılması haqqında öz fikirlərini açıqca ifadə etməsi ilə seçilir. Uzan qeyd edir ki, "Qlobal Mərkəzi Bank ideyası özünü doğrultmadı, qlobal çoxtərəfli tənzimləmədə maliyyə arealının tənzimlənməsi və nəzarətdə saxlanılmasına lazımi diqqət ayrılmadı, milli iqtisadiyyatlar öz valyuta kurslarnın rejimlərini seçərkən şəffaflıq təmin etmədilər. Nəticə etibari ilə biz yeni qlobal valyuta sisteminin "arxitekturasını" hazırlamalıyıq. G20–nin yeni qlobal valyuta sistemi barədə cəhdləri vardır. Bu vaxta qədərki iqtisadi böhranlarda ABŞ-ın mövqe itirməsi, milli iqtisadiyyatların makroiqtisadi siyasətlərinin uzaqlaşan koordinasiyasının əskikliyi buna birinci səbəblərdir. Hesab edilir ki, yaxın zamanlarda yeni qlobal valyuta sistemi haqqında iriçaplı addımlar atılacaqdır.

Qlobal valyuta sisteminin gələcək inkişaf perspektivləri haqqında bir çox fikirlər səslənməkdədir. Bu fikirlərdən biri beş sürətlə inkişaf edən ölkədən ibarət olan qrupun (BRICS) 4-cü sammitində (Dehlidə) səslənmişdir. Onlar qlobal valyuta sistemində valyutalar səbəti modelindən istifadəni irəli sürmüşdülər. ABŞ tərəfindən həyata keçirilən sanksiyalar buraya daxil olan ölkələr tərəfindən proteksionist tədbirlərin görülməsinə zəmin yaratdı. Qeyd etmək lazımdır ki, buraya Braziliya, Rusiya, Hindistan, Çin və Cənubi Afrika dövlətləri daxildir. Sözügedən fikrin məqsədi ticarətdə ABŞ dollarına qarşı xüsusi mövqe tutaraq, öz əməliyyatlarının çərçivəsini qorumaqdır. (4th BRICS summit, 2012). Fikrin mahiyyəti sözügedən ölkələrin öz valyutalarının daxil olduğu bir valyuta səbəti modelinin yaradacağı və öz aralarında aparılan ticarət əməliyyatlarının qeyd olunan valyuta səbəti vasitəsi ilə həyata keçirilməsindən ibarət idi. Valyuta səbətinin özünəməxsus metodologiyası və valyuta münasibətlərindən irəli gələn qaydalarının olacağı gözlənilir. Bir sıra iqtisadçılar yeni qlobal valyuta sisteminin yaradılması üçün son tarixin keçdiyini iddia edirlər. Belə ki, böyük iqtisadi "hadisələrin"– böhran və şokların nəticəsində maliyyə və valyuta inteqrasiyasında qlobal çoxtərəfli tənzimləmənin yetərsiz olduğu milli iqtisadiyyatlar və xüsusi ilə inkişafda olan milli iqtisadiyyatlar böhran və bənzəri mənfi iqtisadi nəticə doğuran hadisələrlə üzləşməsi prosesi müşahidə edilmişdir.

Metod

Məqalədə istifadə olunacaq metodlar müxtəliflik xarakterinə malikdir. İlk öncə tətbiq ediləcək metod kimi təhlil metodunu qeyd etmək olar. Bu metod sistemin tərkib hissələrini elementlərinin öyrənilməsinə əsaslanır. Burada əsas məqsəd məqalədə istifadə olunacaq məlumatların əldə olunmasını təmin etməkdir. Bu məlumatların əldə edilməsi üçün bir sıra mənbələrdən istifadə nəzərdə tutulur və əldə olunan mənbələr ədəbiyyat siyahısı hissəsində qeyd olunur. Qeyd olunan metod vasitəsi ilə son zamanlar yeni dünya valyuta sisteminə dair mövcud və yarana biləcək informasiyaların toplanılması və təhlili məsələsi ön plandadır. Faktlar və məlumatlar əldə edildikdən sonra bu məlumatlar arasında əlaqənin müəyyən edilməsi prosesi həyata keçirilməlidir. Təhlil metodundan sonra məqalədə tətbiq ediləcək metodlardan biri də analiz metodudur. Analiz metodu araşdırılan bir qrup predmetlərinin öyrənilməsində əldə olunan biliyin digərlərinə tətbiq etməyə imkan verən vahid

strukturun yaradılmasına xidmət edir. Sintez metodu analiz zamanı dünya valyuta sistemləri haqqında əldə olunan məlumatları vahid sistemdə birləşdirməyə imkan verir. Elmi fəaliyyətdə olduğu kimi sözügedən məqalədə də analiz və sintez metodları bir–biri ilə sıx əlaqədədir. İnduksiya metodu faktlar əsasında ümumi hipotezin yaradılmasını təmin edir. Bu faktları öyrənərək və analiz edərək biz maliyyə-valyuta arxitekturasında ayrı sinifə malik olan beynəlxalq valyuta sisteminə aid olan hadisələrin ümumi və təkrar olunan xüsusiyyətlərini müəyyən edirik. Deduksiya metodu vasitəsi ilə məqalədə də araşdırılan məlumatlar əsasında fərdi nəticələrin sonda qeyd olunmasını təmin etməkdir.

Analiz

Yeni beynəlxalq valyuta siteminin yaradılmasına zəmin yaradan faktorlar

Səbəblərdən biri kimi biz heç bir "sistem"in zaman keçdikcə təkmilləşmədən öz mövcudiyyətini davam etdirə bilməz tezisini ortaya qoya bilərik. Belə ki, hər bir arealda mövcud sistemlər özünü təkmilləşdirərək "bəşəriyyətə xidmət edir". Dövlətlər özlərinin siyasətlərini təkmilləşdirir və nəticə etibari ilə insanlara daha yaxşı həyat standartları, siyasi azadlıqlar, fikir azadlıqları və s. verirlər. İqtisadiyyatlar özlərini təkmilləşdirərək liberal dəyərləri mənimsəyirlər, hər kəsin sahibkarlıq etmək hüququ olur, iqtisadi subyektlər bazarlara sərbəst sürətdə daxil ola bilir və oranı tərk edə bilirlər və nəticədə azad bazar iqtisadiyyatı formalaşır. Beynəlxlaq valyuta sistemi öz strukturunu bir neçə dəfə təkmilləşdirmişdir. Bundan əvvəli hissədə biz mövcud olan qlobal valyuta sistemlərinin tiplərini və hökmranlıq etdikləri zaman aralıqlarını göstərmişik. Lakin vaxt keçdikcə milli iqtisadiyyatlar təkmilləşdikcə və qlobal iqtisadi asılılıq başqa bir sözlə ölkələrin bir-birindən iqtisadi asılılığı artdıqca hazırki sistemində çatışmayan cəhətləri özünü büruzə verməyə başlayır. Məsələn, 1929-1933-cü illər "böyük depressiyasının" ayaq səsləri eşidilsədə onu qabaqlayacaq birbaşa tədbirlər icra edilə bilmədi. Yaxud da, 1970-ci illərdəki iqtisadi şoklar milli iqtisadiyyatalara birbaşa effekt etdikdə bununla bir çox milli iqtisadiyyatlar bacara bilmədilər. Qlobal kapital axınları, TMK-ların "nizamlanabilməyən" fəaliyyəti və s. bizə qloballaşmanın "menecmentə" tabe olmadığını göstərdi. Dünya iqtisadiyyatını və müxtəlif areallarını araşdıran iqtisadçıların mövqeyinə görə "qloballaşma" bir tendensiya kimi kontrol edilə bilməyən bir hadisədir. Biz hər nə qədər onun başlanğıcını 19-cu əsr hesab etsək də, həqiqətdə qloballaşma ilkin xarici ticarət əməliyyatlarından başlamışdır. Sadəcə onun inkişaf dövləri müəyyən vaxtlarda "yumulma" və "ekspansiya" mərhələlərinə keçmişdir.Lakin onun inkişafı heç vaxt dayanmamışdır. Qloballaşmanı bir proses kimi nəzərdən keçirdikdə isə onun ən vacib aspekti kimi iqtisadiyyatı, onun daxilində isə beynəlxalq valyuta sistemini görəcəyik. Beynəlxalq valyuta sisteminə hazırki zamanda baxdıqda onun kifayət qədər mürəkkəb olduğunu və bir çox "asanlıqlarla" birlikdə çoxlu "çətinlikləri" daxilində gizlətdiyini görəcəyik. Eyni zamanda mövcud valyuta sisteminin bu çətinliklərin öhdəsindən çətin gəldiyini, bununla yanaşı, sözügedən sistemin tənzimləmədə effektivliyinin zəiflədiyini müşahidə edirik. (Çağlar ve Dışkaya, 2018).

Qeyd olunanlardan əlavə, digər səbəb kimi biz qlobal valyuta sistemindəki qızılın mövqeyini müzakirə mövzusu kimi qeyd edə bilərik, çünki Yamayka valyuta sistemindən qızılın rəsmi çıxarılması ilə beynəlxalq ehtiyat aktivi kimi istifadəsi arasında ziddiyyət mövcuddur. Əlbəttə ki, qızıl standartına qayıtmaq barədə danışmırıq, lakin vaxtaşırı qızıl təcili ödəmə vasitəsi kimi istifadə olunur. Qızıldan istifadənin perspektivlərini qiymətləndirmək üçün 1990-cı illərin sonlarında imzalanmış Vaşinqton Qızıl Sazişini unutmamalıyıq və bu Saziş hər beş ildən bir nəzərdən keçirilir. Qızıl, ölkələrin beynəlxalq ehtiyatlarının mühüm bir komponenti kimi əks olunur. Ölkələr öz ehtiyatlarını tamamilə ABŞ dollarında və ya öz milli valutalarında saxlamır. Buna səbəb kimi, ABŞ tərəfindən hər hansı

təyziq nəticəsində və ya böhran vəziyyətində yarana biləcək iqtisadi problemlərə önləm almaq üçündür. Deyilənlərdən yeni valyuta sisteminin yaradılması üçün bir səbəb daha meydana çıxır. Beləki, Yamayka sistemindəki sözügedən boşluğun mövcudluğu yeni valyuta sistemində nəzərə alınmasının məqsədəuyğunluğu qeyd olunur. Başqa bir səbəb kimi isə biz ASEAN ölkələri və Çin Xalq Respublikası, Koreya Respublikası, Yaponiya, Avstraliya, və Hindistanın maliyyə inteqrasiyasına çox sürətlə qoşulduğunu gözardı etməməliyik. Dünya 2008-ci ildəki maliyyə böhranından sonra dəyişdi və BVF, ABŞ, Avropa ölkələri qlobal maliyyə üstünlüklərini qoruya bilmək üçün bir sıra addımlar atmağa məcbur oldular. Sözügedən ölkələr, eyni zamanda BVF, ABŞ və Avropa ölkələri bir-biriləri ilə münasibəti hal-hazırda iqtisadi sferada çıxılmaz bir vəziyyətin yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Bu vəziyyətdən çıxış yolu kimi vahid valyuta sisteminin təşkil edilməsini, eyni zamanda valyuta münasibətlərinə yeni forma verilməsini qeyd edə bilərik.

Hal-hazırki dövr iqtisadi müharibənin cərəyan etdiyi bir dövrdür. Belə ki, bu dövr ABŞ və Çin, ABŞ və Rusiya, ABŞ və Türkiyə, ABŞ və İran arasındakı münasibətlərin iqtisadi münasibətlərin necə gərgin olduğu vəziyyətini ortaya çıxarır. Bu münasibətlər dolayı və ya bilavasitə digər ölkələrin iqtisadi fəaliyyətinə təsir edir. Qeyd etdiyimiz ölkələr arasında bir ölkə var ki, o hər zaman "baş rol"da iştirak edir. Yeni valyuta sisteminin yaradılmasının bir səbəbi kimi də ABŞ-ın hegemonluğuna son vermək və dünya ölkələri arasında müəyyən səviyyədə də olsa, tarazlı valyuta münasibətlərinin tətbiqini həyata keçirməkdir. (Al, 2011). Çünki ABŞ-ın sahib olduğu dollar dünya miqyasında aparıcı valyutadır və bütün digər milli valyutaların aqibətini bilavasitə sözügedən valyuta təyin edir.

Yeni valyuta sistemi üçün gələcək perspektivlər

Yeni valyuta sisteminin formalaşması mürəkkəb, kifayət qədər mübahisəli və uzun bir prosesdir. Elmi iqtisadçıların mövqelərindəki fərqlər və ayrı-ayrı ölkələrin maraqları müasir qlobal maliyyə-valyuta arxitekturasında islahatların vahid strategiyasının hazırlanmasını çətinləşdirir. Yeni valyuta sisteminin yaradılması fikrinin bir forması kimi regional ehtiyat valyutaların yaradılması nəzərdə tutulur. Regional ehtiyat valyutaların mövcudluğu ticarət bölgələri daxilində tarazlığı bərpa etmək məqsədi güdür. Buna misal kimi, Avropa Birliyi, Asiya Sakit Okean, MDB bölgələri daxilində beynəlxalq ticarətin bir neçə ehtiyat valyuta ilə tənzimlənməsi nəzərdə tutulur. Lakin bunun reallaşması üçün ən azı 10-15 il zaman gərək olacaqdır. Hətta bu islahatın həyata keçməsi belə qısamüddətli xarakterdə olarsa, qlobal valyuta sistemindəki yeni dağıdıcı nəticələrə səbəb ola bilər. Buna görə də əgər bu baş verəcəksə, planlı və məqsədli, eyni zamanda proqnozlaşdırılmış şəkildə təmin olunmalıdır.

21-ci əsrdə baş verən qlobal maliyyə və iqtisadi böhran Yamayka pul sistemini açıq-aşkar problemli bir sistem olduğunu sübut etdi. Bu hökm onun əlçatmazlığını və artıq dünyada valyuta və iqtisadi münasibətlərin sabitliyini təmin edə bilməməsi tendensiyasını qarşıya çıxardı. Bu məsələnin geniş kontekstdə müzakirəsi G20 iqtisadi forumlarının gündəliyində baş verir və burada iştirak edən subyektlər tərəfindən ətraflı müzakirə edilir. Yeni dünya valyuta sisteminin yaranması dünyada nəinki dünya iqtisadi siyasətini təyin edəcək, eyni zamanda dünyada öz maraqlarını diktə edən bir sıra "hökmdarların" kölgəsindən çıxacaqdır. Bu gün qloballaşan bir iqtisadi sistem aspektində artıq maliyyə aktivləri bir neçə ölkələrin əlində cəmləşməyəcək, bu sistemin tətbiqi nəticəsində dünya ölkələrinin üçdə ikisinin bu aktivlərdən yararlanacağı proqnoz kimi ön plandadır. Bu fikirlərdən ən realı kimi ASEAN-a üzv ölkələrin və Çin Xalq Respublikası, Koreya Respublikası, Yaponiya, Avstraliya, Yeni Zelandiya və Hindistanın maliyyə inteqrasiyasından bəhs etmək daha məqsədəmüvafiq olar. İnkişaf etmiş maliyyə infrastrukturu olan sözügedən ölkələr çox yaxın

gələcəkdə Şanxayda və ya Sinqapurda keçirilən maliyyə konfransında dünyaya yeni Asiya valyuta sisteminin qəbul edilməsini müzakirə edə bilər. Əvvəllər mövcud olan dörd dünya valyuta sistemindən ikisi Avropada, ikisi ABŞ-da qəbul edildi. İndi isə iqtisadçıların fikirlərinə görə artıq bu sistem Asiyada yaradılmalıdır.

Eyni zamanda 2019-cu ilin noyabr ayında Çində baş verən və daha sonra bütün dünyaya yayılan koronavirus pandemiyası iqtisadi cəhətdən bir sıra problemlərin meydana çıxmasına şərait yaratdı. Beləki, virusun yayılma səbəblərindən biri kimi kağız pullarda virusun olması söyləntiləri qlobal miqyasda artıq nağdsız hesablaşmaların genişlənməsinə bilavasitə təsir etdi. Ölkələrarasında yaranan beynəlxalq böhran vəziyyəti ölkələrin iqtisadi qərarlar alarkən bir daha düşünməsinə səbəb oldu. Ona görə də bu dövrdən sonra yeni valyuta sisteminin yaradılması meyili istisna edilmir. Burada əsas etibari ilə qloballaşmanın vahid şəkildə bütün dünyaya siraət etməsi nəticəsində iqtisadi sferada mübadilə və valyuta münasibətlərində elektronlaşmanın geniş yayılmasına təkan yaradacaqdır. Bundan əlavə 2019-cu ilin dekabr ayında Cənubi Koreyada bitkoinin rəsmi olaraq ödəniş vasitəsi kimi istifadəsinin icazə verilməsi qlobal valyuta münasibətinlərində çağdaş meyilin inkişaf göstəricisi kimi xarakterizə olunur.

Nəticə

Yuxarıda qeyd olunanlardan görünür ki, yeni valyuta sisteminin yaradılmasına dair bir sıra fikirlər, eyni zamanda mövcud valyuta sistemi barədə tənqidi münasibətlər meydandadır. Bir sıra nəticələr var ki, yeni valyuta sisteminin yaradılması şəraitində onlara nail olmaq mümkün olacaqdır. Bu nəticələr gələcəkdə müsbət tendensiya amillərinin və iqtisadi münasibətlərin transformasiya xüsusiyyətlərinin ölkələrarasında yaranan münasibətlərin stabil vəziyyətdə olmasına zəmin yaradacaqdır. Bu nəticələri biz aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

- ✓ Yeni dünya valyuta sisteminin tətbiqi nəticəsində ayrı-ayrı ölkələr heç bir maliyyə qurumundan asılı olmayacaqdır;
- ✓ Beynəlxalq ticarət və iqtisadi əlaqələrdə səmərəli fəaliyyət təmin olunacaqdır;
- ✓ Qlobal iqtisadiyyatda yaranan disbalansları avtomatik olaraq bərabərləşdirmək imkanı mümkün olacaqdır.

Yeni valyuta sistemi haqqında fikirləri ümumiləşdirərək, yeni valyuta sistemi barədə dörd ssenarini müəyyənləşdirə bilərik. Birinci ssenari kimi liberal ssenarini qeyd edə bilərik. Burada Beynəlxalq Valyuta Fondu və Dünya Bankı tərəfindən fəaliyyət istiqamətlərində inkişaf etməkdə olan ölkələrə diqqəti daha da artırmaq, spekulyativ əməliyyatları məhdudlaşdırmaq, BVF büdcəsini doldurmaq üçün SDR-dən daha effektiv valyuta səbətini yaratmaq və sonda BVF-nin funksiyalarını dəqiq müəyyən etmək kimi tədbirləri qeyd edə bilərik. İkinci ssenari radikal adlanır. Burada Yamayka valyuta sisteminin tamamilə ləğv edilməsi, sabit valyuta məzənnələrinə əsaslanan yeni bir sistemlə əvəz edilməsi, borc öhdəliklərinin ümumi şəkildə yenidən qurulması kimi məsələlər qeyd olunur. Üçüncü ssenarini utopik adlanan ssenaridir. Burada vahid dünya bankı və qlobal valyuta ilə vahid Dünya valyuta birliyinin yaradılmasını nəzərdə tutulur**.** Nəhayət, sonuncu ssenari kimi təkamül ssenarisi - valyuta münasibətlərini daha da dərinləşdirmək, ABŞ dollarını əsas dünya və ehtiyat valyuta mövqeyindən sıxışdırmaq, regional valyutaları gücləndirmək və inkişaf etdirmək, çox valyutalı ödəmələrin inkişaf etmiş şəbəkəsini yaratmaq məqsədi güdür.

Fikrimizcə qeyd olunanlardan real olanları liberal və təkamül ssenarilərdir. Əvvəlki valyuta sistemlərinin formalaşması təcrübəsi göstərir ki, qlobal valyuta münasibətlərinin hər hansı aydın quruluşunu yaratmaq üçün xeyli zaman tələb olunur, ona görə də hazırkı vaxtda biz kəskin

dəyişikliklər gözləməməliyik. Çox güman ki, liberal ssenariyə görə mövcud sistemin dəyişdirilməsi ilk baş verəcək və valyuta münasibətlərinin aktiv şəkildə inkişaf etməsi nəticəsində 21-ci əsrin ortalarında artıq öz yerini təkamül ssenarisinə verəcəkdir.

Gələcəkdə yeni valyuta sisteminin yaradılması təşəbbüsü Beynəxalq Valyuta Fonduna alternativ bir insitutun meydana gəlməsinə şərait yaradacaqdır. Bununla yanaşı, Yamayka valyuta sistemindəki boşluqların islahatlar yolu ilə yeni forma almasına təkan olacaqdır. Qeyd olunanlardan əlavə bir sıra amillər var ki, onlara gələcəkdə yeni valyuta sisteminin yaranması nəticəsində nail olmaq mümkün olacaqdır. Bunları aşağıda qeyd etmək mümkündür.

1. Dünya iqtisadiyyatında dövri dalğalanmaların beynəlxalq əmtəə bazarlarının qiymət dinamikasına təsirini azaltmaq;
2. Alternativ milli ehtiyat və dövriyyə alətlərinin tətbiqi ilə strateji xammal ehtiyatlarını sabitləşdirmək;
3. Dünya ölkələrinə risksiz xarici ticarət əməliyyatlarının birləşdirməsi üçün zəruri valyuta təchizatı ilə təmin etmək.

Ayrı-ayrı ehtiyat, dövriyyə və kredit alətləri əsasında çox instrumental standarta əsaslanan yeni bir dünya valyuta sisteminin tətbiqi beynəlxalq ticarət əlaqələrinin vəziyyətini yaxşılaşdırmağa, valyuta risklərini yumşaltmağa, Dünya Birliyinin aparıcı dünya valyutalarını buraxan ölkələrinin geosiyasi maraqlarından asılılığını azaltmağa kömək edəcəkdir.

Qeyd olunanlardan əlavə, qlobal maliyyə-valyuta arxitekturasında yeni valyuta sisteminin yaradılması tendensiyası baş verəcəksə, bu zaman arxitekturanın tərkib hissələri olan maliyyə bazarlarında, maliyyə təşkilatlarının funksiyalarında, maliyyə texnologiyalarının iqtisadi mühitdə əhəmiyyətində mümkün nəticələr əldə olunacaqdır. Təbiidir ki, bu nəticələrin müsbət və ya mənfi xüsusiyyətlər yaradacağı isə sonrakı mərhələlərdə özünü aktiv şəkildə büruzə verəcəkdir. Eyni zamanda dəyişən və inkişaf edən dünyada valyuta münasibətlərinin də inkişaf etməsinin şahidi olaraq, buna görə də rəqəmsal iqtisadiyyatın genişlənməsi artıq valyuta sistemində də elektronlaşmanın xarakterik xüsusiyyət almasına təkan verir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Красавина Л.Н. (2017). Реформы мировых валютных систем: ретроспективный и актуальный анализ, Деньги и кредит, 4, 14-23.
2. Линкевич Е.Ф (2013). Кризис ямайской валютной системы и возможные пути ее реформирования, Финансовая аналитика: проблемы и решения, 8, 11-16.
3. Кондратов Д.И. (2016). Современная мировая валютная система и перспективы ее развития, Белорусский экономический журнал, 1 (74), 42-60.
4. Александровна А. С. (2019). Эволюция мировой валютной системы, Вопросы студенческой науки, 3, 196-199.
5. AL İ. (2011). Uluslararası parasal sistemde alternatif arayışlar: dünya parasının uygulanabilirliği, Sosyal Bilimler Dergisi, 29, 131-142
6. Gourinchas P.O., Rey H.,Sauzet M. (2019). The International Monetary and Financial System.
7. Farhi E., Maggiori M. (2017). A Model of the International Monetary System.
8. Çağlar Ü., Dışkaya S.K. (2018.). Küreselleşme, uluslararası para sistemi ve kriz.
9. Narin M., Öznazik A. (2017). Uluslararası para sistemi ve Renminbinin yükselişi.
10. 4th BRICS summit, 29 March 2012, BRICS Partnership for Global Stability, Security and Prosperity, İndia.

11. G20 Summit, 25–26 October 2010, Reshaping Global Economic Governance and the Role of Asia in G20, Seoul, Korea.
12. https://dergipark.org.tr.
13. https://cyberleninka.ru.
14. http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/mirovaya-valyutnaya-sistema.
15. https://sdbullion.com/the-next-monetary-system.

Beynəlxalq Valyuta Bazarının Əməliyyat Xüsusiyyətləri

Elvin TAĞIYEV

97elvin@mail.ru

Xülasə

Məqalədə beynəlxalq valyuta bazarının regional və qlobal səviyyədə əməliyyatları öz əksini tapmışdır. Valyuta bazarı valyuta əməliyyatları üçün institusional, iqtisadi və funksional-texnoloji mühitdir. Valyuta bazarı alqı-satqı əməliyyatlarının aparılması və mütəmadi olaraq milli, regional və dünya əhəmiyyətli maliyyə mərkəzlərində həyata keçirilən valyutaların dövriyyəsi üçün mürəkkəb bir mexanizmdir. Milli, yerli və xarici valyuta əməliyyatları ilə rezident və qeyri-rezident valyuta bazarı əməliyyatları milli pul sistemi və daxili qanunvericiliyin standartlarına uyğun həyata keçirilir. Valyuta əməliyyatları ən gəlirli və buna görə riskli fəaliyyət növüdür. İqtisadi xarakterinə görə valyuta əməliyyatlarını aşağıdakı növlərə bölmək olar: valyuta sövdələşməsi, depozit-kredit əməliyyatları, xarici valyuta əməliyyatları və digər valyuta əməliyyatları. Regional valyuta bazarı bir neçə ayrı ölkənin qanunlarına uyğun olaraq müəyyən bir coğrafi bölgədə (Avropa, Latın Amerikası, Cənub-Şərqi Asiya) fəaliyyət göstərən valyuta bazarını başa düşür, xarici valyuta bazarları bu regional birliyə daxil olur və qanuni regional valyuta bazarında iştirak edən bütün ölkələr üçün icrası məcburi olan normalardır. Regional valyuta bazarının klassik nümunəsi vahid valyutası olan avro və Avropa Mərkəzi Bankı (AMB) olan Avropa bazarıdır. Beynəlxalq valyuta bazarı beynəlxalq hüquqa və ayrı-ayrı ölkələrin milli qanunvericiliyinə uyğun olaraq transmilli valyuta axınlarının hərəkətinə xidmət edir. Müasir şəraitdə ən əhəmiyyətli olan beynəlxalq valyuta bazarıdır. Bu qlobal səviyyədə fəaliyyət göstərən böyük bir bazardır. Qlobal bazar milli valyuta bazarlarının sadə məcmusu deyil. Onun institusional mənada fəaliyyət göstərməsi bir sıra beynəlxalq müqavilələrə, qanunlara, adətlərə əsaslanır və qlobal suveren əhəmiyyətə malikdir.

Açar sözlər: valyuta, regional, qlobal, iqtisadiyyat

Giriş

Müasir dünyada beynəlxalq pul və maliyyə münasibətləri dünya iqtisadiyyatında mərkəzi yerlərdən birini tutur və bazar iqtisadiyyatının mürəkkəb və çox mübahisəli bir sahəsini təmsil edir. Müasir valyuta bazarı, onun xarakterik xüsusiyyətləri və fəaliyyət xüsusiyyətləri beynəlxalq pul və maliyyə münasibətləri sahəsində mütəxəssislərin diqqət mərkəzindədir.

Məlumdur ki, sənayeləşmiş ölkələrdə valyuta bazarının fəaliyyəti hazırda iqtisadiyyat üçün istehsal və ticarət sahələrindən daha az əhəmiyyət kəsb etmir. Ardıcıl olaraq dərc olunan valyuta məzənnələri, onların dəyişmə amillərinin təhlili, valyuta bazarının bir çox göstəriciləri, inkişaf etmək üçün getdikcə artan proqnozları bu işin müasir dünya iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyətini bir daha inandırır.

Beynəlxalq iqtisadiyyatda inteqrasiya proseslərinin tempi daim artır, ölkələrin milli sərhədləri artıq beynəlxalq bazarın inkişafına mane olmur ki, bu da qlobal bazarda rəqabətin artmasına təkan verir. Yeni amillərin təsiri altında dünya valyuta bazarının fəaliyyəti daha mürəkkəbləşdi və tez-tez dəyişikliklərlə xarakterizə olunur. Bu baxımdan bu sahədə ən yaxşı beynəlxalq təcrübələrin öyrənilməsi, Azərbaycan və MDB ölkələri də daxil olmaqla, inkişaf etməkdə olan bazarlarda böyük maraq doğurur. Azərbaycanın dünya iqtisadi birliyinə inteqrasiyasında, Beynəlxalq Valyuta Fonduna, Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankına qoşulmasında Azərbaycanın açıq irəliləməsi gündəmə bir çox suallar qoydu, onların həlli ölkələrin topladığı müsbət təcrübənin təhlili və açıq və effektiv bazar iqtisadiyyatının formalaşması haqqında biliklərin köməyi ilə asanlaşdırıla bilər. Bundan əlavə, dünya bazarına tez və üzvi şəkildə çıxmaq və inteqrasiyadan maksimum fayda və üstünlük əldə etmək üçün beynəlxalq pul sisteminin inkişaf dinamikası və nümunələrinin daha dərindən öyrənilməsi zəruridir.

Qısa müddət ərzində beynəlxalq valyuta bazarının mühüm və ayrılmaz hissəsi olan milli valyuta bazarlarının öyrənilməsi böyük maraq və aktuallıq kəsb edir. Bunun ən bariz nümunələrindən biri, qısa müddət ərzində güclü milli valyuta bazarının və sabit bir valyutanın formalaşdığı və Asiya-Sakit Okean bölgəsində və ola bilsin dünyada ən vacib valyuta mərkəzi olmaq potensialına sahib bir ölkədir.

Beynəlxalq Valyuta Bazarının Regional Səviyyəsində Əməliyyatları

Regional valyuta bazarları müəyyən konvertasiya edilə bilən valyutalar, o cümlədən Sinqapur dolları, Səudiyyə rialı, Küveyt dinarı və digərləri ilə əməliyyatlar həyata keçirir. Avropa valyuta bazarı ən böyük regional valyuta bazarıdır.

Regional və milli valyuta bazarlarında əməliyyatlar yalnız məhdud sayda sərbəst konvertasiya edilə bilən valyuta ilə aparılır. Üstəlik, müasir rabitə vasitələri əsasında valyutanın alqı-satqısı gün ərzində həyata keçirilir, valyuta əməliyyatları bir tərəfdən digərinə, bir qitədən digərinə keçir. Nəticə etibarilə milli və regional valyuta bazarları bir-birinə bağlıdır və qlobal valyuta bazarının bir hissəsidir.

Regional valyuta tənzimlənməsi iqtisadi inteqrasiya birlikləri çərçivəsində, məsələn, Avropa Birliyi çərçivəsində, inkişaf etməkdə olan ölkələrin regional qruplarında həyata keçirilir.

Beynəlxalq birja valyuta bazarı xüsusi qurulmuş birja platformalarında valyuta ticarətidir. Hal hazırda beynəlxalq statuslu aşağıdakı əsas valyuta birjaları beynəlxalq valyuta bazarında üstünlük təşkil edir: Nyu-York, Tokio, London, Hong Kong, Frankfurt, Paris, Lüksemburq, Sinqapur. Universal London birjasından fərqli olaraq Yaponiya, Fransa və Almaniya Federativ Respublikasındakı valyuta birjaları əsasən məzənnələrin sabitlənməsi ilə məşğuldurlar, buna görə də onların beynəlxalq valyuta bazarındakı rolu az əhəmiyyət kəsb edir. Valyuta əməliyyatları həm fond, həm də əmtəə birjalarında, məsələn, Çikaqo Birjasında aparılır. (Буренин, 2014: 17).

Beynəlxalq valyuta birjalarında iştirak edənlərin ən böyük kateqoriyası hazırda valyutaların alqı-satqısı ilə əlaqədar xidmətlərinə görə komissiya alan brokerlərdir. Onlar, bir qayda olaraq, tez-tez broker şöbələri olan firmaların və ya kommersiya banklarının valyuta əməliyyatlarında ixtisaslaşmış muzdlu işçilərdir. Buna görə, birjada akkreditə olunmuş brokerləri vasitəsilə ixtisaslaşmış təşkilatlar həm müştərilərin hesabına, həm də özləri üçün (birja təşkilatı) fəaliyyət göstərə bilərlər. Beynəlxalq valyuta birjasında iki növ broker var: xidmət etdikləri birja quruluşunun gəlirində öz payına (payına) malik olmalıdır müstəqil mərtəbə brokerləri; qeydə treyderlər (qeydə treyderlər) - Beynəlxalq valyuta birjasında ayrı-ayrı iştirakçılar, öz pulları hesabına valyutalar alıb satırlar.

Hazırda birja sektoru beynəlxalq valyuta əməliyyatları həcminin yalnız 10% -ni, qalan 90% -i birjadan kənar valyuta bazarını təşkil edir. Birjadan fərqli birjada fərqli olaraq valyuta ticarəti yalnız transmilli maliyyə təşkilatları və ilk növbədə banklar (TNB) tərəfindən həyata keçirilir. İngilis praktikasında birjadankənar valyuta bazarına ümumiyyətlə OTC qısaltması deyilir .Bu bazarın, coğrafi cəhətdən dünyanın müxtəlif yerlərində yerləşən, telekommunikasiya ilə əlaqəli və xüsusi bir ticarət platforması (birjası) tələb etməyən tacirlərdən və vasitəçilərdən (anketçilərdən) ibarət olduğu aydın olur. Bu baxımdan beynəlxalq valyuta bazarının birjalı quruluşu çox vaxt bir çox bazar iştirakçılarının sistemi adlanır.

İnformasiya və texnoloji dəstəyi onun fəaliyyətinin vacib tərəfidir. valyuta bazarının əsas ötürülməsi sistemi SWIFT sistemi var (SWIFT - Worldwide Cəmiyyəti Maliyyə Telekommunikasiya) fəaliyyətini

1973-cü ildən bəri fəaliyyət göstərən özəl qeyri-kommersiya korporasiyası həyata keçirir. Süni peyklər vasitəsilə gündə ümumi dəyəri 400 trilyon dollara qədər olan 3 milyon mesaj verir. 1982-ci ildə SWIFT sisteminə alternativ olaraq Reuters informasiya sistemi, sövdələşmə valyuta xidmətləri göstərmək olar. Beynəlxalq xəbər agentliyi olaraq qalmış Reuters, xarici ticarət əməliyyatlarından illik gəliri 1 milyard avrodan çox olan elektron ticarət platformasının əsas təşkilatçılarından birinə çevrildi. 1993-cü ildə ilk elektron broker sistemləri meydana çıxdı, bunun sayəsində çoxsaylı kiçik iştirakçılara valyuta ticarəti verildi və vasitəçiliyə, xüsusən də iri bankların ehtiyacı olmadı. Üçüncü minilliyin əvvəlinə qədər elektron ticarət sistemləri dünya valyuta bazarının bütün əməliyyatlarının 70% -ə qədərini təşkil edirdi.

Beynəlxalq valyuta bazarının bütöv bir sektorunu iki bazara bölmək olar. Birinci əməliyyatda valyutaların alqı-satqısı fəaliyyətləri tənzimlənə və idarə oluna bilən təşkilati strukturlar (məsələn, kommersiya bankları) tərəfindən həyata keçirilir. İkinci bazarda valyuta alqı-satqısı əməliyyatları institusional strukturlar (şirkətlər) və fiziki şəxslər tərəfindən aparılır. Bunun üçün diler və brokerlərdən istifadə etmədən birbaşa bir-biri ilə İnternet və elektron telekommunikasiya şəbəkələri vasitəsilə əlaqə qururlar (Буренин, 2014: 17).

Ödəniş formasından asılı olaraq beynəlxalq valyuta bazarının seqmentlərini nağd və nağdsız ayırmaq lazımdır. Nağd bazar - ümumiyyətlə ixrac-idxal əməliyyatları üzrə hesablaşmalar, kommersiya banklarının və dilerlərin açıq valyuta mövqeyinin tənzimlənməsi, habelə beynəlxalq valyuta bazarında dərhal xarici valyutanın alınması və ya satılması zərurəti ilə əlaqəli digər valyuta alqı-satqısı bazarıdır. Beynəlxalq valyuta bazarının nağdsız seqmenti xarici ticarət əməliyyatlarının hesablanması, bank köçürmələri və qlobal maliyyə bazarında kapital hərəkətinin digər formaları: beynəlxalq investisiya, beynəlxalq fond bazarında xarici qiymətli kağızların alınması, beynəlxalq sığorta əməliyyatlarına və beynəlxalq kredit bazarındakı bütün əməliyyatlara xidmət göstərir.

Valyuta tələb və öhdəliklərinin yerinə yetirilmə müddətindən asılı olaraq bütün beynəlxalq valyuta bazarını iki sektora bölmək olar - cari və təcili. Spot bazarı, xarici valyuta ilə əməliyyatlar iki bank iş günündən çox olmayan müddətdə həyata keçirildiyi beynəlxalq valyuta bazarının bir hissəsidir.

Beynəlxalq valyuta bazarının törəmələri seqmenti daha uzun müddətə icra olunan əməliyyatları birləşdirir - 2 həftə, 1, 3, 6, 9 və 12 ay. Beynəlxalq valyuta bazarının törəmə seqmentində əməliyyatlar yarandığı anda təşkilati (1970-ci illərin əvvəllərində) hər ortada (ayın ortalarında) və ya sonda baş vermə baxımından həyata keçirilmişdir.(ayın sonunda). Beynəlxalq derivativlər bazarının sərbəst üzən məzənnə şəraitində genişlənməsi ilə (1970-ci illərin sonlarından etibarən) beynəlxalq derivativlər bazarında artan əməliyyatların həcmi təcili əməliyyatların aparılma tarixlərində daha çox rahatlıq tələb etdiyindən bu ciddi qayda ləğv edildi. Beynəlxalq törəmələr bazarının bütün əməliyyatları gələcəklə üz-üzədir. Struktur olaraq təcili beynəlxalq valyuta bazarı iki əsas sektordan ibarətdir: forvard və fyuçers. İqtisadi və hüquqi məzmun baxımından fyuçerslərin və forvard beynəlxalq valyuta bazarlarının fəaliyyət göstərməsi texnologiyası əhəmiyyətli dərəcədə fərqlidir.

Beynəlxalq Valyuta Bazarının Qlobal Səviyyəsində Əməliyyatları

Valyuta əməliyyatları ən gəlirli və buna görə riskli fəaliyyət növüdür. İqtisadi xarakterinə görə valyuta əməliyyatlarını aşağıdakı növlərə bölmək olar: valyuta sövdələşməsi, depozit-kredit əməliyyatları, xarici valyuta əməliyyatları və digər valyuta əməliyyatları (Алексей, 2014: 14).

Beynəlxalq valyuta əməliyyatlarının siyahısında əsas maraq valyuta sövdələşməsi ilə əlaqəli əməliyyatlardan qaynaqlanır. Bu konversiya əməliyyatları spot və forvard əməliyyatlarına bölünür.

Müasir valyuta bazarı bir çox iqtisadi, siyasi, psixoloji amillərin təsiri altında olan və onların dəyişməsinə dərhal reaksiya verən son dərəcə mürəkkəb və dinamik bir sistemdir. Maddi sahə ilə müqayisədə valyuta bazarı daha stoxastikdir, qeyri-müəyyənlik və gözlənilməzlik səviyyəsi daha yüksəkdir. Qlobal valyuta əməliyyatlarının aparılması obyektiv olaraq həmişə risklə əlaqələndirilir. Valyuta məzənnəsindəki mənfi dəyişikliklər səbəbindən itki vermə ehtimalı "valyuta riski" (məzənnə riski) termini ilə göstərilir (Буренин, 2014: 17).

Valyuta bazarı təkcə valyuta risklərinin yaradıcısı deyil, həm də onları xəbərdar edən bir sistemdir. Sığortaçı rolunu oynayır və sığorta əməliyyatı hedcinq adlanır. Hedcinq (İngilis dilindən. Hedge - hasar, qorunma) xüsusi valyuta əməliyyatları və üsullarının geniş sistemi istifadə edərək əldə edilir, lakin bunun üçün xüsusi təlim tələb olunur.

Hedcinq əməliyyatları, bir qayda olaraq, valyuta bazarının törəmələri seqmentində aparılır. Beləliklə, valyuta bazarının vacib bir funksiyası, törəmə xarici valyuta alətlərinin (törəmələri) alınması yolu ilə məzənnə dəyişkənliyi ilə əlaqəli riskləri minimuma endirməkdir. Valyuta bazarındakı risk dərəcəsinə gəldikdə, dörd əsas iştirakçı qrupu var.

1. Sahibkarlar - öz kapitallarını özləri üçün müəyyən məqbul bir riskə qoyurlar (bunlara kommersiya firması, kommersiya bankları daxildir). Eyni zamanda, məzənnədəki mənfi dəyişikliklərin nəticələrini məhdudlaşdırmaq üçün xarici valyuta törəmələrini satın alırlar.

2. İnstitusional investorlar - kapital qoyarkən, əsasən başqasının riskini minimuma endirmək üçün qayğı göstərənlər (bunlara maliyyə vasitəçiləri, komissiya şəklində gəlir əldə edən brokerlər, yəni əməliyyat məbləğinin müəyyən faizi daxildir).

3. Spekulyatorlar - imkanları daxilində müəyyən bir əvvəlcədən hesablanmış bir risk götürməyə hazır olanlar (bunlara məzənnə fərqləri şəklində gəlir əldə edən dilerlər daxildir).

4. Oyunçular - hər hansı bir risk almağa hazır olanlar. Oyunçunun hərəkətləri gözlənilməzdir.

Beynəlxalq valyuta əməliyyatlarının siyahısında əsas maraq valyuta sövdələşməsi ilə əlaqəli əməliyyatlardan qaynaqlanır. Bu konversiya əməliyyatları spot və forvard əməliyyatlarına bölünür.

Cədvəl 1. 2013-2018-ci illərdə dünya valyuta bazarının dövriyyəsi (milyard dollar)

Valyuta alətləri	İllər						Xarici valyuta alətləri 2013-cü illə müqayisədə 2015-ci ildə artım sürəti
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Spot	568	386	631	1005	1488	2046	360%
Forvad	128	130	209	362	475	680	531%
Valyuta svopları	744	663	975	1745	802	2282	307%
Seçimlər və digər alətlər	87	60	119	212	207	337	387%
Cəmi	1527	1239	1934	3324	3971	5345	350%

Mənbə: https://www.imf.org, 2018

Spot əməliyyatları, nəticələr bağlandıqdan sonra ikinci bank günü maksimum ödənilən valyuta əməliyyatları adlanır. Bu gün icra yerlərindən birində bir həftə sonuna düşərsə, icra tarixi (dəyər tarixi) ən yaxın iş günü olur. Əməliyyatlar zamanı və iş gününün sonunda xarici valyutanın gəlirləri və tədarükləri arasında balans yaranır, yəni tələblər və öhdəliklər. Bu tarazlığa ticarət mövqeyi deyilir.

Tələblər və öhdəliklər bir-birinə uyğun gəlmirsə, ticarət mövqeyi açıq ola bilər və ardıcıl olduqda bağlanıla bilər.

Uzun mövqe - xarici valyutanın alınması zamanı açıq (müsbət) mövqe yaranır; valyuta təchizatı tələbləri öhdəlikləri üstələyir.

Qısa mövqe - xarici valyutanı satarkən açıq (mənfi) mövqe yaranır; valyuta çatdırılma öhdəlikləri tələbləri üstələyir.

Firmalar əməliyyatlarda iştirak etdikdə spot əməliyyat aşağıdakı kimi aparılır. Müştəri müəyyən bir valyutanı başqa birinə qarşı almaq və ya satmaq üçün banka sorğu verir. Bir valyutanın qiyməti əsasən bir bank təşkilatının yayılması ilə müəyyən edilir. Bank kiçik əməliyyatlar üçün daha geniş yayılma yeri müəyyənləşdirir, çünki kursda əməliyyatların həyata keçirilməsi nəticəsində yaranan sabit xərclərə kompensasiya mövcuddur. Böyük, yüksək reytinqli firmalar üçün banklar daha geniş bir əməliyyat qarşılığında daha az mənfəət payına uyğun olan daha geniş yayılmış əməliyyatlar təklif edirlər. Bütün bunlar banklara müştərilərin valyuta əməliyyatlarından qənaətbəxş qazanc əldə etməyə imkan verir. Bundan əlavə, yayılma məhdud tirajlı valyutalar üçün böyük ola bilər, daha yüksək risklər və əhatə xərcləri ilə əlaqələndirilir. Spot valyuta əməliyyatlarında xüsusi yerarbitraj əməliyyatları, yəni məzənnə dəyişikliyindən ehtimal olunan qazanc əldə etmək üçün aparılan spekulyativ əməliyyatlar Arbitraj əməliyyatları bir çox maliyyə qurumları üçün əsas gəlir mənbəyidir (Vəliyev, 2008: 45).

Spot əməliyyatlarından fərqli olaraq, forvard valyuta əməliyyatları gələcəkdə çatdırılma ilə alınan və ya satılan xarici valyuta mübadiləsidir. Təcili əməliyyatların yayılması onların həm spekulyativ mənfəət əldə etməsinə, həm də kredit üzrə mal satarkən çox rast gəlinən valyuta risklərinin sığortalanmasına xidmət etməsi ilə əlaqədardır. Forward əməliyyatları 1970-ci illərdən bəri beynəlxalq pul münasibətlərinin və dünya valyuta bazarlarının liberallaşdırılmasından sonra fəal şəkildə istifadə olunur.

Digər əməliyyatlarla yanaşı, forvard valyuta törəmələri siyahısına daxil edilmişdir. Valyuta törəmələrinə forvard müqavilələri, valyuta svopları, opsionlar və fyuçerslər daxildir. Fyuçers istisna olmaqla, valyuta törəmələri ilk növbədə birjadan kənar bazarda satılır və nominal dəyərinin standart valyutası ABŞ dollarıdır. Valyuta törəmələri həm mənfəət, həm də zərər mənbəyi ola bilər.

Cədvəl 2. Fyuçers və forvard müqavilələri arasındakı əsas fərqlər

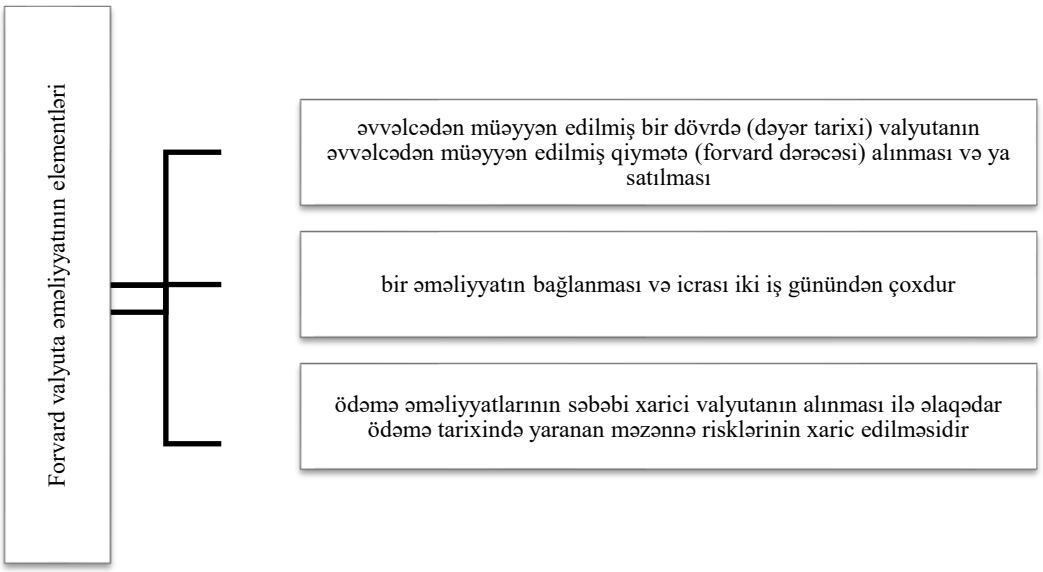
No	Fyuçers müqavilələri	Forward müqavilələri
1	Ölçüsü və çatdırılma tarixi ilə standartlaşdırılmış müqavilələr	Razılaşdırılmış ölçü və çatdırılma tarixi ilə müqavilələr
2	Müştəri ilə mübadilə arasında nəticə çıxarın	İki tərəf arasında nəticə çıxarın
3	Bazarda ticarət etmək asandır	Yetkinlik dövründən əvvəl satıla bilmir
4	Bütün müqavilələr dərhal qazanc və zərər ilə hər gün yeni bir bazar qiyməti ilə yenidən hesablanır.	Mənfəət və ya zərər müqavilə müddəti başa çatdıqda həyata keçirilir

Mənbə: Антонов В.А. (2014) Международные валютно-кредитные и финансовые отношения

Xarici valyuta fyuçersləri, xarici forvard müqavilələrindən fərqli olaraq standart birja müqavilələridir. Ən böyük fyuçers platformasında - Chicago Ticarət Birjasında (Chicago Merchantile Exchange, CME) - fyuçers müqavilələri avro, funt sterlinq, Yaponiya iyeni və İsveçrə frankı ilə satılır. CME-lərə valyuta fyuçerslərinin kotirovkaları ümumiyyətlə aşağıdakı formada dərc olunur.

Bu gün valyuta və maliyyə törəmələri, real pul əməliyyatlarının həcmindən əhəmiyyətli dərəcədə çox olan virtual əlavə yaratdı. İlk növbədə güvənə əsaslanan törəmə əməliyyatların səmərəliliyinə dair kiçik bir şübhə ilə bütün əlavələr dağıla bilər və bu, maliyyə bazarı böhranına və bütün maliyyə sisteminin çökməsinə səbəb ola bilər.

Sxem 1. Forvard valyuta əməliyyatının elementləri



Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən hazırlanmışdı (Голубовича А.Д. (2013) Международная торговля валютой: межбанковские операции на рынках развитых стран, виды сделок, курсы, методы расчетов.)

Metod

Məqalə işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Analiz

Məqalədə beynəlxalq valyuta bazarının əməliyyat xüsusiyyətləri öz əksini tapmışdır. Xüsusilə, beynəlxalq valyuta bazarının regional və qlobal səviyyədə əməliyyat xüsusiyyətləri analiz edilmişdir.

Nəticə

Beynəlxalq statuslu valyuta birjaları xüsusi aktlar və birja komitələri tərəfindən yaradılan və tənzimlənən rəsmi təşkilatlardır. Birjalarda ticarət valyutaları siyahı adlanır. Beynəlxalq valyuta birjalarında ən böyük transmilli kommersiya bankları və ixtisaslaşdırılmış pul qurumları diler və broker kimi fəaliyyət göstərir. Fərdi şəxslərin iştirakı mümkündür: brokerlər və dilerlər. Ən böyük çoxmillətli şirkətlər (TNC) beynəlxalq valyuta bazarlarında da fəaliyyət göstərir.

Beynəlxalq derivativlər bazarının fyuçers və forvard sektorları yalnız valyutaların alqı-satqısı zamanı deyil, həm də valyuta dəyişkənliyindən valyuta itkisi riskinin sığortası, ixrac-idxal əməliyyatlarının valyuta və kredit risklərinin sığortalanması, valyuta məzənnələrinin fərqindən spekulyativ mənfəət götürülməsi və meyarların formalaşdırılması üçün istifadə olunur. Valyuta məhdudiyyətləri ilə əlaqədar olaraq, sərbəst və azad olmayan valyuta bazarlarınıayırd etmək adətdir. Valyuta məhdudiyyətləri olmadıqda, valyuta bazarı sərbəst, valyuta məhdudiyyəti olduqda isə sərbəst adlanır.

Məzənnə rejimlərinə görə bir və ya ikiqat rejimiolan bazarlar fərqlənir. Valyuta bazarı tək bir rejimlə dəyişən məzənnələr ya təklif və tələb bazar qanunları əsasında müəyyən edilən - üzən adlanan və ya fiksasiya istifadə edərək sabit olan valyuta bazarını başa düşür. Fiksasiya, valyutaların kotirovka metoduna aiddir, mahiyyəti hər bir valyutaya tələb və tələbi ardıcıllıqla müqayisə edərək banklararası məzənnəni müəyyənləşdirmək və qeyd etməkdir. Təməl əsasında həm satıcı, həm də alıcının nisbətini təyin edin. İkiqat valyuta bazarında eyni vaxtda həm üzən, həm də sabit məzənnələr tətbiq olunur.

Ədəbiyyatlar

1. Vəliyev D.Ə. (2008). Azərbaycanın qlobal iqtisadiyyata inteqrasiyası. Monoqrafiya. Bakı, Adiloğlu
2. Алексей К. (2014). Международная макроэкономика, М.: Международные отношения
3. Антонов В.А. (2014). Международные валютно-кредитные и финансовые отношения, Москва, Издательство Юрайт
4. Буренин А. Н. (2014). Фьючерсные, форвардные и опционные рынки. М.: Тривола
5. Голубовича А.Д. (2013). Международная торговля валютой: межбанковские операции на рынках развитых стран, виды сделок, курсы, методы расчетов. М.: АО, АРГО
6. https://www.imf.org, 2018
7. www.blomberg.com, 2018
8. www.worldbank.org, 2018

Qloballaşan Dünyada Rəqabət Siyasəti Və İnkişaf Etməkdə olan Ölkələr

Ülfət Paşayev

ulfatpashayev@gmail.com

Xülasə

Bu məqalədə, dünya iqtisadiyyatında sərbəstləşmə nəticəsində ticarət və rəqabət siyasəti arasındakı münasibətlərin və qlobal rəqabət problemlərinin getdikcə önəmli rol qazanması və buna bağlı olaraq ortaq rəqabət qaydalarına gərək duyulması və inkişaf etməkdə olan ölkələrin rəqabət siyasəti problemləri üzərində durulacaqdır. İstehlakçı rifahı, iqtisadiyyatın əsas istiqamətlərindən biri olan rəqabətlə sıx əlaqədardır. Rəqabət, firmaları effektivliyə və istifadəçilərin tələblərinə qarşı daha diqqətli olmağa istiqamətləndirir. Rəqabət artımının gətirdiyi fayda qısa müddətli yox, davamlı olmağı tələb edir. Davamlı olan fayda öz təsirini aşağı qiymətlər, dəyər, keyfiyyət və mənfəətdə artım formasında əks etdirir. Rəqabət bazarında istehsakçıların istəklərinə və dəyişən bazar dinamikasına öz strategiyasını uyğunlaşdırmayan müəssisələrin uzun müddətli dövrdə bazarda fəaliyyətini davam etdirməsi mümkün deyil. Rəqabət siyasəti rəqabəti məhdudlaşdıran şirkətlər arasındakı müqavilələrə, mövcud vəziyyətin mənfi istiqamətdə istifadəsinə, birləşmələrə qarşı tətbiq edilməsinə baxmayaraq, qlobal rəqabət siyasətinin yoxluğunda rəqabət siyasətinin qaydaları təsirsiz qala bilər. Qloballaşma ilə birlikdə anti-rəqabət siyasəti getdikcə artmaqdadır. Sərbəst ticarət şərtlərində qlobal kartellər və qlobal birləşmələr kimi beynəlxalq anti-rəqabət siyasəti ortaya çıxmaqdadır. Ticarətlə bağlı beynəlxalq rəqabət problemləri getdikcə daha da vacib rola malik olmuşdur. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq kartellər mövzusunda hüquqlarını tələb etmələri çox çətindir. Bu mənada, inkişaf etməkdə olan ölkələr anti-rəqabət siyasətinə qarşı daha müdafiəsizdir. Nəticə olaraq, dünya ticarətinin qloballaşması effektiv siyasətlə qlobal rəqabət mühiti yaratmağı tələb etməkdədir.

Açar sözlər: Rəqabət, Ticarət, İqtisadiyyat, İnkişaf

Giriş

Bu məqalədə, dünya ticarətinin sərbəstləşməsi ilə qlobal miqyasda ortaya çıxan rəqabətlə bağlı problemlər, rəqabət siyasəti qaydaları çərçivəsində açıqlanacaqdır. Dünyanın sadəcə bir bazar olma prosesinə daxil olmasının, rəqabət şərtləri baxımından rəqabəti həm artıran, həm də uzun müddətli dövrdə rəqabəti təhdid edən təsirləri ortaya çıxmışdır. Kartellər, qlobal qruplaşmalar kimi proseslər əvvəllər təsirini əsas olaraq milli bazarlarda hiss etdirərkən, qloballaşma ilə birlikdə dünyanın tək bir bazar olma istiqamətinə irəliləməsi ilə bütün beynəlxalq ticarətə təsir edəcək formaya gəlib çıxmışdır. Necə ki , bir çox ölkədə fəaliyyət göstərən firmaların qruplaşması ilə əmələ gələn və dünya ticarətinə tək başına təsir edə biləcək bazar gücünə sahib olan beynəlxalq qruplaşmalar ortaya çıxmağa başlamışdır. Beynəlxalq qruplaşmaların üçüncü ölkələr üzərində, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr üzərində vacib təsirləri olmuşdur. Bir çox ölkələrin rəqabət səlahiyyətləri, ölkə sərhədləri xaricində və başqa ölkələrin hüquqi sahələri içərisində qalan bunun kimi vəziyyətlər qarşısında aciz qalmaqdadır. Qloballaşan iqtisadi şərtlərdə fərqli ölkələrin rəqabət siyasətləri və ticarət siyasətləri böyük həcmdə bir-biri ilə toqquşur. Rəqabət siyasətinin beynəlxalq arenada qarşılaşdığı beynəlxalq problemlərin, yeni beynəlxalq həll yollarına ehtiyac duyduğu, Dünya Ticarət Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı və Avropa Birliyi başda olmaqla müxtəlif platformalarda müzakirə olunmaqdadır. Bu çərçivədə, məqalədə rəqabət siyasətinin hədəflədiyi rəqabəti məhdudlaşdıran amillər, sərbəstləşən dünya ticarətində rəqabət və ticarət siyasəti münasibətləri, rəqabət siyasətinə bağlı olan qlobal münasibətlər əsas götürüləcək və bu mövzu inkişaf etməkdə olan ölkələr nəzərə alınmaqla incələnəcək.

Qlobal ticarət prosesi ölkələrin əmtəə alış-verişlərinin önündəki xarici ticarət maneələrini aradan qaldırmalarını və dünyanın tək bir bazar vəziyyətinə gətirilməsini ifadə etməkdədir. Bu prosesin

effektiv şəkildə işləyə bilməsi üçün ölkələr arasında müxtəlif sahələrdə, xüsusilə də anti-rəqabət siyasətinə qarşı izlənə biləcək siyasətlər mövzusunda əməkdaşlıq etməyinə ehtiyac var. Bunun ən böyük səbəblərindən biri ticarətin sərbəstləşdirilməsinin beynəlxalq bazarlarda kartelləşmənin qabağındakı maneələri aradan qaldırdığı fikrinin düşünülməsidir (Joekes & Evans, 2008).

Rəqabət tənzimləmələri mövzusunda qlobal miqyasda hər hansı bir sistem yaradılmadan sərbəstləşən dünya ticarətinin efektiv şəkildə işləyə biləcəyindən danışmaq mümkün deyil. Çünki, dünya ticarətindəki bu sərbəstləşmə prosesi, ölkələrin rəqabət siyasətləri arasında müəyyən dərəcədə uyğunlaşmanı və bəzi təməl prinsiplər üzərində uzlaşmanı məcburi hala gətirmişdir. Bu mövzu gələcəkdəki ticarət müqavilələrinin də ən başında duran əsas məsələ olacaqdır.

Metod

Məqalənin hazırlanmasında müqayisəli analiz metodundan istifadə edilmişdir. Dünyanın inkişaf etməkdə olan ölkələrində rəqabət bazarı araşdırılaraq qiymətləndirilmiş, inkişaf etmiş ölkələrdə müqayisə edilərək inkişaf prosesinin sürətləndirilməsi araşdırılmışdır.

Analiz

1. Sərbəstləşən dünya ticarətində rəqabət və ticarət siyasəti münasibətləri

Tam rəqabət bazarı ümumi mənada bazarda firmaların giriş və çıxış əngəli ilə rastlaşmadan bazar qiymətinin üstündə hər hansı bir qiymət müəyyənləşdirmə gücünün olmadığı bir bazar növü olaraq bilinir. Real dünyada bu ideal vəziyyətə demək olar ki, rast gəlinməməklə birlikdə dövlətin rəqabət siyasətinə bağlı vəzifəsi firmaları tam rəqabət bazarında hərəkət etmələrini təmin edəcək rəqabətin mümkün olduqca işləməsini təmin etməkdir. Müasir mənada rəqabət qanunu ilk dəfə 1890-cı ildə ABŞ-da ortaya çıxmışdır və bu qanunla, xüsusilə firmaların kartel firmalarından fərqli olaraq peyk firmalara çevriləcəyi halları qadağan etmək əsas məqsədlərdən biri oldu. Ancaq Amerikan rəqabət qaydalarında, Amerikanın mənfəəti baxımından xarici bazarlara dair rəqabət məhdudlaşmaları qəbul edilmişdir (Özsunay, 1985). Kartellər isə Almaniyada inkişaf etmiş və əsasən qiyməti müəyyənləşdirən kartellər olaraq ortaya çıxmışdır. Müharibədən sonra Almaniyanın kartel qanunu müharibəni qazanan ölkələr tərəfindən müəyyən edilmişdir. Avropa İqtisadi Birliyinin yaradılması da Avropada rəqabət hüququnun inkişaf etməsində effektiv olmuşdur.

Kartel, eyni sahədə işləyən iki və ya daha çox müəssisənin rəqabəti azaltmaq ya da ortadan qaldırmaq üçün hüquqi müstəqilliklərini itirmədən qəbul etdikləri müqavilə ilə yaratdıqları monopoliyadır. Birdən çox təşəbbüsün, bazarı idarə etmək və rəqabəti məhdudlaşdırmaq üçün qəbul etdikləri müqavilələrə də kartel müqavilələri deyilir. Kartel müqaviləsi müəyyən bir əmtəənin istehsalı, marketinqi və qiymətinin müəyyənləşdirilməsi kimi mövzuları əhatə edir. Kartel müqavilələri ilə rəqabətin məhdudlaşdırıldığı, bazara təsir etdiyi ya da bazarda üstünlük əldə etdiyi üçün bazar iqtisadiyyatına söykənən sistemlərdə kartel müqavilələri və qərarları prinsipcə yararsız sayılmışdır.

Bundan əlavə Azərbaycan Respublikasında da özəl sektorun inkişafı naminə də bir çox işlər görülmüşdür. Bu işlərin əsas məqsədi Azərbaycanda rəqabət mühiti yaratmaq və inkişaf etdirməkdir. Maliyyə sektoru ilə real sektor arasında tarazlığın yaradılması üçün rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyatın inkişafı vacib məsələlərdən biridir. Həmçinin rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyatı inkişaf etdirməklə ölkədə yerli məhsul və xidmətlərin stimullaşdırılması eyni zamanda iqtisadiyyatın inkişafı deməkdir. Respublikada azad rəqabət mühitinin olması və tam təkmil rəqabət qanunvericiliyinin mövcudluğu rəqabətin önündəki əngəlləri aradan qaldırmaqla rəqabət mühitinin inkişafına gətirib çıxarır.

İqtisadiyyatda qanun pozuntularının araşdırılması və aşkar edilməsi ilə bağlı qərarlar müvafiq ixtisaslaşmış qurumlar tərəfindən həyata keçirilir. Burada qabaqcıl dünya təcrübəsindən istifadə edilir (Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Birdən çox müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bir bazarda müəssisələrin əldə etməkdə olduqları mənfəətin artırılması, bazarı idarə edə bilmələrindən asılıdır. Eyni bazarda fəaliyyət göstərən firmaların, kartel müqavilələri ilə qiyməti və ya istehsal miqdarını idarə etmələri ya da bazarı müəyyən coğraji bölgələrə ayırmaları mənfəətlərini maksimumlaşdırmaqda çox daha effektiv üsuldur. Hər ticari müəssisə uzun müddətli dövrdə mənfəətini maksimumlaşdırmaq və monopol firma kimi qiymət müəyyənləşdirmə gücünə çatmaq istəyər. Birdən çox müəssisənin razılaşmış olması ordakı şərtlərdən asılıdır. Firmaların kartel şəklindəki iş mühitində investisiyalar birləşdirilmir, sadəcə müəyyən bir məqsəd üçün investisiya güclərinin birlikdə istifadə olunmasından söhbət gedir. Kartelə daxil olan müəssisələrin məqsədi; kartel xaricindəki firmalara qarşı rəqabət qabiliyyətlərini üstün vəziyyətə gətirmək, istehsal miqdarı, satış bölgələri, qiymət kimi mövzularda bazarda hakim mövqe tutmaq və satışlarını maksimum səviyyəyə çatdıra bilməkdir. Kartelə daxil olan hər hansı bir firma onun ortaq qiymət və istehsal siyasətini də mənimsəmək məcburiyyətindədir.

Cədvəl 1: Ən rəqabət qabiliyyətli 10 ölkə

İlk 10 Ölkə	Qlobal Rəqabətlilik İndeksi 2019-cu ilə görə sıralama	2019-ci il üçün Rəqabət Balı	2018-ci il üçün Rəqabət Balı
Sinqapur	1	84.8	83.5
ABŞ	2	83.7	85.6
Honq Konq	3	83.1	82.3
Niderland	4	82.4	82.4
İsveçrə	5	82.3	82.6
Yaponiya	6	82.3	82.5
Almaniya	7	81.8	82.8
İsveç	8	81.2	81.7
İngiltərə	9	81.2	82.0
Danimarka	10	81.2	80.6

Mənbə: Qlobal Rəqabətlilik Hesabatı, www.weforum.org (2019)

Yuxarıdakı cədvəldə 2019-cu il üçün Qlobal Rəqabətlilik Hesabatının ilk rəqabət qabiliyyətli ölkəsi göstərilmişdir. Gördüyümüz kimi 2018-ci ildə dünyanın ən rəqabət qabiliyyətli ölkəsi Sinqapur olsa da, 2019-cu ildə ABŞ onu qabaqlamışdır. Həmçinin ilk ən rəqabət qabiliyyətli ölkə gördüyümüz kimi İEÖ-dir.

2. Beynəlxalq bazarlarda rəqabəti tənzimləyən yanaşmalar

Xüsusilə 1980-ci illərin sonundan etibarən , anti-rəqabət siyasətinə qarşı çox tərəfli tədbirlər görülməsinə dair getdikcə artan tələb ortaya çıxmış və bu istiqamətdə siyasət və qaydalar yaradılması üçün müxtəlif platformalarda çağırışlar edilmişdir. Buna səbəb olaraq isə, beynəlxalq şirkətlər tərəfindən tətbiq edilən bazar gücünün ancaq qlobal rəqabət siyasəti ilə idarə edilə biləcəyi göstərilmişdir. Həqiqətən də hal-hazırki dövrdə rəqabət sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq getdikcə önəmli yer tutmaqdadır. Regional ticarət müqavilələrində və Dünya Ticarət Təşkilatının araşdırmalarında rəqabət siyasətinə verilən dəyərin fərqinə varmaq o qədər də çətin deyil. Qloballaşma ilə birlikdə, iqtisadiyyat və ticarətdəki liberallaşma meyillərinin sürətlənməsilə investisiyanın sərbəst hərəkəti artmış, ticarət sərbəstləşmişdir (Stıglıtz, 2002). Artan ticarət və

investisiya həcminin son dərəcə kəskin rəqabətə səbəb olmasına görə şirkətlərdə kartellərin yaradılması və rəqabət əleyhinə transmilli qruplaşmalara doğru hərəkət meyli ortaya çıxmışdır. Asılı olmayan firmalar arasındakı anti-rəqabətçi əməkdaşlıq siyasətinə və bunların beynəlxalq ticarətə etdiyi təsirlərə yönəlik verilən önəm, xüsusilə 1980-ci illərdə artmağa başlamış, Dünya Ticarət Təşkilatı və İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı kimi rəsmi qurumlar son illərdə bu mövzudakı araşdırma cəhdlərini çoxaltmışdır. Avropa Birliyi, rəqabəti beynəlxalq sahədə tənzimləyən bir Dünya Ticarət Təşkilatı Müqaviləsi tələb edir (Hanlı, 2001). 14 dekabr 1960-ci ildə Parisdə imzalanan müqavilə ilə yaradılan İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, iqtisadi inkişaf istiqamətində beynəlxalq sahədə əməkdaşlıq edilməsi məqsədinə çatmaq üçün araşdırmalar həyata keçirən bir qurumdur. Təşkilatın həyata keçirmək istədiyi hədəflərdən biri də İƏİT ölkələri arasında beynəlxalq ticarətə təsir edən rəqabəti məhdudlaşdırıcı siyasətləri idarə etməkdir. Bu sahədə bir çox qərar həyata keçirilib. Bu qərarların yaranmasına səbəb olan və üzv ölkələr tərəfindən mənimsənilən düşüncəyə görə, rəqabəti məhdudlaşdıran siyasi hərəkətlər iqtisadi artım, ticarətin genişləndirilməsi və digər iqtisadi hədəflərin həyata keçirilməsində maneə olaraq qalıb və ortadan qaldırılmalıdır.

Dünya Ticarət Təşkilatı çərçivəsində rəqabət siyasətinə dair araşdırmalar Dünya Ticarət Təşkilatının 09-13 dekabr 1996-cı il tarixində Sinqapurda edilən ilk Nazirlər Konfrası ilə başlamışdır (Demir, 1998). Bazarlardakı rəqabət şərtləri ümumi olaraq rəqabət siyasəti adı verilən siyasətlə tənzimlənməkdədir. Daha çox yerli əsaslara söykənmiş olan rəqabət siyasətləri sürətlə beynəlxalq siyasətə çevrilməkdədir. Çünki rəqabəti təhdid edən rəqabət əleyhinə siyasətlər əsasən bu gün müxtəlif millətlərin şirkətləri tərəfindən həyata keçirilir; bu vəziyyət, rəqabət siyasətləri probleminin qlobal ticarət görüşmələrinin əsas səbəbidir. Dünya Ticarət Təşkilatı üzvlərinə rəqabət siyasətinə sahib olmaları mövzusunda hər hansı bir məcburiyyət yoxdur. Ancaq, Dünya Ticarət Təşkilatı üzvlərinin çoxunun onsuz da rəqabət qanunu mövcuddur. Buradakı əsas problem isə, milli rəqabət qanunları arasında fərqliliklərin olması və bunların da beynəlxalq ticarətə təsir etməsidir. Bir çox üzv ölkədə rəqabət qanunu və siyasəti mövcud olmaqda bərabər, daha şəffaf və istiqrarlı siyasətin tətbiq edilməsinə ehtiyac var. Mövcud rəqabət siyasətləri arasında uyğunluğun olmaması və idxal kartelləri kimi rəqabət siyasətindən uzaq tutulan siyasətlərin həddindən artıq çox olması, dünya ticarətini məhdudlaşdırmaqdadır.

Dünya ticarətinin çoxu tam rəqabət bazarlarında işləyən sərbəst firmalar arasında həyata keçirilmir. Əksinə, firmaların bir hissəsi qlobal bazar gücünə malik olacaq qədər böyükdür. Belə vəziyyətlərə qaşı tətbiq ediləcək rəqabət qaydaları da qlobal olmalıdır (milli miqyasda bazar gücünə malik firmaları yoxlamağa yönəlmiş audit şirkətlərinin qlobal bazar gücünə malik firmaları necə yoxlayacağı vacib problemlərdən biridir). Son olaraq, firmalar tərəfindən ixraca yönəlmiş tətbiq edilən kartellərə güzəştə gedilməsi və bunlara qarşı çox tərəfli qayda-qanunun mövcud olmaması da qarışıq vəziyyətə gətirib çıxarmaqdadır.

Dünya Ticarət Təşkilatının Sinqapur deklarasiyasında nazirlər, özəl müəssisələrin anti-rəqabətçi davranışlarına qarşı həyata keçirilə biləcək rəqabət siyasəti və rəqabət ilə ticarət arasındakı münasibətlər mövzusunda araşdırmalar edərək araşdırma qrupu yaratmasında həmfikir olduqlarını bildirmişdirlər. Dolayısıyla, bu araşdırmalar nəticəsində gələcəkdə beynəlxalq ticarətdə rəqabət qaydalarını tənzimləyən yeni beynəlxalq müqavilə yaradılması ehtimal edilən bir proses olacaqdır. 1947-ci ildən bu vaxta qədər edilən çox tərəfli ticarət görüşləri nəticəsində tariflər çox aşağı səviyyələrə enmiş, bunun nəticəsində də dünya ticarət həcmində böyük artım görülməyə başlamışdır.

Ancaq, bu proseslərdən asılı olaraq ölkə xaricində fəaliyyətdə olan firmalarda və sərhəddən kənara yayılan anti-rəqabətçi siyasətlərdə də artım hiss edilmişdir. Bu baş verən müsbət hadisələr beynəlxalq sahədə çətinləşdirici rəqabət qaydaları və əməkdaşlıq mexanizminin tənzimlənməsi mövzusunu Dünya Ticarət Təşkilatının gündəminə gətirmişdir. Amma bu mövzuda, xüsusilə Avropa Birliyinin cəhdlərinin effektiv olduğunu danmaq olmaz. Avropa Birliyi Sinqapur Nazirlər Konfransına hazırlaşarkən "Dünya Ticarət Təşkilatında rəqabət qaydalarına dair beynəlxalq bir çərçivə meydana gəlməsi imkanlarını genişləndirmək məqsədilə proqramın araşdırılmasının başladılması" təklifini əhatə edən və anti-rəqabətçi siyasətə qarşı beynəlxalq standartlar əsas gətirilərək açıqlanmasına ehtiyac olduğu bildirilmişdir. Göründüyü kimi Avropa Birliyinin təklifi açıq şəkildə rəqabətə beynəlxalq standartlar gətirmək istiqamətindədir.

Bundan başqa, Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsində institusional ishalatların aparılması sahəsində də rəqabət qanunvericiliyinin pozulması hallarının aşkarlanması vəziyyətində bu hadisələrin ilkin araşdırılması və qanun pozuntularının aşkar olunması iki fərqli istiqamətdə aparılır və onların müvafiq ixtisaslaşması tələb olunur. Bu baxımdan, xarici təcrübələr də nəzərə alınmaqlan Azərbaycanda müstəqil fəaliyyət göstərəcək rəqabət orqanının yaradılması məsələsi nəzərdə tutulmuşdur. Bu orqanın iki struktur bölmədən ibarət olacağı – araşdırma və analitik təhlil aparan bölmədən və müvafiq işlər üzrə qərar verən, daimi əsasda fəaliyyət göstərən, yüksək statusla təyinolunan və müvafiq səviyyədə hesabat verən bir neçə üzvdən ibarət şuradan və ya komissiyadan ibarət olması nəzərdən keçirilmişdir. Bunun nəticəsində hər hansı sahədə rəqabət qanunvericiliyinin pozulması ilə əlaqədar işlərin araşdırılması və müvafiq qərarların qəbul edilməsi zamanı rəqabət orqanı tərəfindən qəbul edilən qərarların legitimliyi və etibarlılığı təmin ediləcəkdir (ARMİPSYX, 2016).

1.Rəqabətə bağlı qlobal problemlər və inkişaf etməkdə olan ölkələr

Rəqabət siyasətinin qlobal problemləri həll edə bilməməsinin ən vacib səbəblərindən biri rəqabət siyasətinin ölkə sərhədləri daxilindəki problemlərin həllinə yönəlməsidir. Qısaca, rəqabət siyasəti ölkə sərhədləri daxilindəki, ticarət siyasəti isə digər ölkələr ilə ticarət münasibətlərindəki rəqabətlə bağlıdır. Rəqabət siyasətində müəssisələr tərəfindən həyata keçirilən inhisarlaşma, qiymət müəyyənləşdirmə, şirkətlərin qruplaşması kimi siyasətlər və anlaşmazlıqlar milli rəqabət hüququna tabedir. Bundan başqa rəqabətlə əlaqəli qlobal problemlərin yaranmasının səbəbləri arasında xüsusilə Avropa Birliyi və ABŞ-ın bu mövzudakı fərqli yanaşmaları böyük rol oynayır. Avropa Birliyi bütün Dünya Ticarət Təşkilatı üzvlərinin rəqabət qanunu qəbul etməsini və rəqabət mövzusuna dair beynəlxalq qaydalar yaratmağını istəyərkən, ABŞ rəqabət hüququnu beynəlxalq rejimə uyğunlaşdırmaq istəmir. Bundan başqa, bunun başqa bir səbəbi də ABŞ-ın xüsusilə ixrac kartellərinə müsbət yanaşmasıdır.

Sərhəddən kənarda anti-rəqabət siyasəti və buna uyğun olaraq ortaya çıxan beynəlxalq ixtilafların ikinci hissəsi qruplaşmalar olaraq ortaya çıxmaqdadır. Beynəlxalq ticarətin ortaya çıxardığı anlayışlardan biri də qlobal qruplaşma hərəkətidir. Son illərdə, qlobal şirkət qruplaşmalarına bağlı olaraq ölkələr arasında anlaşmazlıqlar ortaya çıxmağa başlamışdır. Bu anlaşmazlıqların əsas nöqtələri, meydana gələn qruplaşmaların digər ölkələrdəki rəqabət şərtlərinə mənfi istiqamətdə təsir etməsidir. Söhbət gedən qruplaşmanın mərkəzinin mövcud olduğu ölkədəki rəqabət orqanı tərəfindən təsdiqlənməsinin, problemi aradan qaldıra bilməməsinin əsas səbəbi başqa ölkənin rəqabət orqanının bu qərara qarışa bilməsidir. Təyyarə istehsal edən iki Amerikan firmasının (Boeing və McDonnell

Douglas) birləşməsinə AB Komissiyası qarşı çıxmış və sözü gedən birləşmə olduğu təqdirdə bu firmaların AB-dəki fəaliyyətlətinə sanksiya tətbiq edəcəyini açıqlamışdır. Qlobal qruplaşmalara bağlı olan bəzi uyğunsuzluqlar daha çox ABŞ və AB arasında baş verir. Ancaq, AB və ya ABŞ firmaları arasındakı qruplaşmaların sadəcə bu regionda yox, dünyanın hər tərəfindəki rəqabət şərtlərinə təsir edəcəyi mütləq və danılmaz faktdır. Amma belə qruplaşmaya qarşı siyasi olaraq daha çox təsirliliyə malik olmayan inkişaf etməkdə olan ölkələrin rəqabət qabiliyyətli qurumlarının tək başına sanksiya tətbiq etməsinin və ya qadağalar qoymasının bəzi səbəblərdən dolayı mümkün olmadığı açıqdır. Dünya Ticarət Təşkilatı özündə hələ də belə siyasi vəziyyətə qarşı hər hansı qayda və ya çox tərəfli bir qarşıqoyma yarada bilmədiyi üçün bu cür qruplaşmaların şikayət edilə biləcəyi və ya əngəllənəcəyi bir mexanizm mövcud deyil. İnkişaf etməkdə olan ölkələr beynəlxalq kartellərə və beynəlxalq qruplaşmalara qarşı böyük çətinliklərlə qarşılaşmaqdadr. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkənin müəssisələri tərəfindən yaradılan ixrac kartellərində bu vəziyyət ortaya çıxmaqdadır. İxrac kartellərinə daxili bazara yox, xarici bazara təsir etdikləri üçün demək olar ki, bütün ölkələrin rəqabət qanunlarında istisna hüquqlar verilmişdir. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi və siyasi ağırlığı rəqabət qanunları mövzusunda beynəlxalq hökmlər olmamasına rəğmən effektivdir. AB ABŞ şirkəti olan Boeing və McDonnell-Douglas şirkətlərinin birləşməsinə etiraz edə bilmişdir (Çaşkurlu, 2010).

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin rəqabət siyasəti qaydalarına uyğunlaşdırılması məsələsinə gəldikdə isə, rəqabət siyasəti mövzusunda qlobal tənzimləmələr həyata keçirilərkən inkişaf etməkdə olan ölkələrin özlərinə xas durumları nəzərə alınaraq rəqabət siyasətinin vacib qismini əhatə edən qruplaşmaların yoxlanılması mövzusunda daha elastik davranılmalıdır. Yəni, inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki müəssisələrarası qruplaşmaların yoxlanışında daha toleranslı yanaşma qoyulmalıdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələr, iqtisadi inkişaf prosesinin əvvəllərində tezliklə sənayeləşmənin rəqabəti təmin etməkdən daha vacib olduğunu, dolayısıyla bu prosesdə rəqabət siyasəti tənzimləmələrinin özləri üçün birinci dərəcəli olmadığını ifadə edirlər. Həqiqətən də, inkişaf etməkdə olan ölkələrin struktur problemləri rəqabət siyasətinin inkişaf etmiş ölkələrin rəqabət siyasəti ilə eyni ola bilməyəcəyini açıq aşkar ifadə etməkdədir. İnkişaf etmiş ölkələrdə istehlakçılar üçün aşağı qiymətin təmin olunması rəqabət siyasəti üçün vacib hədəflərdən biri ikən, inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün əsas hədəf iqtisadi inkişafdır; istehsalın uzun müddətli dövrdə inkişafını təmin etməkdir. Bundan əlavə inkişaf üçün investisiyanın də yüksək dərəcədə olması vacibdir. İnvestisiyanın çox olması üçün biznesmenlərin investisiya meylini buraya təşviq etmək əsas məsələlərdən biridir. Amma rəqabət nəticəsində əldə ediləcək mənfəətin aşağı olması, yəni rəqabətin artmasının həddən artıq mənfəəti aradan qaldıraraq müəssisələri normal mənfəət ilə işləməyə məcbur etməsi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə investisiya meylini azaldacaqdır. Dolayısıyla inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün çox sıx rəqabət, rəqabətin çox az olması qədər zərərlidir. Bu ölkələrin ehtiyacı investisiya meylini aradan qaldıracaq qədər gərgin rəqabət deyil. İnkişaf etməkdə olan ölkələr inkişaf etdikcə rəqabət tənzimləmələrinə ehtiyac duyurlar. İnkişaf etməkdə olan ölkələr, xüsusilə 1980-ci illərdən etibarən sürətli şəkildə rəqabət qayda qanunlarını yaratmaq prosesinə daxil olmuşdur.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə xüsusilə istehsalda vacib rol oynayan kiçik və orta müəssisələrin bazardakı fəaliyyətini asanlaşdıracaq rəqabət siyasəti həyata keçirilməsi yararlı olacaqdır. Bundan əlavə inkişaf etmiş ölkələrdə rəqabət siyasətinin vacib bir hissəsini tutan müəssisələrarası qruplaşmaların auditi mövzusu, inkişaf etməkdə olan ölkələrin rəqabət siyasətində daha elastik və toleranslı formada yer ala bilər. Çünki qloballaşma nəticəsində kəskinləşən rəqabət mühitində inkişaf etməkdə olan ölkə firmalarının mükəmməl ölçüyə çatana qədər qruplaşmaları iqtisadi effektivlik və

məhsuldarlıq baxımından, ən önəmlisi inkişaf etmiş ölkələrin firmaları ilə rəqabət edə bilmələri baxımından vacib olacaqdır. Dolayısıyla, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə rəqabət siyasətinin heç olmaması vəziyyətində inhisarlaşmanın, kartelləşmənin olacağı; monopoliyanın və kartellərin də istehsalı məhdudlaşdırıb qiymətləri artıracağını düşünəcək olsaq inkişaf etməkdə olan ölkələrdə maksimum rəqabətin deyil, optimal rəqabətin hədəflənməsi daha yararlıdır (Sabır, 2012).

Sərhəddən xaricdə anti-rəqabət siyasətinə qarşı qlobal bir qayda qanunun necə yaradılıb həyata keçiriləcəyi mövzusunda müxtəlif metodlar ola bilər. Birbaşa beynəlxalq rəqabət müqaviləsinin imzalanması bu mövzuda həyata keçirilməsi ən çətin yanaşma olaraq görülür. Ortaq rəqabət siyasətinin regional inteqrasiya yolu ilə yayılması və daha sonra inteqrasiyanın aralarında edəcəkləri müqavilələr ilə rəqabət standartlarının qloballaşması daha asan strategiyadır.

Nəticə

Bu məqalədə, rəqabətə bağlı olaraq qarşılaşdırılan problemlər, inkişaf etməkdə olan ölkələrin bu mövzudakı problemləri və rəqabət siyasəti və ticarətin sərbəstləşdirilməsi arasındakı əlaqə izah olunmağa çalışılmışdır. Qloballaşma meyilləri ilə birlikdə daxili və xarici bazar arasındakı fərqlər getdikcə qeyri-müəyyənləşmiş, bunun nəticəsində də hal-hazırkı günümüzdə rəqabət siyasəti və ticarət siyasəti arasındakı vacib əlaqələr ortaya çıxmışdır. Araşdırmada bəhs edildiyi kimi ticarətin qloballaşması və rəqabət tənzimləmələri paralel həyata keçirilməsi lazım olan proseslərdir. Əks təqdirdə ticarətin sərbəstləşdirilməsinin nəticələrindən biri də qlobal kartellər olacaqdır. Dünya iqtisadiyyatının sərbəstləşməsi ilə birlikdə qlobal kartellər və qruplaşmalar kimi rəqabətə və rəqabət siyasətinə bağlı beynəlxalq problemlər getdikcə artmaqdadır.

Bu mövzudakı digər vacib məqam isə ixrac kartelləridir. Daxili bazarlarda kartellərə qarşı ağır qadağalar qoyan ölkələr ixrac kartellərinə güzəştli yanaşırlar. Üstəlik ixrac kartelləri qarşısında rəqabəti tənzimləyən qurumlar çarəsiz qalmaqdadırlar. Çünki həm səlahiyyət baxımından, həm də kartel fəaliyyətlərinin sübutları ölkə xaricində olduğundan bir ölkənin rəqabət qurumunun başqa bir ölkə mənşəli firmaya sanksiya tətbiq etməsindən söhbət belə gedə bilməz. İnkişaf etməkdə olan ölkələr siyasi və iqtisadi olaraq hər hansı bir güclü təzyiq göstərə bilmədiklərinə görə ixrac kartellərinin anti-rəqabətçi yanaşmalarından daha çox zərər görürlər.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin rəqabət siyasəti mövzusunda isə qlobal tənzimləmələr həyata keçirilərkən inkişaf etməkdə olan ölkələrin özünə xas vəziyyətləri nəzərdə tutularaq rəqabət siyasətinin vacib hissəsini əhatə edən qruplaşmaların auditi mövzusunda daha elastik davranılmalıdır. Yəni inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki müəssisələrarası qruplaşmaların auditində daha az sərt olunmalıdır. Çünki inkişaf etməkdə olan ölkələrdə maksimum rəqabətin yox, optimal rəqabətin hədəflənməsi daha yararlı olacaq. Bundan daha vacib məsələ, qlobal ticarətin bütün ölkələr üçün uyğunlaşmaq məcburiyyətində olması lazım olan siyasət olduğu bu dövrdə, inkişaf etməkdə olan ölkələrin öz milli inkişaf planlarına cavab verəcək milli rəqabət hüququ və rəqabət siyasətlərini tətbiq edəcək rəqabət qurumları olmalıdır.

Sərhəddən xaricdə anti-rəqabətçi müəssisə tətbiq etmələrinə qarşı qlobal qaydaların necə yaradılıb həyata keçirilməsi mövzusunda müxtəlif metodlar göstərilə bilər. Birbaşa beynəlxalq rəqabət müqaviləsinin imzalanması bu mövzuda həyata keçirilməsi ən çətin yanaşma olaraq görülür. Ortaq rəqabət siyasətlərinin regional inteqrasiya yolu ilə yayılması və daha sonra inteqrasiyalararası

edəcəkləri razılaşmalarla rəqabət standartlarının qloballaşması daha asan bir strategiya olaraq görülməkdədir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış inkişaf konsepsiyası. (2012). 13-18
2. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. (2016) 25-29
3. Çaşkurlu, S. (2010). Küreselleşen dünyada rekabete ilişkin sorunlar: çokuluslu şirketlerin artan gücü ve gelişmekte olan ülkeler. Gazi üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi, 12, 197-218.
4. Demir, Ö. (1998). Dünya ticaret örgütünün yeni çalışma konusu: ticaret ve rekabet politikaları arasındaki ilişki. Dış Ticaret Dergisi, 9, 48-72.
5. Ələsgərov, A. (2011). Keçid dövrünün sosial-iqtisadi problemləri.(MDB ölkələri timsalında) M. “Elm” nəşriyyatı, 26
6. Hanlı, H. (2001). Küreselleşme Ve Rekabet Politikası: Global Ticaret. Esc Yayınları, 5, 27-29.
7. Joekes, Susan And Evans. (2008). Competition And Development: The Power Of Competitive Markets. Canada, International Development Research Centre, 64
8. Özsunay, Ergun. (1985). Kartel hukuku. İ.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, 2, 62
9. Sabır, Hasan. (2012). Azgelişmiş Ülkelerde Rekabet Ve Kalkınma. Der Yayınevi, 128, 35-37
10. Stıglıtz, E. Joseph. (2002). Globalization: Great disappointment. Plan B Yayınları, 26, 358
11. www.cbar.az
12. www.e-qanun.az
13. www.imf.org

Marketinq Kompleksində Müasir Dəyişikliklər və Əlavələrin Tədqiqi

Rüzalə Məmmədova

ruzala99@gmail.com

Xülasə

Marketinq kompleksi, bazara təsir göstərən və müəssisə tərəfindən əlverişli bazar şəraiti yaratmaq üçün istifadə olunan tənzimlənən və idarə olunan dəyişən amillərin birləşməsidir. Marketinq kompleksinin əsas məqsədi hədəf bazarından istənilən cavabı almaq və ya ehtiyaclarını ödəməkdir. Marketinq kompleksinin müxtəlif konsepsiyaların müəllifləri marketinq kompleksinin məqsədini müəyyənləşdirirlər və inkişaflarında bu həddən kənara çıxmırlar. Marketinq kompleksindən istifadə edən bir liderin yalnız bir konsepsiyanın tərifinə deyil, satış həcminin və mənfəət marjasının müəyyənləşdirilməsi üçün kəmiyyətcə qiymətləndirmə tələb olunur, çünki marketinq kompleksi məhsulun satış qiymətini nəzərə alır. Firma bazarda əmtəənin mövqeyinin müəyyənləşdirdikdən sonra marketinq komleksinin işlənib hazırlanmasına başlayır. Marketinq kompleksi – müasir marketinq sisteminin əsas anlayışlarından biridir. Müəssisənin marketinq kompleksində informasiya və kommunikasiya sistemi mühüm rol oynayır. Hər bir marketinq fəaliyyəti məhsul istehsalı (xidmət göstərilməsi) bazarında formalaşmış konkret vəziyyət haqqında biliklərə əsaslanır. Marketinq tədqiqatlarının və tədbirlərinin böyük əksəriyyəti informasiya sistemi ilə bağlıdır və məhz onun əsasında həyata keçirilir. Marketinq kompleksini müəyyənləşdirməyə müasir yanaşmalar "hədəf auditoriyanın reaksiyasına hansı amillərin təsir edir?" sualına cavab verir. Lakin müasir nəzəriyyələrin heç biri bu satış amilini əldə etmək üçün bu amilləri necə idarə edəcəyimizi və ya müəyyən bir qüvvə ilə bu amillərə təsir edərsə şirkətin nə qədər satış əldə edəcəyini izah etmir. Hazırkı məqalədə marketinq kompleksinin elementlərinin mahiyyəti, onların müəssisənin fəaliyyətində önəmi , bu elementlərin səmərəli idarə edilməsinin müəssisənin səmərəli idarə edilməsi üçün necə əhəmiyyətli olduğu araşdırılır.

Açar sözlər: Marketinq, Əmtəə, Qiymət, Stimullaşma, 4P.

Giriş

Marketinq kompleksinin ən geniş yayılmış modeli "4P" modelidir.Marketinq kompleksi dörd elementdən ibarətdir ki, bunların hər biri ingilis dilində "P" hərfi ilə başlayır: Product (məhsul), price (qiymət), place (yer), promotion (tanıtım). Jerome Mc .Carthy ilk olaraq bu marketinq kompleksi konsepsiyasını 1960-cı ildə təklif etmişdir. (Kotler & Armstrong, 2008).

Bu konsepsiyaya uyğun olaraq marketinq fəaliyyəti çərçivəsində təşkilatlar marketinq planının dörd əsas hissəsində əks olunan məhsul, qiymət, marketinq və rabitə siyasətini hazırlayır və həyata keçirirlər. Təşkilat bazara, istehlakçıya ən güclü təsir göstərmək və mövcud imkanlar daxilində məqsədlərinə çatmaq və marketinqin rolunu başa düşmək üçün marketinq komplekslərinin parametrlərini dəyişə bilər.

Bir sıra marketinq mütəxəssisləri, "4P" kompleksinin ənənəvi konsepsiyasını genişləndirməyə çalışaraq, İngilis dilində "P" hərfi ilə başlayan digər elementləri təqdim etdir (people - insanlar, istehlakçılar,personal- şəxsi heyət, pysical- fiziki ətraf mühit: avadanlıq, ofis dizaynı, işçi heyəti təhsili; process - xidmətlərin çatdırılması prosesi;package- qablaşdırma; purchase-alış - satqı, probe-araşdırma, public relations- ictimaiyyətlə əlaqələr), bununla da "5P", "6P", "7P", "9P" anlayışlarını təklif edirlər. (Сребник, 2005).

E.P.Golubkova görə, bu elementlərin marketinq kompleksinə daxil edilməsi "haqlı deyil və tənqidlərə həssasdır". Beləliklə, məsələn, package (qablaşdırma) anlayışı "poduct" elementinin ayrılmaz hissəsidir, public relations(ictimai münasibətlər) "promote" amilinin alt elementidir.Və ya, məsələn, "people" komponentinin daxil edilməsi uyğun deyil. Bu marketinq qarışığının yönəldiyi xarici mühitin

elementi olduğundan, qiymət siyasəti, məhsul keyfiyyəti, rahat coğrafi yerləşmə, habelə reklam və PR vasitələrindən istifadə etməklə şirkət öz istehlakçılarına təsir göstərir. Bundan əlavə, bu element şirkətlər arasında işə gəldikdə məqbul olmaz. Eynilə, kadr elementi, məhsul və xidmətlərin istehsalı və paylanmasının ayrılmaz bir hissəsi olsa da, marketinq qarışığının həyata keçirilməsində istifadə olunan bir mənbə kimi qəbul edilməlir. (Голубков, 2003).

Marketinq kompleksinin elementi kimi yox, marketinq kompleksinın hazırlanıb tətbiq olunduğu bir vasitə kimi sınaqdan keçirən tədqiqat elementini də nəzərdən keçirməyə dəyər. Proses, dəlil, plan, ikinci dərəcəli auditoriya, qətnamə kimi uzadılmış modellərin bəzi elementlərini ümumiyyətlə şərh etmək çətindir. Deyəsən marketoloqlar İngilis lüğətində « P » ilə başlayan və marketinq üçün əlverişli sözləri tapmağa çalışırlar. Üstəlik, marketinq kompleksi üçün daha əhəmiyyətli və əhəmiyyətli olan bir sıra amillər ümumiyyətlə yalnız « P » hərfi ilə başlamadığı üçün nəzərə alınmır.

« 4P » modeli marketinq qarışıqlarını istehsalçının satıcısı baxımından araşdırsa da, « 4C » modeli marketinq komponentlərini istehlakçı baxımından müəyyənləşdirir. Bu konsepsiya dörd komponenti əhatə edir: istehlakçı, dəyər, rahatlıq, rabitə. Məhsul və ya xidmət istehsalı və satışının bütün mərhələlərində istehlakçıların üstünlüklərini nəzərə almaq lazımdır. « 4P » anlayışının « 4C » konsepsiyası ilə əvəzlənməsi ilə bağlı iki mübahisəli məsələ var. Birincisi, konsepsiya müəllifi « 4C » öz işini yeni bir şey kimi qiymətləndirir. Marketinq kompleksinin inkişafı prosesində ehtiyaclar barədə məlumatların daxil edilməsinin vacibliyini vurğulayır. (Бурчаков, 2006)

Ancaq bu tezis yeni deyil. Jerome McCarthy (4P konsepsiyasının müəllifi) yazır ki, alıcı, bəzi mütəxəssislərin fikrincə, marketinq kompleksinın bir hissəsidir, lakin bu belə deyil: alıcının satışını təşkil və təşviq etmək üçün bütün tədbirlərin hədəfi olmalıdır."4C" anlayışını daha ətraflı araşdırdıqda qeyd etmək olar ki, kompleksin elementləri başqa sözlə "C" hərfi ilə başlayan başqa bir şey ehtiva etmir. Consumer (istehlakçı) dedikdə istehlakçının məhsulun xüsusiyyətləri, xüsusiyyətləri ilə bağlı gözləntiləri; cost - qiymət; communication-tanıtım kanalları (rabitə kanalları) başa düşülür. Ayrıca, 4C konsepsiyası istehlakçını idarə etməyi təklif edir, lakin xarici mühitin bu elementi zəif idarə olunur.

Metod

Metod olaraq Ceyms Kallitonun tədqiqat metodu əsas götürülüb. Kalliton marketinq kompleksinın komponentlərini də eksperimental olaraq müəyyənləşdirirdi. Bu, marketinq kompleksinın, iqtisadi qanun kimi, obyektiv bir fenomen olduğunu sübut edir. Burada bir məsələ ortaya çıxır: yalnız marketinq qarışıqlarının elementlərini ciddi şəkildə təsnif etməyə çalışan elmi bir yanaşma və ya hər bir sənayedə - hətta hər bir konkret məhsula münasibətdə - marketinq kompleksinın fərqli olacağını söyləyən praktik bir yanaşmadan istifadə etmək lazım gəlirdi. Ən çox kompromis həll yolu isə aşağıdakılar olacaq: "4P" konsepsiyasını tətbiq edilməlidir və marketoloqun istəyi ilə elementlərin əsas xüsusiyyətlərinin alt elementlərinidə müəyyən etmək lazımdır. Tədqiqatcı marketinq kompleksindən istifadə olunacaq sahənin xüsusiyyətlərini daha yaxşı bilməlidir. Bu tədqiqatda marketinq kompleksinin elementlərinin cəmi 100% və ya vahidə b ərabər gotursək , onun elementlərinin hər biri öz ağırlığına sahib olacaqdır. Məsələn:

$KM= 0.25*P_1+ 0.25*P_2 + 0.25* P_3 + 0.25*P_4$

Burada:

KM -marketinq kompleksidır;

0,25-bir elementin xüsusi çəkisi;

P_1, P_2, P_3, P_4-kompleksin elementləri.

Öz növbəsində hər bir element alt elementlərə bölünür. Məhsul xüsusiyyətlərinin bütün dəstindən marketoloqun işlədiyi məhsul qrupu üçün uyğun olanları seçmək lazımdır. Məsələn, bir marketinq kompleksinın ilk elementi olaraq bir məhsulun dörd xüsusiyyətini nəzərdən keçirilir. Onun alt elementləri "keyfiyyət", "qablaşdırma", "çəki", "dizayn" olacaq:

$P = 0.20 * P_{11} + 0.40 * P_{12} + 0.20 * P_{13} + 0.20 * P_{14}$

Burada :

P -"məhsul" marketinq kompleksinin ilk elementidir;

$P_{11}, P_{12}, P_{13}, P_{14}$- "məhsul" elementinin alt elementləri;

0.20; 0,40 - subelementlərin nisbəti.

Düstur göstərir ki, alt P_{12} ("qablaşdırma") daha böyük xüsusi bir cazibə təyin olunur. Təcrübədə ənənəvi "4P" kompleksi ilə "5P" marketinq kompleksinin ("4P" + package) eyni nəticəni göstərdiyini göstərən bir nümunəyə baxaq:

$KM = 0.25* (0.20*P_{11}+0.40*P_{12}+0.20*P_{13}+0.20*P_{14})+0.25*P_2+0.25*P_3+0,25*P_4 = 1$ (Пошатаев, Москалев, Семенова, 2005)

Və ya

$KM=0.25*0.60P_1+0.25*0.40P_5+0.25*P_2+0.25*P_3+0.25*P_4$ (Бурчаков, 2006)

$KM = 0.15*P_1+0.25*P_2+0.25*P_3+0.25*P_4+0.1*P_5 = 1$ (Голубков, 2003)

İkinci düsturda "qablaşdırma" alt element element səviyyəsində yerləşdirilir və beş komponent alınır, amma nəticədə cəmi birə bərabər qalır. Buna görə, "qablaşdırma"nın mühüm rol oynadığı sahələrdə həm ənənəvi marketinq kompleksindan, həm də beş elementdən ibarət olan marketinq qarışıqından istifadə edə bilərik. Əsas odur ki, elementlərə və alt elementlərə xüsusi çəkisi düzgün təyin edilsin.

Analiz

Yerli ədəbiyyatda marketinq kompleksi aşağıdakı kimi təqdim olunur:

1) Marketinq kompleksinin bir hissəsi, müəyyən keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətlərinə, istehlak xüsusiyyətlərinə sahib olan və müştəri xidməti şərtlərinə və zəmanətlərinə uyğun olaraq hədəf bazarda satışa təqdim edilən xüsusi bir obyektdir. "Məhsul" anlayışına bazarda satıla bilən hər şey daxildir, yəni,maddi istehsal məhsulları, xidmətlər, məlumatlar, intellektual istehsal məhsulları və.s.

Marketinq kompleksinin bir elementi kimi məhsulun xüsusiyyətləri, dizayn, qablaşdırma, zəruri qablaşdırma, istifadə üçün aksesuar, ehtiyat hissələri də daxil olmaqla bir məhsul sistemi kimi qəbul edilməsidir. Marketinqdə bir məhsul yalnız istehlak obyekti kimi deyil, "müəyyən bir problemi həll

etmək üçün paketə əlavə edilmiş bir xidmət" kimi qəbul edilir. Müvafiq olaraq marketinqdə aşağıdakılar ayrılır:

- nəzərdə tutulan məqsəd üçün mənası daxilində olan bir məhsul;
- həqiqi icrada olan mallar - malların maddi təcəssümü, müəyyən bir keyfiyyət səviyyəsi olan müəyyən bir nümunə, xüsusiyyətlər dəsti, dizaynı, marka adı, qablaşdırılması;
- möhkəmləndirilməsi olan mallar - müştəri xidməti, evə çatdırılma, yaxşı vəziyyətə və işləməyə zəmanət, satış sonrası xüsusi xidmət növləri.

2) Marketinq kompleksinin bir elementi olaraq malın qiyməti satıcının satmağa razı olduğu razılaşdığı pul miqdarıdır və alıcı bu vahidi və ya mal dəstini almağa hazırdır.
   - Satıcı ilə alıcının qiymət fərqləndirilməsi:
   - Satıcı qiyməti (təklif qiyməti) satıcının onun istehsalı və dövriyyəsi ilə əlaqədar xərcləri kompensasiya etmək üçün satdığı mallar üçün almaq istədiyi məbləğdir və səyləri və sonrakı sahibkarlıq fəaliyyətinə qoyulan investisiyalar üçün əlavə mükafat olaraq mənfəət əldə etməsidir.
   - Alıcı qiyməti (tələb qiyməti), alıcının satın alınması üçün nəzərdə tutulmuş pula və məhsulun faydalılığı və dəyəri barədə öz fikirlərinə əsaslanaraq təklif olunan məhsul üçün ödəməyə hazır olduğu məbləğdir.

Həm satıcının qiyməti, həm də alıcının qiyməti sabit deyil və müəyyən həddlərdə dəyişə bilər.Satıcı qiymətinin aşağı düşən hərəkətliliyi onun marketinq aləti halına gəlməsinə imkan verir. Satıcı malların maya dəyərinə (aşağı qiymət həddi), alıcının tələb qiymətinə və rəqiblərin təyin etdiyi qiymətlərə diqqət yetirərək bu amildən istifadə edir. Bu qaydaları nəzərə alaraq, zəruri hallarda alıcılar üçün endirimlər, güzəştlər tətbiq edərək, rəqiblərlə müqayisədə qiymətləri azaltmaqla, satıcı bazarda müvəffəq olmasını təmin etmək üçün malların satış qiymətini təyin edir.

3) Marketinq kompleksinin bir hissəsi olaraq istehsalçılar, satıcılar, vasitəçilər, alıcılar arasında bağlanmış və iştirakçılar tərəfindən razılaşdırılmış mübadilə şərtlərini özündə cəmləşdirən malların satışına dair kommersiya razılaşmasıdır. Bir qayda olaraq, əməliyyatlar yazılı şəkildə bağlanır. Malların pula mübadiləsi şərtlərini müəyyən edən pul əməliyyatları var, barter də - malların təbii birjaya dəyişdirilməsi müqavilələri şəklində. Əməliyyatlar bazar proseslərinin iştirakçıları arasında yaranan ticarət əlaqələrini qeyd edir və qanuni şəkildə rəsmiləşdirir, onlara aydınlıq və əminlik gətirir və bazar iştirakçılarının qarşılıqlı öhdəliklərini yaradır. Bu baxımdan, marketinq fəaliyyətində sabitləşdirici amil kimi qəbul edilməlidir.
4) Malların istehsalçılardan ticarət və vasitəçilər vasitəsilə istehlakçılara təqdim edilməsini təmin edən marketinq fəaliyyətlərinin mal növlərinin paylanması üsulları İstehsalçıların böyük əksəriyyəti mallarını istehlakçılara birbaşa satmaq, vasitəçilərin xidmətlərinə müraciət etmək məcburiyyətində deyillər. Vasitəçilər malların və xidmətlərin istehsalçıları və istehlakçıları arasında malların bazara gətirilməsini və istehlakçıya satılmasını asanlaşdıran şəxslər və ya təşkilatlardır. Adətən istehsalçılar və istehlakçılar arasında malların daşınması, anbarlanması, saxlanması və satılması ilə vasitəçilər zənciri yaranır. Mal və xidmət istehsalçısını hədəf istehlakçıları ilə birləşdirən belə bir zəncir paylama kanalı adlanır.
5) Satışın təşviqi metodları - malların bazarlarda satışını təşviq edən müxtəlif fəaliyyət növlərinin təşkili, o cümlədən mahiyyətləri haqqında məlumatların yayılması və məqsədyönlü istehlakçıların əldə edilməsinin məqsədəuyğunluğuna inandırmaqdan ibarət marketinq

kompleksinin tərkib hissəsidir. Satışın təşviqi metodları reklam mediasının istifadəsinə, məhsulun cəlbediciliyini artırmağa, alış-verişin təşviqinin müxtəlif formalarına, potensial alıcılarla təmas zamanı nümunələr təqdim etməyə əsaslanır.

Beləliklə, marketinq qarışıqının təsvirinə dair bütün yanaşmaları təhlil edərək Jerome McCarthy nəzəriyyəsinə qayıdırıq. Onun empirik faktlar nəzəriyyəsi. "4P" yalnız empirik amilin ümumiləşdirilməsidir.

"Marketinq kompleksi" termini 1953-cü ildə Neil Borden tərəfindən tətbiq edilmişdir. Bu müddət müəyyən elementlərin birləşməsinə aiddir. Borden, McCarthy'nin sistemləşdirdiyi və dörd qrupa ümumiləşdirdiyi marketinq kompleksinın 4 komponentini ayırd etdi: "məhsul", "qiymət", "yer" və "təqdimat". Bununla birlikdə, Borden qabaqcıl deyil.

Marketinq kompleksinın quruluşunun səriştəli təhlili mütəxəssisə bu vasitədən səmərəli istifadə etməyə imkan verəcəkdir. Buna görə, dörd və ya daha çox "P" anlayışları tətbiq edilə bilər, müəlliflərin marketinq kompleksi ilə əlaqəli olmayan elementləri, məsələn: people (insanlar), personal (işçilər), process (proses), proporsal (plan) və.s.

Marketoloq öz işində marketinq kompleksinin təklif olunan hər hansı bir konsepsiyasından istifadə edə bilər, elementləri ixtiyari olaraq əlavə edə və dəyişdirə bilər, onlara ingilis əlifbasının hər hansı hərfindən başlayaraq hər hansı bir ad qoya bilər. Ancaq mütəxəssis iki sualın cavablarını bilməlidir:

- Marketinq kompleksinın quruluşu nədir və tərkibindəki elementlər şirkətin işlədiyi sahəyə münasibətdə necə olur?
- Marketinq kompleksi ilə məqsədə necə nail olmaq - müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək və maksimum qazanc necə əldə etmək olar?.

Nəticə

Marketinq kompleksini inkişaf etdirmək üçün aşağıdakı giriş məlumatları nəzərə alınmalıdır:

- marketinq kompleksinın gücü, bu göstərici səy dərəcəsini və bir sıra marketinq fəaliyyətlərinin dəyərini xarakterizə edir. Bu, tutumu, inkişaf meylləri, rəqabət mühiti və s. ilə müəyyən olunan bazarın inkişaf göstəricisi ilə birbaşa əlaqəlidir;
- marketinq qarışıqının hazırlanması və həyata keçirilməsi üçün müddət. Bazar dinamik inkişaf edən bir mühitdir və marketinq qarışıqının hazırlanması və tətbiqi zamanı dəyişikliklər baş verə bilər, nəticədə görülən tədbirlər əhəmiyyətsiz olacaqdır. Buna görə marketinq kompleksinin inkişafı barədə qərar qəbul edərkən menecer bu cür dəyişikliklərin baş verməyəcəyini bilməlidir. Proqnoz vermək üçün ətraf mühit amillərini öyrənmək lazımdır.

Müasir ədəbiyyat, ətraf mühit amillərini öyrənməyə və onlarla qarşılıqlı əlaqədə olmağınıza dair tövsiyələr verməyə imkan verən bir çox metodu təsvir edir, məsələn, PEST analizi, "5 Porter qüvvəsi", SWOT analizi və s. Lakin, bir şirkət üçün bir çox amillərin təsiri altında baş verən bütün dəyişikliklər , üç qrupa bölmək olar:

1) sosial, siyasi, iqtisadi amillərdən, eləcə də əvəzedici məhsulların mövcudluğundan asılı olan bazar potensialındakı dəyişikliklər;

2) rəqiblərin, təchizatçıların, vasitəçilərin təsiri altında baş verən rəqabət vəziyyətindəki dəyişikliklər. Bu cür dəyişikliklər şirkətin rəqabət strategiyalarını düzəltməsi, marketinq səylərini artırması və malların rəqabət qabiliyyətini artırması lazım olduğuna səbəb olur;
3) gəlirlilikdəki dəyişikliklər, yəni xərclərin və ya dəyərin məcburi artması (azalması) ilə əlaqəli dəyişikliklər. Ətraf mühit amillərinin təsirini öyrənərək marketinq kompleksinin formalaşması üçün lazım olan məlumatları (giriş məlumatları) müəyyənləşdirdikdən sonra kompleksin hər bir elementinin və alt elementinin çəkisi və dəyərini, həmçinin resurs məhdudiyyətlərini və onlardan istifadənin səmərəliliyini nəzərə alaraq hesablamalara davam edə bilərik. Giriş məlumatları müəyyən bir müddətdə ya bazarda hər hansı bir dəyişikliyə, ya da planlaşdırılan dəyişikliklərə zəmanət verir ki, bu da marketinq fəaliyyətini hesablanmış səmərəliliyi ilə marketinq kompleksi çərçivəsində həyata keçirməyə və müəyyən nəticələrə nail olmağa imkan verir.

Beləliklə, müasir mənada marketinq kompleksi, verilən resurs məhdudluğu ilə şirkətin kəmiyyətcə ifadə olunan hədəfinə çatmaq üçün həqiqətən tətbiq olunan bir vasitə olmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Allahverdiyeva M.A..Beynəlxalq marketinq . 2012. 560
2. Armstrong.Q., Kotler.F., Marketinq: ilk addım. 2011. 7-ci nəşr, tərcümə edən: Azərbaycan Marketinq Cəmiyyəti. Bakı.
3. А.В.Пошатаев, М.В. Москалев, Е.И. Семенова. Маркетинг. Под ред. А.В.Пошатаева.-М. Колос С. 2005. 368.
4. Marketing Practice: Applied Marketing Science. 2010. 54-76
5. Голубков Е.П.. О некоторых понятиях и терминологии маркетинга. 2003.
6. Сребник.Б.В. Маркетинг: Учеб. пособие для вузов. 2005
7. Denison, T., McDonald,M. The role of marketing past, present and future. 2005
8. Бурчаков.Р.Г. Комплекс маркетинга: какую концепцию выбрать?. Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006.

Reklam Fəaliyyəti və Azərbaycanda Reklam Fəaliyyətinin Təşkili

Arif Hacıyev

arif_haciyev97@mail.ru

Xülasə

Reklam insan cəmiyyətinin tarixinin müxtəlif mərhələlərində həmişə sosial, iqtisadi və təşkilati sahələrə, ümumilikdə cəmiyyətin inkişaf etməsinə təkan verərək müasir dövrə gəlmişdir. Məkan və zaman çərçivəsində əmtəə-pul münasibətləri, dövlətlər arasındakı iqtisadi münasibətlər inkişaf edərək təkmilləşdikcə reklama daha da tələbat yaranmağa başlamışdır və nəticədə reklam bir fəaliyyət növü olmuşdur.

Reklamın baxımlı olması məqsədilə reklam şərtlərinə əməl edilməlidir. Çünki, keyfiyyətsiz reklam tamaşaçıların diqqətini kifayət qədər cəlb eləmir. Lakin nədənsə, bunu bilərək bizdə üstünlük keyfiyyətsiz məhsulların reklamınadır. Axı reklam bu cür olmamalıdır və özündə həqiqəti ehtiva etdirməlidir və vətəndaşlara problem əmələ gətirən reklamlardan birdəfəlik imtina olunmalıdır.

Azərbaycan Respublikası totalitar rejimdən bazar iqtisadiyyatına keçməsilə bağlı, ölkədə çoxukladlı mülkiyyət formalarının əmələ gəlməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif formalı növlərinin inkişaf etməsi, rəqabətin çoxalması və b. atributlar biznesin fəaliyyət növlərinin əmələ gəlməsini labüd etdi. İqtisadiyyatın çətin inkişaf mərhələlərində fəaliyyət növlərinin çox müvəffəqiyyətli nəticələri sadəcə müasir formalı informasiya texnologiyalarından səmərəli şəkildə istifadə olunmasından asılıdır. Demək ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin, həmçinin, onun rəqabət qabiliyyətinin təmin olunması informasiya vasitələrində reklam bazarının əmələ gəlməsinə zəruri zəmin yaratdı. Reklam təsərrüfatı istehlak bazarının əmələ gəlməsində əsl rol oynamaq ilə bazar münasibətlərinin təşkil edilməsi ilə iqtisadiyyatın bir sahəsinə çevrildi.

Ölkəmizdə müəssisələrin reklama yanaşması bizə yaxın dövlətlərdən kəskin formada fərqlənir. Bu fərqlər reklamın konsepsiyasında, həmçinin strategiyada və büdcələşmə özünü əks etdirir. Biz hələki keyfiyyətli və yaradıcı reklamı görə bilmirik. Türkiyəylə müqayisə etsək əgər görərik ki, Türkiyədə daha da yaradıcı reklam hazırlanır. Azərbaycanda isə adəcə məhsulun təqdimatı, məhsulun satışına istiqamətlənmiş reklamlardır.

Açar sözlər: Reklam, inkişaf, biznes, reklam bazarı

Giriş

Qloballaşma Qloballaşma dövründə reklam dünyada və respublikamızda sahibkarlıq fəaliyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmişdir. İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində reklama rast gəlmək olar. Reklam fəaliyyətinin rəngarəngliyi reklama məsuliyyətlə yanaşmağı tələb edir ki, reklamın səmərəsi daha yüksək olsun. Hazırda firmaların mənfəətlə işləməsində reklamın payı böyük olduğuna görə onlar öz strukturunda reklam departamenti və yaxud da reklam şöbəsini yaratmağa maraq göstərirlər. Digər tərəfdən iri reklam agentlikləri reklam fəaliyyətinin təşkilindən gəlir əldə edirlər.Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı reklamın rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır. Belə ki, bazar iqtisadiyyatlı ölkələrdə əsasən özəl mülkiyyət geniş vüsət almışdır.

Məlum olduğu kimi özəl sektorda başlıca yeri sahibkarlıq fəaliyyəti tutur. Sahibkarlıqla məşğul olanlar isə öz xidmət və əmtəələrini satmaq məqsədilə birinci növbədə onları bazarda tanıtmalıdırlar. Bu baxımdan da ən sərfəli vasitə reklam hesab edilir. Bu baxımdan da reklam iqtisadiyyatın vacib ayrılmaz tərkib hissəsidir. Firmaların gəlirlərinin yüksəlməsində reklamın kifayət qədər rolu var. Lakin reklamı elə yerləşdirmək lazımdır ki, o, məqsədli auditoriya üçün əlçatan olsun. Bu baxımdan da reklam hazırlanarkən birinci növbədə uyğun hədəf auditoriyası öyrənilməlidir. Reklam işinin və reklam bazarının iqtisad yönümlü tələbələrə mənimsədilməsi dövrümüzün vacib vəzifələrindən birinə çevrilmişdir.çevrilmişdir.

Müasir Reklam Anlayışı

Müasir reklamın başlıca mahiyyəti kompleks olaraq marketinq sisteminin ayrılmaz və həmçinin aktiv tərkib hissəsindən ibarət olmasıdır. Reklamın inkişaf səviyyəsini istehsalçının informasiya və reklam fəaliyyətinin effektivliyi və keyfiyyəti və dünya bazarının tələblərinə uyğun olub-olmaması müəyyənləşdirir. Reklamın uğuru reklamın ictimai etibarından asılıdır, bu baxımdan da reklamın fəaliyyəti bu etibara hər formada yardım etməlidir.Reklamın kifayət qədər keyfiyyətli olması məqsədilə bu reklam fəaliyyətinin uyğun mərhələləri əvvəlcədən olmalıdır (Qarayev, Yusifov, Novruzova, 2017: 56):

1.Bazarın təhlil edilməsi (istehlakçı motivasiyalarının tədqiq edilməsi)

2. Reklamın planlaşdırılması strategiyası (reklam kompaniyalarının əsas məqsədi, hədəf auditoriyasının müəyyən olunması, reklam büdcəsinin müəyyən edilməsi, reklam müraciətinin xüsusi ideyalarının hazırlanması, tədbirlərin planlaşdırılması)

3. Reklam planlaşdırılmasının taktikası (vasitələrin seçilməsi, reklam daşıyıcılarının müəyyən edilməsi, potensial səmərəliliyin hesablanması və ictimai planlaşdırma)

4. Reklamın müraciətinin təşkil edilməsi (tərkibi, arqumentlər, keyfiyyət, reklam maketinin hazırlanması ssenarisi, istehsal).

Reklamın düzgün formada planlaşdırımasından ötrü aşağıda göstərilən informasiyaları təhlil etmək vacibdir (Панкратов, Серегина, Шахурин, 2008: 31):

Məhsullar haqqında məlumatlar:

1. Məhsulların tələbatlılığının, onun zövqləri ödəyə bilmə dərəcəsinin müəyyən olunması, malların alınması məqsədilə təşviqi səbəblərin aşkar olunması, məhsulun əsas keyfiyyətlərinin təyin edilməsi, reklam vaxtı onlardan istifadə edilməsi imkanları;

2. Bazar barədə məlumat: məhsul tələbatlılığının təyin edilməsi, bazarın həcmi, onun yerləşdiyi əsas məntəqə, istehlakçılar tərəfindən məhsulların əldə edilməsi tezliyi, potensial istehlakçı ehtiyatı, alışla əlaqədar qərara təsir göstərən digər şəxslər;

3. Məlumatın məcburi göstərilməsiylə tələb meyli haqqında məlumat (genişlənir, yaxud kiçilir):

Əlverişli bazar amillini inkişaf etdirmək məqsədilə reklamdan istifadə etmək olar?, reklamın köməyiylə malların satışında əlverişsiz olan bazar tendensiyalarını önləmək olar?.Ümumiyyətlə, reklam fəaliyyətini aşağıda göstərilən başlıca mərhələlərə ayırırlar: (İmanov, 2014: s. 207)

1. Satış Promosiyası - qısa müddətdə reklam vericisinin məmulatların, yaxud xidmətlərin satışını stimullaşdırmış kommersiya, yaradıcı ideyaların həyata keçirilməsiylə ilə əlaqədar fəaliyyəti. Bu, satış promosiyasının rəngbərəng alətləri yerləşən malların qablaşdırılmasının köməyi ilə (alışlara cəlb olunma, şəbəkə işinin stimullaşdırılması-mal istehsalçısı, məşhur adamların portretləri, bahalı avtomobil markaları, cizgi filmləri qəhrəmanları), həmçinin satış yerlərində xüsusiləşdirilən tədbirlərin keçirilməsi yoluyla istifadə edilir.

2. Uzunmüddətli məqsəd - müəyyən bir mal nişanıyla markalanan, istehlakçının qavrayışında firmanın mallarının dəyərliliyinin formalaşdırılması; qısamüddətli məqsəd- istehlakçılar üçün malın əlavə dəyərliliyininin formalaşdırılması.

3. İctimaiyyət ilə olan əlaqələr - əmtəə birliklərinə, yaxud onları istehsal edən şirkətlərə xeyirxah münasibət göstərməyi hədəf alır, nüfuzlu reklamlar etmək üçün məlumatların yayılmasında kütləvi olan informasiya vasitələrinin redaksiya edilməsi hissəsindən istifadə etməyi nəzərdə tutur.

4. Direkt-marketinq - müntəzəm şəkildə müəyyən məhsullar ala bilmək niyyətində fərdi istehlakçılar və yaxud firmalarla daimi olaraq əlaqə yaradır. Direkt- marketinq fəaliyyəti birbaşa poçt vasitəsiylə, yaxud ixtisaslaşmış reklam mediası vasitəsiylə həyata keçirilir.

Reklam praktiki cəhətdən, bazara təsir edən yeganə alət olub. Şirkətlərin marketinq fəaliyyətinin əsasə növlərinə diqqət tsək, o zaman bu daha aşkar olaraq təsdiq edilir. Reklam şirkətlərin bilavasitə olaraq daşıma, istehsal kimi əməliyyatları istisna edilməklə, onların satışına, bütün aktivlik sahələrinə və b. öz təsirini edir. Qiymət və qablaşdırma bazara aktiv şəkildə təsir elementlərinə malikdir, eləcə də unutmaq olmaz ki, qiymət sadəcə reklam yoluyla məlumatlandırıldığı zaman istehlakçılara əlçatan olur, ancaq qablaşdırma isə özündə reklamlarının elementlərini daşıyır (Əlizadə, 2010: 109).

Amerikada mal satış və istehsalının xərcinin 5 faizdən çoxu Kütləvi İnformasiya Vasitələrində reklamlara sərf edilir. Kütləvi şəkildə istehlak əşyaları hazırlayan bir çox şirkətlərdə bunun ümumi payı daha da çoxdur; dərman preparatları istehsal edilməsində - 20 faiz, kosmetika və ətir sahəsində - 13,5 faiz, mətbəxə aid ləvazimatlarda - 12,8 faiz, içkilərdə (spirtli) - 11,9 faiz, qalantereyeda - 9,4 faiz, yuyucu vasitələrdə - 8 faiz. İstənilən biznes sahəsinin əsas məqsədi, müvəffəqiyyətli markanın təchizatçı, həmçinin alıcılar baxımından ən zəruri hissəsi etibar qazanmaqdır.(https://cubics.az/blog/reklam-f%C9%99aliyy%C9%99ti-reklamin-duzgun-planlasdirilmasi/, 2018)

Rusiyada, xüsusilə də Bakı şəhərində bu sahə daha da intensiv şəkildə insan həyatına daxil edilmişdir. O dövrdə Azərbaycan və Rusiyada reklam plakat mənasında göstərilirdi. Plakat artıq o dövrdə yaşayan insanların həyatında istehsalçı-istehlakçı arasındakı münasibətlərinin qurulmasında, şəhər mühitində fəaliyyət vəə məhsul barədə informasiyanın çatdırılmasında xüsusi rol ehtiva edirdi. Plakatın reklam vasitəsi olaraq tətbiq edilməsi çox çeşidliliyi şrift mədəniyyətinin və mətbəələrin yüksəlməsinə, reklam qrafikasının daha da təkmilləşməsinə çıxarırdı. Belə şəraitdə də Azərbaycanda reklam bazarının ilk forması formalaşmağa başlayıb.

Azərbaycanda reklam işi fəaliyyətinə 1992 - ci il tarixində başlamışdır. Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra, 1995 - ci il tarixində qəbul etmiş olduğu “Konstitusiya” - ya əsasən ölkənin başlıca istiqamətlərindən biri olaraq bazar iqtisadiyyatına uyğun olması göstərilir. Bu isə bizə imkan yaradır ki, çarizm, sovetlərdən qalan ənənələri inkar etmək, prinsipial fikirləri dünyanın qloballaşmasında ideyası daxilində reklam bazarının ölkəmizə məxsus modelini qurmağa imkan yaratdı. Həmin modeldə köhnədən qalan bazisi atmaqla, yeni bir bazis üzərində iqtisadi əsaslara müvafiq iqtisadi-geosiyasi məkanın üst quruluşunu formalaşdırmağa ehtiyac olmuşdur.

Nəticədə, inkişaf edən ölkələrə yaxınlaşmaqla dövlətdə sivil qaydalara müvafiq istehsalçı - istehlakçı münasibətlərinin təşkil edilməsini və onların ölkə xaricində olan əlaqələrin yaradılmasına imkan yaratmışdır. İstehsalın inkişaf etməsi məhsul artımına, onun həmçinin, xaricə çıxarılması, tətbiq edilməsi üçün iqtisadiyyatın başlıca hərəkətverici qüvvəsi kimi çıxış edən reklam vasitələrinin tətbiq edilməsi məqsədilə geniş imkanlar yaratmış oldu. Bu isə Azərbaycanın rayon, şəhərdə reklam vasitələrinin müvafiq olaraq yerləşdirilməsi üçün şərait yaratmışdır.

Ölkəmizdə reklam işiylə məşğul şirkətlər 1994-cü il tarixindən etibarən reklam səhnəsində görünməyə başladılar. Ölkənin sosializmdən inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatına keçməsi prosesi özəl şirkətlərin meydana çıxmasına zəmin yaratdı. Dövlətə məxsus müəssələrinin özəlləşdirilməsi, dövlətə investisiya axını birbaşa sahibkarlığı gücləndirdi.

İlkin mərhələdə yəni ki, 1990-cı ilə qədərki dövr barədə bir az düşünsək, deyə bilərk ki, bu dövr ərzində iqtisadiyyat mərkəzdən planlaşdırılırdı. Bu baxımdan da bu dövr ərzində marketinqdən danışarkən adəcə distribusiyanı, müəyyən qədər də məhsul barədə danışmaq olardı. Həmin dövr ərzində reklam şirkətlərinin fəaliyyətinə çox da tələbat yox idi. Müəssisələr az idi. Hansı məhsulun istehsal ediləcəyi artıq dövlət tərəfindən əvvəlcədən planlaşdırılmışdı. İnsanların seçim imkanı demək olar yox idi.

Müəssisələr istehsal etdikləri məhsulu reklam etsinlər. Bu şərait ölkəmizi bu dövrdə reklamın inkişafetmə səviyyəsinə əsasən başqa ölkələrdən kəskin şəkildə fərqləndirirdi. 1990-1995 ci illər-bu dövrdə artıq müstəqiliyik elan edilmişdi. SSRİ-nin qurduğu iqtisadi sistem, yetişdirmiş olduğu kadrlar hələ də əhalinin şüurunda qalmışdır. Sahibkarlığın rüşeymi artıq formalaşmağa başlamışdır. Kiçik sahibkarlıq inkişaf etməkdə idi. Lakin yenə də başqa bir problem mövcud idi. Müəssisə sahibləri hələ də marketinqə kifayət qədər əhəmiyyət vermirdi. Bunun başlıca səbəbi nə idi?

1. Müəssisənin sahibləri marketinq elmi barədə biliklərə malik deyildilər.
2. Oliqapolist və monopolist rejim üçün marketinqə demək olar ki, ehtiyac qalmırdı.

Bu dövrdə artıq sahibkarlar mövcud idi. Sahibkarlar öz məhsullarını tanıtdırmalı idi. Bu baxımdan da bu şirkətlər məhsularını yaya bilmək vasitələri axtarmalı idi. Elə bu dövrdən ölkəmizdə poliqrafiya xidmətləri göstərən müəssisələr yaranmağa başladı. Həmin dövrdə televiziyanın reklamları bahalı olduğuna görə kiçik şirkətlərin ümumi büdcələri buna şərait yaratmırdı və onlar əsasən küçə reklamları verməyə başladı. Artıq reklam işləriylə məşğul şirkətlərin təməli atılmışdı.
Lakin ölkəmizdə internet reklam bazarında əksərən reklam bannerləri kliklənmir. İlkin olaraq texniki problemlər aradan götürülməlidir. Ona görə ki, bir sıra ortaq nöqtələri olsa belə, internet reklamları başqaları ilə eyniləşdirilməmək məqsədilə kifayət qədər özünəməxsus üstünlükləri, xüsusiyyətləri var. Buna baxmayaraq, dünyada internet reklamı reklam bazarında demək olar ki, hələ ki, kiçik yer tutur. Lakin, inkişaf sürətinə əsasən başqa reklam daşıyıcılarından çox öndədəir. Azərbaycanda də əvvəlki illər ilə müqayisə edildikdə bu inkişafı görmək olar.
İnternet reklamlarının bu qədər də cazibədar olmasının əsas səbəblərindən biri xərclərin nisbətən aşağı, məhsuldarlığın yüksək olmasıdır. Başqa əhəmiyyətli səbəb internet reklamı daxilində reklamverən şəxsə lazım reklam növünün təklif olunmasıdır. Reklamverən şəxs istənilən bir mövzuda, mahiyyətdə reklam yerləşdirmək məqsədilə internetdə özünə uyğun bir sayt tapa bilər. Bu məqsədlə internet istehsalçıya seçim hüququ verir.

Başqa reklam vasitələri ilə müqayisə edildikdə internet reklamının bir çox üstünlükləri mövcuddur. Çap formalı reklam vasitələrindən müəyyən qədər fərqli olaraq, veb səhifədə olan reklam eyni vaxt çırçivəsində müxtəlif ziyarətçilərə reklam izlədilə bilər. Reklam rotasiyası olaraq tanınan bu texnologiya reklam sahəsində eyni vaxtda bir sıra reklam kompaniyası keçirə bilmək imkanı əmələ gətirir.

Reklam Biznesi Və Sahibkarıq Anlayışı

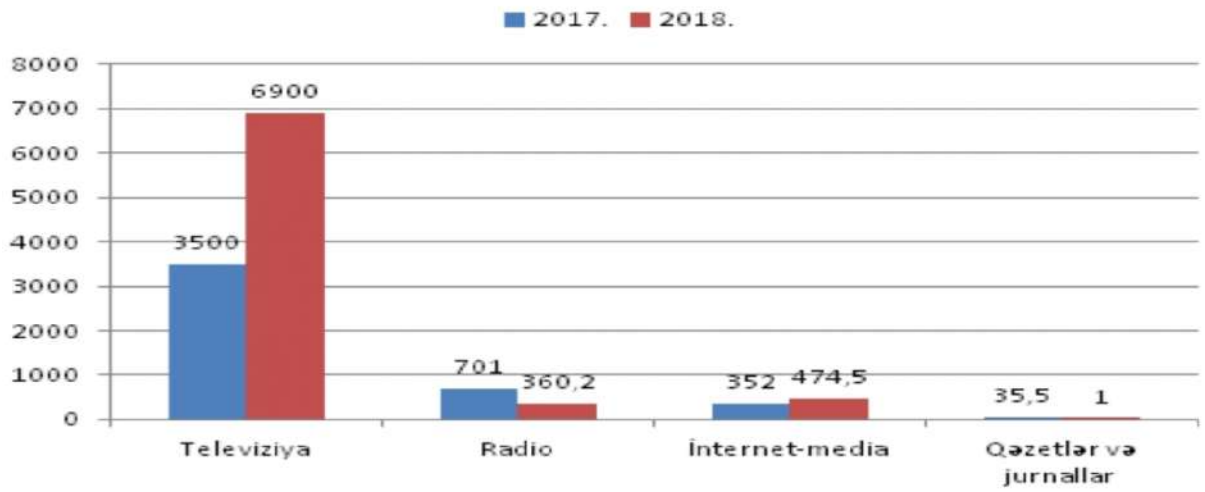
Reklam biznesi və sahibkarlığın inkişafında internetin əhəmiyyətini nəzərə alaraq, internetdə reklam kampaniyasının həyata keçirilməsi onun konkret məqsədlərinin tətbiq olunan üsul və metodlarının,

onların texnologiyalarının formalaşması və habelə yeni kampaniyaların səmərəli olması üçün ona sistemli yanaşmanı və bununla da bir sıra mövcud problemlərin aradan qaldırılmasını tələb edir. Bu tələblər aşağıdakılardır:

- mövcud şəraitə uyğun olaraq xidmətin qiyməti provayderlərdən asılı olduğuna görə ayrı-ayrı şəxslər və təşkilatlar üçün daha əlverişli olan internetə limitsiz aylıq çıxışın əldə edilməsini;

- veb səhifələrdə reklam resurslarının daha effektli yerləşdirilməsinə reklam agentlikləri daha məsuliyyətli yanaşmalı və bununla yanaşı reklamverən və reklam yerləşdirənlərin də veb sayt standartlarına riayət etmələrini;

Qrafik 1. Azərbaycanda kütləvi informasiya vasitələrinin 2017-2018-ci illər ərzində reklam gəlirləri (min mana



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi, 2018

Hal-hazırda ölkəmiz reklamın inkişaf dərəcəsinə görə keçmiş ittifaq respublikalarının bir çoxundan qabaqdadır. Bu ölkəmzidə azad mətbuatın olmasıyla bağlıdır. İndi ölkədə 500-dən artıq qəzet, onlarla jurnal, 9-dan çox radiostansiyalar (Anten FM, Xəzər, Burc FM, İctimai, Space və b.), 6 yerli telekanal (Xəzər, Mədəniyyət, AzTV, İctimai, ATV, Lider, Space) fəaliyyətdədir.

Hal-hazırda ölkəmizdə reklam sahəsinə biganə münasibət mövcuddur. Əslində, reklama belə biganə münasibət öz-özündən əmələ gəlməmişdir. Əgər bu münasibət bir baxımdan yerli reklam bazarının zəif formada inkişafıyla əlaqəlidirsə, başqa tərəfdən də reklam bazarında olan monopoliyadan əmələ gəlir.

Reklamların tərtibi, dili, onun məzmunu və keyfiyyəti baxımından ciddi problemlər yaşanmaqdadır. Tamaşaçı reklamlara biganə yanaşırsa, bu reklam işiylə məşğul olanları ciddi şəkildə düşündürməlidir. Yoxsa reklamın bahalığı bir yana, bayağı reklamları telekanallarda yayınlamaqla müəyyən irəliləyişə nail olunması qeyri-mümkündür.

Danılmaz bir faktdır ki, hal-hazırda küçələrdə və telekanallarda reklam olunan bir sıra məhsulların keyfiyyəti həmin reklamlarda tərif edildiyi kimi deyildir. Reklama aldanıb o məhsulu alanlar az müddət ərzində o məhsulun tamamilə keyfiyyətsiz olduğundan şikayətlənir.

Buna görə də, reklam bazarında şirkətlərin ümumi sayı çox olmasına baxmayaraq, bu sahədə olan mövcud vəziyyətə əsasən, Azərbaycan dünyanın bir çox ölkələrindən geridədir. Reklam şirkətləri bir

sıra hallarda qanunlara riayət etmir. Vətəndaşların reklam şirkətlərinə olan inamının az olması reklam bazarının inkişaf etməsini ləngidir.

Azərbaycan tamaşaçısı, yaxud alıcısında reklam edilən mal və verilişlərə olan marağın azaldığını müşahidə edə bilərik. Yəni ki, nələrsə reklam edilirsə, demək ki, nə isə bir əmması vardır. Belə müşahidələr əksərən özünü doğruldur da. Ancaq təəssüflər olsun ki, bir çox xarici ölkələrdə isə bunun tam olaraq əksini müşahidə edə bilirik.

Reklam zamanı keyfiyyətsiz olan məhsulların təbliğ edilməsi təbii olaraq, reklam bazarının nüfuzuna ziyan gətirir. Tamaşaçının əsas istəyi budur ki, küçələrdə olan reklam şitlərində, istərsə televiziyalarda keyfiyyətə diqqət yetirilsin, alıcıların əsas zövqünə müvafiq məhsullar reklam edilsin.

Ölkəmizdə professional reklam çəkmək sahəsində də işlər o qədər də ürəkaçan deyildir. Reklam işiylə məşğul olanlar professionalıq yerinə daha çox təqlidçiliyə yer verirlər. Rusiya, Türkiyə və başqa xarici telekanallardakı reklamlar bəzi zamanlar olduğu kimi təkrar olunur. Azərbaycan telekanallarında nümayiş olunan reklamları professional cəhətdən səviyyəli etmək məqsədilə telekanallar sadəcə biznes maraqlarından çıxış etməməlidir. Reklam yayıcısı ilkin olaraq "Reklam haqqında" Qanuna əsaslanmaqla reklamın milli və mənəvi dəyərlərə müvafiq olduğunu müəyyən etməlidir. Bu sahədə onlar çox işləməlidirlər.

Hərkəs dərk etməlidir ki, ölkəmizin ərazisindəki reklamlar ana dilimizin normalarına müvafiq yerləşdirilməlidir. Zəruri hallarda isə reklamda dövlət diliylə bərabər, başqa əcnəbi dillərdən istifadə oluna bilər. Bu halda onların tutmuş olduğu sahə Azərbaycan dilində olan qarşılığının tutmuş olduğu sahədən çox olmamalıdır, Azərbaycan dilində olan yazıdan sonra gəlməlidir. Ancaq paytaxtın küçələrində olan reklamlardan da aydın formada görünür ki, onların çoxu əcnəbi dillərdədir. (https://ilkxeber.org/reklam-bazarinin-inkisafi-niy%C9%99-l%C9%99ngiyir/, 2019)

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Analiz

Bir çox inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən göründüyü kimi bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş reklam institutu olmadan effektiv fəaliyyət göstərə bilməz. Başqa sözlə desək reklam-bazarın daxili elementi, onun inkişafının vacib aləti hesab edilir. Odur ki, yerinə yetirilən tədqiqat işinin praktik əhəmiyəti reklam müəssisələrin uğurlu fəaliyyət göstərməsi üçün lazım olan müəyyən təklif və tövsiyələrin verilməsindən ibarətdir.

Nəticə

Reklam bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehlakçı və istehsalçı arasında əlaqə vasitəsi olmaqla bərabər, istehsalçını tanıdır, informasiya vasitəsi olaraq malı təbliğ edib, istehlakçını məlumatlandırır və ona seçim imkanı verir. Bununla da o ən demokratik fəaliyyət sahəsi olaraq tanınır. Bu səbəbdən də hal-hazırda reklamın təşkili, onun effektivliyinin tədqiqi vacib sayılır.

Reklam fəaliyyəti bazara xidmət və malın təqdim dilməsi səviyyəsi, mal istehsalının gələcək inkişafıyla sıx əlaqə saxlamalıdır. Bazarda baş vermiş hər dəyişiklik reklamın fəaliyyətində, onun məzmununda özünü ehtiva etdirməlidir. Bu cəhətdən reklamın məqsədyönlü təsiri məhsulun planlaşdırılmasında, istehsalında, həmçinn ticarətdə özünü biruzə verməlidir.

Bu gün Azərbaycan bazarında 100-dən çox yerli reklam şirkət və biznes agentlikləri fəaliyyətdədir və qeyd olunan biznes sahəsində milyonlarla manat vəsait dövriyyə edir.

Şirkətlər 2015-ci il tarixində baş vermiş devalvasiyadan sonra reklamların büdcələrini azaltdılar. Əslində bu, səhv gediş idi. Bu hadisənin tam olaraq əksi baş verməli idi. 2016-cı il ilə 2019-cu il müqayisədə ümumi reklam sahəsində dövriyyədəki pul 30-40 % azalmışdır.

Azərbaycanda reklam və marketinq sahəsində maariflənməyə ehtiyac duyulur. Televiziyaların büdcəsinin 90 %-i sponsor və reklamlardan formalaşır. Şirkət piar və reklamın gələcək inkişafın potensialında rolunu bilmir. Maariflənmək tədbirləri həyata keçirilməlidir ki, şirkətlər öz reklam büdcələrini əlavə xərc olaraq görməsin. Bunu şirkətin inkişaf etməsinə yatırım olaraq qiymətləndirsinlər. Bu halda brend markalar təsis edilər. Əvvəllər bu cür bir fikir mövcud idi-yaxşı malın heç bir reklama ehtiyacı yoxdur. Müasir dövrdə isə yaxşı bir mal olmaq brend olmaq vacidbir.

Hal-hazırda Azərbaycanda reklam qiymətlərinin vahid olaraq tənzimlənmə siyasəti mövcud deyil. Qiyməti bazar müəyyənləşdirir. Televiziya kanalları reytinqə əsasən qiymətlər tətbiq edir. Ancaq dünya ölkələri ilə müqayisə edildikdə ölkəmizdə reklam qiymətləri nisbətən ucuzdur. Televiziya dakı reklamlarda pik saatlar ərzində reklamın bir saniyəsi 30-100 AZN məbləğində dəyişir. Radioda isə reklamlar daha ucuzdur. Burada qiymətlər 6-10 AZN-dən başlayır. Rəqəmsal reklamlar 1 dollardan başlayır. Ölkəmizdə belə reklamlara 18 % ƏDV tətbiq olunur. Bu da öz növbəsində inkişafı ləngidir.

Ədəbiyyatlar

1. Dövlət Statistika Komitəsi, 2018
2. Əlizadə A.Ş., (2008). Azərbaycan Respublikasında reklam və internet xidməti bazarının müasir durumu Dövlət Büdcəli iş, Bakı, 315 səh.
3. Əlizadə A.Ş., (2010). Kommunikasiya sistemi və reklam, Bakı, Elm, 241 səh.
4. İmanov Ə.Ş. (2014). Biznes və Reklam, Bakı, Sabah, 414 səh.
5. Qarayev F.M., Yusifov E.M., Novruzova A.Q. (2017). “Reklam işinin təşkili”, Bakı, Biznes Universiteti Nəşriyyatı, 412 səh.
6. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. (2008). «Рекламная деятельность», Москва, Информационно-внедренческий центр «Маркетинг» 711 стр.
7. https://cubics.az/blog/reklam-f%C9%99aliyy%C9%99ti-reklamin-duzgun-planlasdirilmasi/, 2018
8. https://ilkxeber.org/reklam-bazarinin-inkisafi-niy%C9%99-l%C9%99ngiyir/, 2019

Müasir İnnovasiya Mühiti Şəraitində Müəssisənin Marketinq Fəaliyyətinin İdarə Edilməsi

Cavid Vəlizadə

cavid.vlizd@mail.ru

Xülasə

Məqalədə iqtisadiyyatın təşkili və idarə edilməsi prosesinə analoji texnologiyalarla yanaşı rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi trendləri nəzərdən keçirilmişdir. Hibrid texnologiyaların formalaşma effektivliyinə diqqət yetirilir, multimedia vasitələri, kanallar və proqramlar kompleksinin strukturu təsvir edilmişdir, onların iş prinsipi rəqəmsal texnologiyaya əsaslanır. Kommersiya strukturlarının marketinq fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi sisteminin transformasiyasının rəqəmsal platformasının yaradılması üzrə əsas vəzifələr və problemlər müəyyən edilmişdir. Şirkətlərin bazarın subyektləri ilə qarşılıqlı fəaliyyətinin və onların əsas bölmələrinin fəaliyyətinin analoji texnologiyalardan rəqəmsal texnologiyalara keçirilməsində mümkün geri qalmaq risklərinin strukturu açılır. İqtisadiyyatın və marketinq fəaliyyətinin rəqəmsal transformasiyasında şəbəkə təşkilatlarının qarşılıqlı fəaliyyət sistemində marketinq strategiyaların institusional modelləşdirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Mahiyyət etibarilə, biz "Müəssisələrin şəbəkə hazırlığının İndeksasiya sisteminin" qurulması zərurətinə rəqəmsal marketinq potensialının səviyyəsinə əsasən yanaşırıq. Bu zaman şəbəkəni qarşılıqlı əlaqədə olan fərdlərin cəmi kimi deyil, mövqelər arasındakı münasibətlərin təhlil predmeti olduğu mövqelərin cəmi kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Mövqelər arasındakı əlaqələr isə resurslar axınını xarakterizə edir. Bu kontekstdə marketinqin hibrid strategiyaları haqqında və əlbəttə ki, hibrid şəbəkə təşkilatlarının marketinqin iqtisadiyyatı haqqında danışmaq olar. Firmaların funksional və texnoloji bölmələrinin fəaliyyətinin rəqəmsal texnologiyaları istifadə etmək istəməməsi və ya keçməkdə geri qalması istehlakçıların itirilməsi, malların satışının və ya göstərilən xidmətlərin həcminin azalması, təchizatçıların və biznes üzrə tərəfdaşların itirilməsi, imicin itirilməsi və mövcud brendin istehlakçılara təsir səviyyəsinin aşağı düşməsi ilə bağlı olan əlavə xərclərə gətirib çıxara bilər.

Açar sözlər: Marketinq, Qarşılıqlı Fəaliyyətin Marketinqi, Rəqəmsal Texnologiyalar, Marketinq Texnologiyasının Rəqəmsal Platforması

Giriş

Azərbaycan iqtisadiyyatında həyata keçirilən istehsalatın və funksional xidmətlərin təşkili və idarə edilməsi sisteminin transformasiyasının başlanğıc nöqtəsi biznes strukturların əksəriyyətinin mümkün qədər çox yeni alıcıların qazanılmasına və hər bir sövdələşmənin dəyərinin qısa müddətli maksimallaşdırılmasına yönəlməsi olmuşdur. Uzun müddət diqqət mərkəzində alıcıların deyil, xüsusi mallar və xidmətlərin olduğu kütləvi anonim sövdələşmələr arenasında marketinq fəaliyyəti dağıdılmışdı. Lakin elmi – texniki tərəqqinin dəyişiklik tendensiyaları və xüsusən informasiya texnologiyalarının və multimedia sektoru vasitələrinin inkişafı marketinqin, qarşılıqlı fəaliyyət marketinqinin və qarşılıqlı münasibət marketinqinin yeni paradiqmasının yaranması ilə əlaqədar marketinq fəaliyyəti prosesinin başa düşülməsinin prinsipial şəkildə dəyişməsinə gətirib çıxardı. Bu paradiqma çərçivəsində uzun müddətli uğura, alıcının həyat dövrünün dəyərinə əsaslanaraq bucağın başında uzun müddətli işgüzar münasibətlərin yaradılmasını və saxlanamsını qoyan çoxlu sayda konsepsiyalar yarandı. Eyni zamanda iqtisadiyyatda sadəcə informasiya texnologiyalarının deyil, həm də rəqəmsal texnologiyaların inkişafı və tətbiq edilməsi ilə möhkəmlənən yeni texnoloji quruluşun meydana gəlməsi qərarların qəbul edilməsi sürətinin və biznes proseslərin idarə edilməsinin keyfiyyətinin artması sayəsində iqtisadiyyatın effektivliyinin artmasına kömək edir. "Fərdi adaptasiya olunmuş marketinqin" inkişaf dövrü gəlib çatmışdır, bu da yeni multimedia vasitələri və kommunikasiya formaları ilə möhkmləndirilir: internet, çağrı mərkəzləri, mobil telefonlar, interaktiv televiziya və s., onlar daha yüksək sürətlə və daha az xərclərlə alıcılarla fərdi əlaqələr qurmağa və uzun müddətli satışdan sonrakı xidmət aparmağa imkan verir. Burada xüsusi

olaraq informasiya (kommunikasiya) və kommunikativ texnologiyalar (İKT) və xüsusilə Forsayt marketinq texnologiyaları bazarının bir sıra inkişaf tendensiyalarını ayırmaq lazımdır (Bagiyev, 2016). Beləliklə, İnternetin üzərinə informasiya, kommunikasiya, kommunikativ və kommersiya funksiyası qoyulmuşdur. İqtisadiyyata rəqəmsal texnologiyaların, onun funksional strukturlarının və sisteminin tətbiq edilməsinin mahiyyəti nədir? Əlbəttə, bu proseslərin formalaşmasının və qərarların qəbul edilməsinin bütün alqoritmlərinin rəqəmsallaşdırılmasına keçiddir. Bu analoji texnologiyalardan imtinanı bildirirmi? Şübhəsiz ki, xeyr. Buna görə də hibrid texnologiyaların faktiki istifadə yolu ilə rəqəmsal və analoji texnologiyaların birgə həyatı zəruridir.

Görünür ki, "rəqəmsal marketinq və ya digital marketinq" deyil, rəqəmsal texnologiyaların marketinq fəaliyyətinə tətbiq edilməsi başlıca olaraq müştəri ilə ünsiyyətdə onun təəssüratlarından onun firmanın fəaliyyətinə daimi marağının yaradılmasına keçidə kömək edəcək. Yəni istehlakçılardan – tamaşaçılardan, müşaahidəçilərdən istehlakçılara – istehlak dəyərlərinin yaradılmasında birgə yaradıcılıq prosesinin fəal iştirakçılarına prinsipi. Bununla əlaqədar olaraq bir tezisi dəstəkləmək lazımdır ki, marketoloqlar sadəcə öz ənənəvi marketinq sxemlərinə və modellərinə ayrı – ayrı rəqəmsal media əlavə etməli deyil, onlar ön plana rəqəmsal texnologiylara əsaslanan yeni media və alətlərin istifadə edilməsini qoyaraq öz fəaliyyətlərini əsaslı şəkildə yenidən qurmalıdırlar. Bu zaman marketinqin əsas prinsipləri - mövqeləşdirmə, seqmentləşdirmə və digərləri dəyişməz olaraq qalır. Effekt analoji və rəqəmsal texnologiylar vasitələri ilə istehlakçıların cəlb edilməsinin və onlarla ünsiyyət sürətinin artırılmasının yeni üsulları sayəsində, yəni onların bəyan etdiyi tələbatın alınmasından və istifadə edilməsindən məmnunluğun sürətləndiriməsi sayəsində yaradılır.Bu zaman prosesin - marketinq fəaliyyətinin rəqəmsal transformasiyası məsələlərinin qoyulması və həllinin aşağıdakı məqamlarına diqqət yetirmək lazımdır:

1. İstehlakçılar və müştərilər – dəyərlərin yaradılmasının və istifadə edilməsinin fəal iştirakçıları.
2. Müştərilərlə işin əhatəsinin və tezliyinin formalarını dəyişmək, deməli, lazımi təklifin planlaşdırılmasını daha savadlı şəkildə həyata keçirmək.
3. Müştərilərin tələbatlarının ödənilməsi üçün rəqəmsal kanallar və vasitələr dəstini planlaşdırmaq və optimallaşdırmaq. Bu isə zaman, məkan və yer xarakteristikalarını nəzərə almaqla müştərinin və firmanın rəqəmsal təmin edilməsinin hazırlığna adaptasiyadır.
4. Relevant, keyfiyyətli müştərini formalaşdırmaq və tapmaq bacarığı.
5. Firma brendinin strateji siyasətinə müvafiq olaraq istehlakçı tərəfindən kontentin yaradılmasının stimullaşdırılması və həvəsləndirilməsi.
6. Müştərilərin işinin sosial şəbəkələrdə iştirakının dəstəklənməsi.
7. Yeni media variantlar dəstini formalaşdırmaq və modelləşdirmək, onların istifadə edilmə nəticələrinə görə ödəniş göstəriciləri sistemini nəzərə almaqla.
8. Müştəri ilə ünsiyyət zamanı öz nöqteyi – nəzərini müdafiə etmək üçün onun rəqəmsal texnologiyaları mənimsəmə sürətini nəzərə almaq.
9. İstehlakçı ilə konsolidasiya və onunla fərdi iş təcrübəsinin təşkili.

Metod

Məqalədə tədqiqat obyektində iqtisadi təhlil, müqayisəli təhlil, SWOT analiz, anket-sorğu

metodundan istifadə edilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Bunlardan birincisi analiz metodudur. Bu metod vasitəsilə marketinq sektoruna dair bir sıra tədqiqat işi və ədəbiyatlar araşdırılacaqdır. İkinci metod müqayisəli metoddur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Araşdırılmış ədəbiyyatlar vasitəsilə ölkədə müəssisələrin idarə edilməsində marketinqin rolunun müasir innovasiyalı vəziyətlə müqayisə ediləcəkdir.

Analiz

Firmanın marketinq fəaliyyətinin təşkilinin və idarə edilməsinin rəqəmsal platformasının formalaşmasının və inkişafının dizaynı və kontenti. Qloballaşma, rəqabətin sərtləşdiyi şəraitdə marketinqdə innovativ inkişafın əsas istiqamətlərindən biri rəqəmsal texnologiyların fəal şəkildəistifadə edilməsidir. İnternet, mobil rabitə, süni intellekt, Big Data, buludlu hesablama əsasında informasiyanın toplanması, emal edilməsi və saxlanması sistemləri, əşyaları interneti iqtisadiyyatın və biznes proseslərin inkişafına getdikcə daha çox təsir etməyə başlayır. Aşağıda müəlliflərin marketinqq fəaliyyətinin təşkilinin və idarə edilməsinin rəqəmsal platformasının formalaşmasına baxışları nəzərdən keçirilir.Ümumdünya bankının dünya inkişafı haqqında "Rəqəmsal dividendlər" (Naumov, 2014) adlı məruzəsində göstərilmişdir ki, rəqəmsal texnologiylar şirkətlərə məhsuldarlığı artırmağa, insanlara iş tapmağa və imkanlarını genişləndirməyə, hökümətlərə isə vətəndaşlara daha keyfiyyətli xidmətlər göstərməyə necə kömək edir. İnformasiya xərclərini azaltması sayəsində rəqəmsal texnologiyalar firmalar, fiziki şəxslər və dövlət sektoru üçün iqtisadi və sosial tranzaksiyaların dəyərini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır. Məruzədə belə bir nəticə çıxarılır ki, ölkələr informasiya – kommunikasiya sahəsində dəyişikliklərdən maksim faydanı yalnız onların dayanmadan işgüzar iqlimi yaxşılaşdırdığı, təhsilə və vətəndaşların sağlamlığının qorunmasına vəsaitlər qoyduğu lazımi şəkildə idarə edilməsinə kömək etdiyi halda ala bilər. Bunların baş vermədiyi ölkələrdə rəqəmsal texnologiyalar nə məhsuldarlığın artmasını, nə də bərabərsizliyin azalmasını təmin etmədi.Rəqəmsal texnologiyalar informasiya resurslarına girişi genişləndirməyə, marketinq informasiyasının saxlanmaya və emala verilməsinə xərcləri azaltmağa prinsip etibarilə, yeni informasiya malları və xidmətləri yaratmağa imkan verir. Müəssisələr səviyyəsində rəqəmsal texnologiyalar əməliyyat xərclərinin azalması, qlobal bazarların dərhaal əhatə edilməsi, müştərilərlə daimi birbaşa əlaqələr və onlarla şəxsi münasibətlər hesabına tələbatlarının daha yaxşı başa düşülməsi ilə satışların artırılmasına, xərclərin azalmasına nail olmağa imkan verir.

Malların və xidmətlərin əldə edilməsi prosesində istehlakçılar və müəssisələr rəqəmsal mühitdə qarşılıqlı fəaliyyət göstərirlər, innovasiya texnologiyalarından istifadə edirlər. Şəxsi əlaqələrin əvəzinə rəqəmsal sistemlərin istifadə edilməsi ilə və ya idarə edilməsi altında qarşılıqlı fəaliyyət gəlir, bu da marketinq fəaliyyətində yeni problemlər və imkanlar yaradır.Marketinqdə və logistikada xərclərin azalması əsas biznes proseslərin avtomatlaşdırılması – ehtiyatların və alış- verişlərin idarə edilməsinin optimal modellərinin qurulması, müştərilərlə qarşılıqlı fəaliyyətin, logistik marşrutların optimallaşdırılması hesabına əldə edilir (Kotler & Armstrong,2009). Bununla bərabər, rəqəmsal transformasiyanın effektivliyi nümunələrinin çoxlu sayına, rəqəmsal texnologiyaların rəqabət qabiliyyətinin artmasına təsirinə, müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin yaxşılaşmasına, yeni bazarlara çıxışa və s. baxmayaraq, rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinqfəaliyyətinin idarə edilməsi prosesinin transformasiyasının nəzəri aspektləri kifayət qədər öyrənilməmişdir.Rəqəmsal transformasiya proseslərinin marketinq fəaliyyətinə təsirinin, rəqəmsal mühitdə bazar subyektlərinin qarşılıqlı fəaliyyətinin təşkilinin, rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi

prosesinin mahiyyətinin aşkar edilməsi və transformasiya istiqamətlərinin, marketinqin innovasiya alətlərinin yaradılması yolu ilə işlənib hazırlanmasının tədqiq edilməsinin vəzifələri aktual olaraq qalır.Rəqəmsal transformasiya haqqında danışarkən bir neçə səviyyə ayırmaq məqsədə uyğundur:

- iqtisadiyyatın bütünlükdə səviyyəsi, bu zaman rəqəmsal texnologiyaların qlobal və regional bazarlara, sosial – iqtisadi proseslərə təsiri tədqiq edilir, rəqəmsal transformasiyanı daha uğurla aparan sahələr aşkar edilir;
- müəssisələri səviyyəti, bu zaman rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün innovasiya texnologiyalarının tətbiq edilməsinin, yeni bazarlara çıxışın daha uğurlu təcrübəsi öyrənilir;
- biznes proseslərin səviyyəsi, bu zaman istehsalatı, logistikanın, marketinqin, müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin, sənəd dövriyyəsinin və s. idarə edilməsi üçün rəqəmsal sistemlərin və texnologiyaların tətbiq edilməsi təsvir edilir.

Şəkil 1. Marketinq fəaliyyətinin transformasiyasının rəqəmsal platformasının dizaynının formalaşdırılması

Rəqəmsal mühitdə platformalar və qarşılıqlı fəaliyyət sistemləri
Sosial media
Sosial şəbəkələr (Facebook, İnstagram, Peşəkarlar, Odnoklasnik)
İstehlakçıların və təchizatçıların qarşılıqlı fəaliyyət platformaları (Booking, Momondo, Uber)
Servislər (Yandeks Tıxaclar, Yandeks Pullar)

Rəqəmsal texnologiyalar	
İnternet	Mobil texnologiyalar
Süni intellekt	Buludlu hesablamalar
Big Data	Əşyaların interneti

Mənbə: Tədqiqatçı tərəfindən hazırlanmışdır

Bir sıra tədqiqatlarda rəqəmsal transformasiyanın iqtisadi effektivlik göstəriciləri ilə, iqtisadi artım şərtləri və perpektivləri ilə əlaqəsini müəyyən etmək cəhdləri edilmişdi. Belə ki, məsələn, IDC şirkəti tərəfindən rəqəmsal transformasiya texnologiyalarına qlobal xərclər hər il 16,8 % artacağı və 2019-cu ildə 2,1 trln dollara çatacağı barədə məlumatlar verilir. Accenture şirkətinin məlumatlarına əsasən, rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi 2020-ci ildə dünyanın aparıcı iqtisadiyyatının ÜDM 1.36 trln dollar əlavə edə bilər (Popov, 2007). Marketinqin (Proxorov, 2017)-də şərh edilən nəzəriyyə və təcrübəsinə əsaslanaraq marketinq fəaliyyətin transformasiyasının rəqəmsal platformasının formalaşmasının aşağıdakı əsas istiqamətlərini ayırmaq olar (Şəkil 1):

1. marketinq informasiyasının toplanması, emalı, təhlilinin rəqəmsal metodlarının təkmilləşdirilməsi;
2. rəqəmsal mühitdə istehlakçılarla qarşılıqlı fəaliyyətin təşkili;
3. marketinq tədbirlərinin planlaşdırılmasının və həyata keçirilməsinin avtomatlaşdırılması.

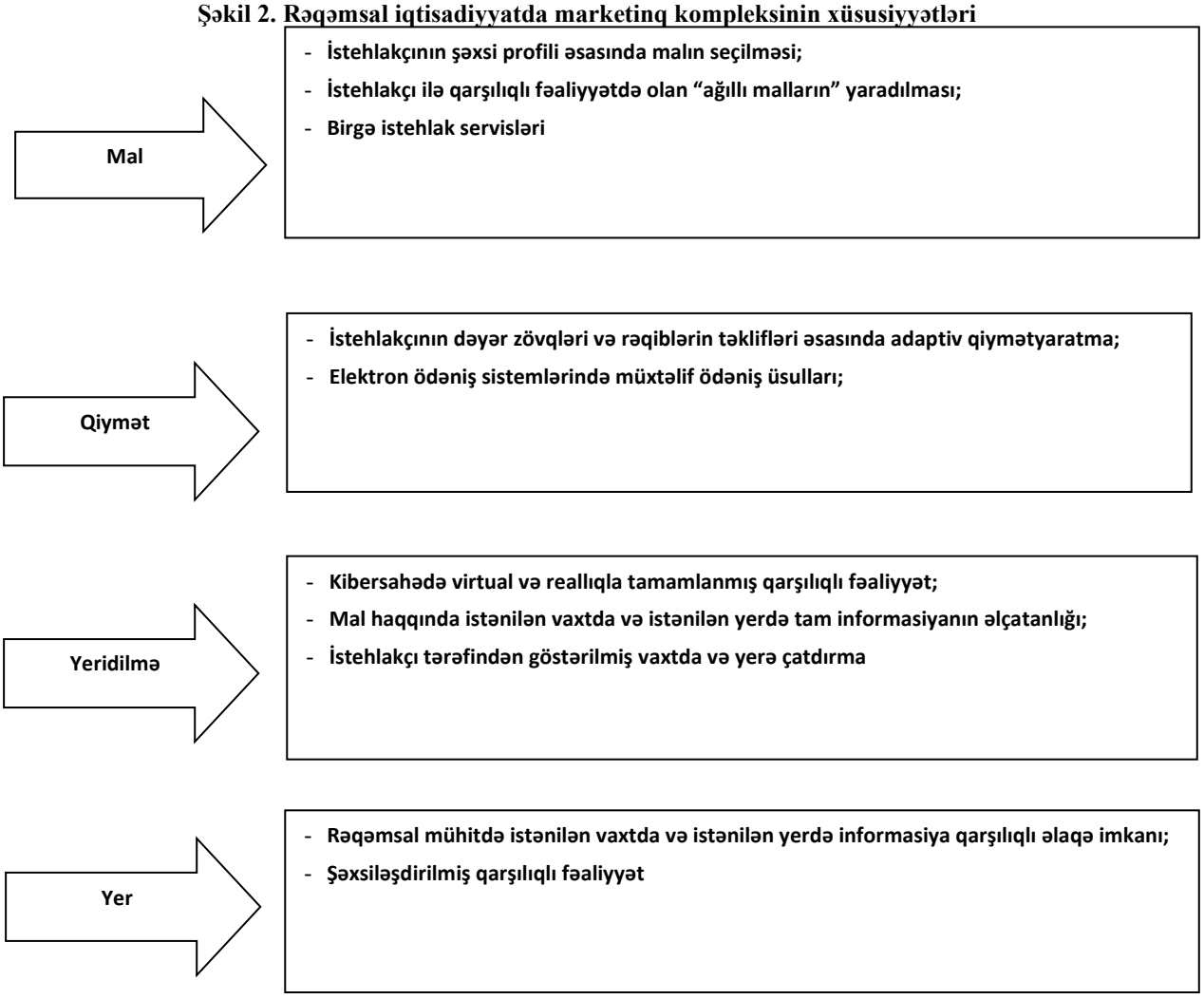
Birinci istiqamət - marketinq informasiyasının toplanmasının, emalının, təhlilininrəqəmsal metodlarının təkmilləşdirilməsi, hər şeydən əvvəl, marketinq analitika sisteminin, marketinq məlumatlarının ixtisaslaşdırılmış təhlil alətlərinin yaradılmasına yönəlmiş istiqamətdir.Nümunəkimi veb – analitika, videoanalitika,Wi-Fi analitika, məlumatların idarə edilməsi platforması və genişləndiirlmiş analitika sistemlərini qeyd etmək olar. Veb – analitikanın əsas vəzifəsi (Web Analytics) veb – saytları ziyarətlərin monitorinqidir, onun məlumatları əsasında saytın auditoriyası təyin edilir və veb – resursların funksional imkanlarının inkişafı və genişləndirilməsi üzrə qərarların qəbul edilməsi üçün ziyarətçilərin davranışı öyrənilir. Veb – analitika sistemi veb – saytların yaxşılaşdırılması və otimallaşdırılması, onlayn – yeridilməyə dair büdcənin optimallaşdırılması məqsədilə ziyarətçilər haqqında informasiyanın toplanması, təhlili, təqdim edilməsi və interpretasiyası, ölçülməsinin kompleks proqram vasitələridir.Veb - əlavələrin imkanlarının birləşdirilməsi əsasında marketinq tədqiqatların nəticələrinin emal edilməsi üçün sorğuların və proqramların aparılması üçün vahid proqram mühitində tədqiqatların nəticələrini planlaşdırmağa, uyğunlaşdırmağa və dərc etməyə imkan verən EFM sistemlər (Enterprise Feedback Management) yaradılmışdır.Beynəlxalq elektrorabitə ittifaqının (BEİ) 22.07.2016-cı il tarixli məlumatlarına görə, dünyada İnternet istifadəçilərinin sayı 3,5 milyard insan təşkil edir, yəni Yer kürəsinin əhalisinin demək olar ki, yarısı eMarketer məlumatlarına görə, 2016-cı ildə smartfonların ümumi sayı 2 milyarddan yuxarı olmuşdur, 2017-ci ildə isə 3,4 mlrd çatmışıdr. Bu zaman smartfon istifadəçilərinin təxminən 80 % oyandıqdan sonra 15 dəqiqə ərzində öz telefonlarını yoxlayırlar, sonradan bunu gündə 150 dəfə edirlər (Yanenko, 2015).

MRM sistemlər (Marketing Resource Management) marketinqin reklam məhsuluna dair sifarişlərin

büdcələşdirilməsi, planlaşdırılması və hesabatlılığı ilə, məhsullar və xidmətlər və s. üzrə vahid məlumat bazasının aparılmaıs ilə bağlı administrativ məsələlərin avtomatlaşdırılması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Onlar həmçinin marketinq xidmətlərinin əsas effektivlik (KPI) göstəriciləri üzrə hesabatın hazırlığını aparmağa imkan verir. qeyd etmək vacibdir ki, marketinq fəaliyyətinin rəqəmsal transformasiyasının istiqamətlərinin yuxarıda verilmiş bölgüsü şərti - illüstrativ xarakter daşıyır, bu da marketinq nəzəriyyəsinin marketinqin vəzifələrinin həllində rəqəmsal texnologiyaların istifadə edilməsi təcrübəsi ilə əlaqəsini qeyd etməyə imkan verir. Rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesinin transformasiyasının istiqamətləri haqqında danışarkən marketinq nəzəriyyəsinin bir sıra əsas müddəalarını dəqiqləşdirmək lazımdır. Xüsusən, marketinq kompleksinin elementləri (şəkil 2) rəqəmsal mühitdə qarşılıqlı fəaliyyət imkanlarını xarakterizə edən bir sıra xüsusiyyətlərə malik olacaq (Roulz, 2016).

İstehlakçıların və təchizatçıların qarşılıqlı təsir platformaları bazasında həyata keçirilən birgə istehlak servisləri malı şəxsi mülkiyyətə əldə etmədən onu öz tələbatlarının ödənilməsi üçün istifadə etməyə imkan verir. Məsələn, Booking Arbnb icarədarların və daşınmaz əmlak sahiblərinin qarşılıqlı fəaliyyəti, Uber isə səfərlərin təşkili üçün müştərilərin və sürücülərin qarşılıqlı fəaliyyəti. Rəqəmsal texnologiyalar elektron ödəniş sistemlərində müxtəlif ödəniş üsullarının istifadə edilməsi, həmçinin istehlakçıların dəyər zövqləri və rəqiblərin təklifləri əsasında adaptiv qiymətyaratma hesabına istehlakçıların xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa imkan verir (Yanenko, 2014).

Şəkil 2. Rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinq kompleksinin xüsusiyyətləri



Mənbə: Tədqiqatçı tərəfindən hazırlanmışdır

Marketinq kompleksinin "Yer" elementi faktiki olaraq kibersahəyə çevrilir, burada elektron ticarət meydançaları, internet – mağazalar, platformalar və istehlakçıların və təchizatçıların mal haqqında istənilən yerdə və istənilən vaxtda informasiyanın əlçatanlığını təmin edən digər qarşılıqlı fəaliyyət vasitələri verilmişdir. Virtual və tamamlanmış reallıq texnologiyaları, məsələn, alıcı ilə dialoq rejimində ölçüsünə, rənginə, modelinə görə malı seçməyə imkan verir. Rəqəmsal mühitdə istənilən yerdə və istənilən vaxtda malların və xidmətlərin yeridilməsi strategiyaları köklü şəkildə dəyişir. Bu zaman müştərilərin loyallığının artırılması üçün ənənəvi ticarət sahəsində müxtəlif İKT qarşılıqlı fəaliyyət sistemləri getdikcə daha çox tətbiq edilir.Məsələn, rəqəmsal lövhələr (Digital Signage) ticarət mərkəzlərinin şəbəkəsində real zaman rejimində kontenti avtomatik olaraq yeniləyərək informasiyanı mərkəzləşdirilmiş şəkildə yüzlərlə displeylərə çıxarmağa imkan verən audiovizual komplekslərdir.İnteraktiv nitq qarşılıqlı fəaliyyət texnologiyalı, səs biometriyalı multikanal əlaqə mərkəzləri satış zalında alıcıya mal və yanaşı xidmətlər haqqında zəruri informasiya verməyə imkan verir. İnsanların çox olduğu yerlərdə pulsuz Wi- Fi tətbiq edilməsi təkcə müştəriyönümlülüyü artırmır, həm də yaxınlıqda yerləşən restoranların, mağazaların, turist şirkətlərinin, həmçinin şəhər tədbirlərinin və digər maraqlı hadisələrin reklamının yerləşdirilməsi hesabına əlavə gəlir əldə etmək olar.

Yuxarıda verilən mülahizələr göstərir ki, rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesinin transformasiyası kompleks xarakter daşıyır və rəqəmsal texnologiyaların tətbiq edilmə təcrübəsinin dərindən təhlilini, marketinqin bir sıra əsas nəzəri müddəalarının yenidən dərk edilməsini tələb edir.Bununla əlaqədar olaraq son illərin nəşrlərində "rəqəmsal marketinq" termininin istifadə edilməsini əsaslandırılmış hesab etmək olmaz (Digital Marketing).Ona müxtəlif marketinq alətləri dəsti və rəqəmsal kanallarda malların, xidmətlərin və brendlərin yeridilməsi üzrə texnologiyalar daxildir. Axtarış marketinqi (SEM), kontent – marketinq, təsir marketinqi (influencer marketing),axtarış optimallaşdırılması (SEO), kontentin yaradılmasının avtomatlaşdırılması, elektron kommersiyada marketinq, sosial media marketinqi (SMM), birbaşa göndərişlər, kontekst reklamı, elektron kitablarda, proqramlarda, oyunlarda və rəqəmsal məhsulun digər formalarında reklam, SMS və MMS, mobil telefonlara göndərişlər və s. daha geniş yaylmışdır.Bu terminin istifadə edilməsinin getdikcə artan populyarlığına baxmayaraq qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal marketinq texnologiyaları marketinqin yeni istiqaməti deyil, analoji prinsiplərdə deyil, rəqəmsal prinsiplərdə işləyən müasir sisitem və qurğuları istifadə edə bazar subyektləri ilə qarşılıqlı fəaliyyət alətləri və texnologiyalaar dəstidir. Müəlliflərin fikrincə, rəqəmsal marketinq haqqında deyil, marketinqdə rəqəmsal texnologiyaların istifadə edilməsi haqqında danışmaq daha düzgün olardı. Rəqəmsal texnologiyaların marketinqi haqqında onların bazarda yeridlməsi sistemi kimi danışmaq yerinə düşərdi.

Marketinqdə rəqəmsal alətlərin marketinq nəzəriyyəsi əsasında uğurla tətbiq edilməsi üçün aşağıdakıları bilmək və bacarmaq zəruridir:

- müxtəlif kanallar - həm rəqəmsal və ənənəvi kanallar vasitəsilə müştərilərlə mürəkkəb qarşılıqlı münasibətləri idarə etmək;
- sorğulara reaksiya vermək və müştərilərlə real zamanda dinamik qarşılıqlı fəaliyyət qurmaq;
- böyük həcmdə məlumatlardan əsaslandırılmış marketinq qərarlarının operativ şəkildəə qəbul

edilməsi üçün zəruri olan məlumatları əldə etmək.

Bu zaman rəqib situasiyanın təhlili, bazarların seqmentasiyasının və brendlərin mövqeləşdirilməsinin aparılması, qiymətləri monitorinqi, malların və xidmətlərin virtual mühitdə yeridilməsi üzrə tədbirlər, malların və xidmətlərin alıcılara təqdimatları, istehlakçını qarşılıqlı fəaliyyətə, onun tələbatlarının aşkar edilməsi və ödənilməsi prosesinə cəlb etmək cəhdi marketinqin əsas vəzifələri olaraq qalır. Rəqəmsal iqtisadiyyatda marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesinin transformasiyasının əsas problemlərinə aşağıdakıları aid etmək lazımdır:

1. Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişaf prosesinin öyrənilməsi. Kompüter texnologiyaları artır və sürətlə dəyişir, nəinki biznes onlara adaptasiya edir. İstehlakçıların qarşılıqlı fəaliyyəti üçün getdikcə daha tez – tez müxtəlif kanallar, protokolar, spesifikasiyalar və interfeyslər istifadəedən-müxtəlif qurğular tətbiq edirlər. Burada istehlakçının və kommersiya strukturunun rəqəmsallaşmaya adaptasiya səviyyəsinin dinamikası xüsusi əhəmiyyətə malikdir, onun səviyyəsi istehlakçının səviyyəsini qabaqlamalıdır.
2. Məlumatların həcminin güclü şəkildə artması. İstehlakçılar rəqəmsal kanallarda böyük həcmdə məlumatlar qoyurlar. Düzgün qərarlar qəbul etməyə kömək edəcək məlumatları tapmaq üçün onları emal etmək həddən artıq çətindir. Marketinq nəzəriyyəsinin, rəqəmsal texnologiyalara əsaslanan innovativ marketinq alətlərinin inkişafı biznesin tələbatlarından geri qalır.
3. Rəqabətin güclənməsi. Marketinq fəaliyyətinin ənənəvi idarəetmə vasitələri ilə müqayisədə rəqəmsal sistemlər nisbətən ucuz və praktik olaraq istənulən ölçüdə biznes üçün əlçatan olur. Nəticədə kiçik və orta biznes müəssisələri yeni bazarlara çıxış imkanı, müxtəlif məqsədli auditoriyalarla qarşılıqlı fəaliyyətin aktivləşdirilməsini əldə edir. Rəqəmsal transformasiya şəraitində inkişaf strategiyasının formalaşmasının mürəkkəbliyi menecerlərə - biznesin rəqəmsal transformasiyasında şirkətin liderlik mövqelərini təmin etməyə qadir olan mütəxəssislərə tələbat yaradır. Belə mütəxəssis rəqəmsal texnologiyalarda səriştəli olmalı, biznesin və İKT sistemlər bazarının tələblərinin təhlili əsasında şirkətin rəqabət qabiliyyətinin artmasını təmin edən rəqəmsal qarşılıqlı fəaliyyət texnologiyalarını və metodlarını seçməyi və effektiv şkildə tətbiq etməyi bacarmalıdır.

Nəticələr

Beləliklə, marketinq nöqteyi – nəzərindən, rəqəmsal transformasiya birdəfəlik tədbir deyil, biznesin inkişafının marketinq strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri, ətraf mühitin dəyişikliklərini izləməyə və rəqəmsal iqtisadi məkanda rəqib mövqelərinin möhkəmlənməsi üçün rəqəmsal texnologiyaları istifadə etməyə imkan verən fasiləsiz prosesdir.Marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesinin transformasiyasının mahiyyəti rəqib situasiyanın təhlili, qiymətlərin monitorinqi, malların və xidmətlərin virtual mühitdə yeridilməsi üzrə tədbirlər, alıcılara malların və xidmətlərin təqdimatları, istehlakçını qarşılıqlı fəaliyyətə, yəni onun tələbatlarının aşkar edilməsi və ödənilməsi prosesinə cəlb etmək cəhdi kimi əsas marketinq vəzifələrinin həlli üçün sürətlə inkişaf edən rəqəmsal texnologiyaların sürətlə tətbiq edilməsindən ibarətdir.

İnkişaf edən şirkətlər marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsi prosesində müstəqil təlimi stimullaşdırmalıdır. Praktik fəaliyyətdə “test et və öyrən” modeli istifadə edilməlidir, o yeni texnoloji imkanların və yeni marketinq alətlərinin meydana gəldiyi zaman onların şirkətin işinin

yaxşılaşdırılması üçün nə dərəcədə uyğun olduğunu başa düşmək üçün test edilməsinə və öyrənilməsinə kiçik vəsaitlərin ayrılması haqqında rəhbərlik tərəfindən qərar qəbul edilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman hətta mənfi nəticə də təlim prosesinin tərkib hissəsi kimi nəzərdən keçirilir. Rəqəmsal texnologiyalar əsasında iqtisadiyyatın transformasiyasının iqtisadi qiymətləndirilməsi üçün innovativ rəqəmsal kommunikasiya və kommunikativ vasitələrin istifadə edilməsinin effektivlik göstəricilərinin və meyarlarının marketinq metrikasının işlənib hazırlanması zəruridir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Bagiyev Q. L. (2016). Elmi redaktor. Marketinq texnologiyasının forsaytı. Qarşılıqlı fəaliyyət marketinqi, sistem – refleksiv marketinqi. Bençmarkinq. Səriştəliliyin idarə edilməsi. Dəyərlərin ölçülməsi və qiymətləndirilməsi: monoqrafiya. Q. L. Bagiyev, A. A. Dliqaç, Y. N. Solovyova: Q. L. Bagiyevin elmi redaktsi ilə. SPb. Asterion, – 400 s.
2. Naumov Y. V. (2014). İnformasiya – kommunikasiya texnologiyaları bazarları və satışların təşkili: Dərslik. M. İNFRA. M. – 404 s.
3. Data Management Platform – müasir digital – marketinqin ən vacib alətidir URL.: http: // www.cossa.ru/152/57721 (müraciət tarixi 10.11.2019).
4. Deniel Roulz., (2016). Digital marketinq haqqında məktub, URL: http: // www.marketingonc.ru/knowledge/marketing/265/htm/ utm_sonree=Sendsay&utm_medium=email (müraciət tarixi 10.12.2019)
5. Dünya inkişafı haqqında məruzə (2016). "Rəqəmsal dividendlər".
6. Genişləndirilmiş analitika platformasını öyrənirik URL.: https: // www.ibm.com/developerworks/ru/library/ba-adv-analytics-platform4 (müraciət tarixi 10.12.2019).
7. İnternet istifadəçiləri dünyada. URL.: https: // www.bizhit.ru/index/ polzovateli _interneta_ v_ mire /0-404 (müraciət tarixi 16.10.2019).
8. Innovate UK Digital economy strategy 2015 – 2018 URL: https: // www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/tile/404743/ Digital Economy Strategy 2015 -18 Web Final2 pdf (müraciət tarixi 16.12.2019).
9. Kotler F., Armstrong G., 2009 "Principles of marketing", Second European Edition, Prentice Hall Europe, 1031 p.
10. Popov Y. V., (2007). Miniiqtisadiyyat institutlarının təkamülü. – M.: Elm. . – 534 s.
11. Proxorov A., (2017). Rəqəmsal transformasiya rəqəmlərdə. Moskva , 300s
12. Rəqəmsal marketinq. URL. https: // ru.wikipedia.org/wiki/ (müraciət tarixi 16.12.2019).
13. Veb – analitika URL.: https: // ru.wikipedia.org/wiki/ (müraciət tarixi 10.12.2019).
14. Yanenko M. B., (2015). İnnovativ marketinq strategiyalarının formalaşmasının konseptual əsasları. Q. L. Bagıyevin redaktəsi ilə. SPb.: SPb DİU nəşriyyatı. – 179 s.
15. Yanenko M. B., Yanenko M. Y., (2014). Xidmətlər marketinqidə mobil texnologiyalar: yeni imkanlar və problemlər. Müasir iqtisadiyyatın problemləri. - № 2 (50). – 227 – 230 s.

Reklamın İqtisadiyyata Və Biznes Mühitinə Təsirləri

Kənan Muradov

kananrmuradov@gmail.com

Xülasə.

Müasir dövrdə AR yer üzündə iqtisadi tərəqqi tempinə görə lider ölkədir. Ölkəmizin xarici ticarət əlaqələri intensiv olaraq genişlənir və transmilli müəssisələrin AR-na iri sərmayələrinin axını müşahidə edilməkdədir. Ölkəmizdə sahibkarlıq müəssisələrinin ərsəyə gəlməsi və tərəqqisi zamanla daha çox sürətlənməkdədir. Bu müəssisələrin bazara nüfuz etməsi və rəqabətə davamlı olması marketinq fəaliyyətindən və reklamdan asılı olur. Reklam isə marketinqin əsas tərkib hissəsidir, firmanın rəqabət qabiliyyətinin artmasının əsas vasitəsidir.

Səmərəli reklam fəaliyyətinin təşkil edilməsi müəssisənin satış tutumunun artırılmasında xüsusi bir vasitədir. Bu nöqteyi-nəzərdən günümüzdə reklam və onun idarə edilməsinin araşdırılmasına xüsusi ehtiyac ortaya çıxmışdır. Reklamın öyrənilməsi dedikdə, reklam vasitələrinin və metodlarının müəyyən edilməsi, onların daha qabaqcadan nəzərdən keçirilməsi, o cümlədən, reklam fəaliyyətinin təsir əlverişliliyinin dəyərəndirilməsi başa düşülür.

Reklama ideyaları, malın yaxud xidmətin əlamətlərini istehlakçıların tələb və ehtiyaclarının dilinə çevirməyə cəhd edən kommunikasiya forması şəklində təsvir etmək mümkündür. Onu da vurğulayaq ki, bizim gördüklərimiz və eşitdiklərimiz reklam elanları əksər strateji planların, araşdırmaların, qərarların və işlərin son məhsuludur və bunların cəmi reklam prosesini meydana gətirir.

Marketinq və reklamın yeni tərəqqisi bu sektorun öyrənilməsinə tələbat yaradır. Reklam məqsədi ilə yaradılan marketinq sisteminin bir hissəsidir və ona təklikdə baxılması qeyri-mümkündür. Yeni müəssisənin idarəetmə sisteminin təməlini firmanın məqsədlərini onun satış mərkəzindəki davranış strategiyalarına çevirən marketinq əhatə edir. Şirkətin marketinq strategiyalarının davamı və vizual ifadəsi olaraq istehlakçıya istiqamətlənmiş reklamı fəaliyyəti götürülə bilər.

Sadaladıqlarımız və AR-da sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas amili kimi çıxış edən reklamın tərəqqisinin ilkin mərhələdə olması, onun çox aspektliliyi, nəzəri və praktiki tərəflərinin dəqiq öyrənilməməsi araşdırma mövzusunun müəyyən edilməsinə əsas vermişdir.

Açar sözlər: reklam, bizness,iqtisadi

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, qrafiki təhlil, statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə, məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.Tətqiqatın obyektini turizm müəsisələri təşkil edir. Məqalə işinin obyektini isə rekalm agentlikləri təşkil edir.

Analiz

Reklam fəaliyyətinin nəzəri əsasları:

Reklam - termin Latınca "reklamare" - "ucadan qışqırmaq" və ya "xəbərdar etmək" sözündəndir (qədim Yunanıstanda və Romada elanlar yüksək səslə və ya meydanlarda və digər izdihamlı yerlərdə oxunurdu).

Reklamın mahiyyətini öyrənərkən reklam anlayışını da vermək lazımdır. Reklam fəaliyyəti bazar fəaliyyətinin bir növüdür, nəticəsi bir reklamverən və distribyutorun xidmətləri vasitəsilə hədəf alıcının istədiyi cavabı verə biləcək şəkildə ödədiyi bir reklam məhsuludur. Bundan əlavə, reklam əsas fəaliyyət olan bazar subyektləri baxımından nəzərdən keçirilir. Marketoloqların, reklam qurumlarının,

rejissorların, ssenaristlərin, dizaynerlərin, psixoloqların, sosioloqların, fotoqrafların və digərlərinin fəal iştirak etdiyi dərin düşünülmüş və elmi şəkildə təşkil olunmuş bir prosesdir.

Reklamın əsas sahələri bunlardır: iqtisadiyyat, məişət xidmətləri, intellektual xidmətlər, əyləncə, ekologiya, ailə və şəxslərarası münasibətlər, siyasət, xeyriyyəçilik və s. Lakin reklamın ən çox yayılmış sahəsi ticarət reklamıdır, reklamın mövzusu mallar, ticarət müəssisələri və bu müəssisələrin göstərdiyi xidmətlərdir. Məzmunca kommersiya reklamı malların istehlak xüsusiyyətləri və malların satışı ilə əlaqəli müxtəlif xidmətlər barədə məlumatların düşünülmüş şəkildə yayılması, məşhurluq yaratmaq, mal və xidmətlərə tələbat yaratmaq və satışlarını artırmaq üçün istehlakçıları özünə cəlb etməkdir.

Reklam, istehsal olunan məhsulların fasiləsiz satışını təmin etməyi əsas hədəf alan marketinqinin bir hissəsidir. Reklam istehlakçının keyfiyyəti, xüsusiyyətləri, forması, istifadə qaydaları, istehlak və mallar və xidmətlər barədə digər məlumatları dəqiq və doğru şəkildə məlumatlandırmalıdır. Bu reklam funksiyası malların daha səmərəli istehsalına və əhalinin tələbatını daha yaxşı ödəməsinə şərait yaradır.

Reklamın vəzifələri, potensial istehlakçılara mal və xidmətlər, onların xüsusiyyətləri və satış şərtləri və istehsalçı firmalar haqqında məlumat verməkdir. Reklam məqsədləri məqsədlərin məzmununu açır, bunun əsasında onları üç növə bölmək olar: (Kozak, Nazmi, 2016: s.142)

- cəlbedici (auditoriyanın diqqətini şirkətə və onun mallarına və xidmətlərinə cəlb etmək);
- etimad (müştərinin şirkət markasına və məhsullarına sadiqliyinə səbəb olmaq);
- həvəsləndirici (reklam olunan şirkətin mallarını seçən istehlakçının xeyrinə əsaslandırılmış, sübutlu arqumentlər vermək)

Bundan əlavə, üç növ əsas reklam tapşırıqları mövcuddur:

- kommersiya (satış təşviqi, satış artımı, artan mənfəət, sürətlənmiş dövriyyə, sərfəli tərəfdaşların axtarışı);
- qeyri-kommersiya (siyasi məqsədlərin həyata keçirilməsi, mənəvi prinsiplərin gücləndirilməsi, təbiətin qorunması, xəstəliklərin azaldılması, ictimai təşkilatların və dini tədbirlərin dəstəklənməsi və s.);
- görüntü (məhsulun, şirkətin, onun nüfuzunun imicini formalaşdıran).

Bazar, müxtəlif kanallarla istehsalçının hərəkətləri haqqında məlumat alaraq, təşviqedici və ya həyəcanlandıran məlumatları, əsasən də paylayan şəbəkənin müxtəlif səviyyələrindən - satış agentlərindən, topdansatış və pərakəndə satış yerlərindən və istehlakçılardan gələn məlumatlar yaradır. Bundan əlavə, istehsalçı özünə lazım olan məlumatları məlumatla işləyən ixtisaslaşmış təşkilatlardan - müştərilərinə hazır araşdırmalarla təmin edən dərnəklərdən, institutlardan, agentliklərdən, habelə satışa birbaşa və ya dolayı təsir edən amillər haqqında məlumatları ehtiva edən tövsiyələrdən alır. Beləliklə, istehsalçı təsir edə biləcəyi nəzarət edilən amillər və marketinqin həyata keçirildiyi mühitin təsiri nəticəsində yaranan xarici və nəzarətsiz amillər haqqında məlumat alır. Bu nəzarətsiz amillər müəyyən bir ölkədə, dövlət və ictimai qurumlarda mövcud olan siyasi, iqtisadi, hüquqi şərtlərin, mədəniyyətin səviyyəsi və spesifikliyi, əhalinin milli xüsusiyyətləri və s. və reklam kampaniyalarını inkişaf etdirərkən nəzərə alınmalıdır. (Nəsibov V.N, 2014).

Nəticədə bazar haqqında məlumat və istehsalçının hərəkətlərinə reaksiya marketinq xidmətində və ya onunla işləyən ixtisaslaşdırılmış marketinq təşkilatında toplanır. Bu məlumatlara əsasən yeniləri

hazırlanır və köhnə reklam kampaniyaları düzəldilir, həmçinin müəyyən məhsullar üçün reklam məhsullarının nümunələri təqdim olunur.

Müəssisənin reklam strategiyaları:

Müəssisənin uzun müddətli strategiyasının formalaşdırılmasına müxtəlif müəlliflərin yanaşmalarının nəzərdən keçirilməsi, bizə əsas verir ki, alınmış nəticələri uyğunlaşdıraq (cədvəl 1.).

Cədvəl 1.Bəzi müəlliflərin fikirlərinə uyğun reklam agentliklərinə xas olan strategiyalarının tərkibi

Strategiyanın Tərkibi Müəlliflər	Məqsəd lər	Resurs-ların tə-mərküzü	Elastik lik	Liderin olması	Konkret perspek tiv	Strategi yanın potensialı	İstiqamə-tin vari-anthlığı, kompleks xarakterli
C.Kvın	+	+	+				
Q.Mintsberq	+	4-	4-	+	+		
J.J.Lamben	+	+	+		+		+
V.V.Saliy	+	+	+	4*	4“	+	

Mənbə: Hacıefendioğlu, Ş.N “Reklamın teorik sorunları”, Ege Akademik Bakış, Vol. 7, No. 1, 2018, ss. 6

Bu yanaşmalar arasındakı fərqləri başa düşməklə, müəssisənin strategiyası ilə reklam strategiyası arasında olan qarşılıqlı əlaqə haqqında nəticə çıxartmaq mümkündür. Düşünülür ki, müəssisənin strategiyalarının qurulub inkişaf etdirilməsinə dair təklif edilən yanaşmalar müəssisənin maddi resurslarının qeydiyyatından tutmuş strategiyanın potensialının üzə çıxarılmasına qədər olan bir prosesdir. Buna baxmayaraq bütövlükdə götürdükdə, bu yanaşmaların müəyyən ümumi tərəfləri də vardır. Bu, aşağıdakılarla izah olunur: (Hacıefendioğlu, Ş.N , 2018: s.12)

1. Müəssisənin strategiyası bütöv strategiyalar kompleksidir. O, Özündə maliyyə, hüquqi, təşkilati və marketinq strategiyalarını birləşdirir.
2. Müəssisənin strategiyası həmişə rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına istiqamətlənmişdir.
3. Müəssisənin strategiyası müəssisənin mövcud limitli resurslarına (insanlara, maddiyata, zaman müddətinə və s.) uyğun olaraq formalaşdırılır.
4. Strategiya, xarici mühitin dayanılmadan gələn təsirlərinə kifayət qədər elastik olmalıdır.

Kompleks yanaşma baxımından reklam marketinqin funksiyalarına tabedir. Bu, seçilmiş marketinq strategiyalarına müvafiq olaraq reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması prosesində bilavasitə aşkarlanır.

Qısa və dəqiq şəkildə ümumiləşdirilmiş bu nəticələr reklam strategiyalarının formalaşdırılmasmda və müəssisənin reklam fəaliyyətinin köməyilə rəqabət üstünlüyünün qazanılmasında tətbiq oluna bilər. Bu dediklərimizi daha ətraflı nəzərdən keçirək. Müəssisənin strategiyalar toplusunun tərkib hissələri reklam fəaliyyətinin qurulub inkişaf etdirilməsinə və planlaşdırılmasma bilavasitə təsir göstərir: maliyyə strategiyası reklama çəkilən xərclərin həcmini, təşkilati strategiya isə müəssisənin strukturunda marketinq xidmətləri bölmələrinin mövcud olması nəzərdə tutulur.

Reklam agentliklərinin rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına reklam fəaliyyətinin etdiyi təsirdən danışdıqda, rəqabət üstünlüyünü iki yerə - daxili (müəssisə istehsal və ya idarəetmə xərclərində üstünlüyə malikdir, yəni əmtəəyə çəkilən xərc rəqiblə müqayisədə daha aşağıdır) və xarici -

(istehlakçının qəbul etməsini nəzərdə tutan) ayırmaq lazımdır. Müəssisənin xarici rəqabət üstünlüyünə reklam fəaliyyətinin qurulması və planlaşdırılması vasitəsilə nail olunur. Məhz reklam fəaliyyəti məqsədli istehlakçının şüurunda müəssisənin özünə yer tapmasına imkan yaradır.

Deməli, strateji planlaşdırmanın məqsədi - uğurlu inkişafa və rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasınə hədəfləmiş, bazarda kompaniyanın normal fəaliyyət göstərməsi üçün əlverişli şərait yaratmaqdır. Yuxarıda qeyd edilən strategiyalar (maliyyə, hüquqi, təşkilati, marketinq). arasında marketinq strategiyası müəssisənin fəaliyyətində daha əhəmiyyətli rol oynayır.

Marketinq strategiyası təklif olunacaq məhsulun, xidmətin və bazarın müəyyən edilməsi ilə nəticələnir. Marketinq strategiyası müəssisənin reklam strategiyasının, reklam kompaniyasının planının və məhsulun bazara yeridilməsi proqramının hazırlanmasında əsas hesab edilir.

Marketinq strategiyası özündə aşağıdakıları ehtiva edir:
məqsədli bazarda fəaliyyətin düşünülmüş və düzgün strategiyaları;
məhsulun yeridilməsi strategiyası - marketinq toplusunun istifadə edilməsi (reklam, əmtəə yeridilişi, ictimaiyyətlə kommunikasiya);
- rəqabət strategiyası.
V.Saliy və Z. Saliy müəssisənin inkişaf strategiyalarının hazırlanmasında strategiyalara bir fərasət, bacarıq kimi baxmışlar və strategiyanın potensialı anlayışını müəyyən etmişdilər. «Bu, müəyyən olunan məqsəd və vəzifələrə uyğun olaraq kompleks vasitələrlə təşkilatın rəqabət üstünlüyünün əldə olunması uğrunda olan hərəkətlərin ardıcıllığı ilə rəqabət aparmaq bacarığıdır». Bu tərif inkişafın hədəflərini açıqlayır, qəbul olunan qərarların toplu xarakterli olmasını əks etdirir, habelə hərəkətlərin həyata keçiriləcəyi məkanı və strategiyaların nisbi xarakterini müəyyən edir. (Dadaşov A., 2016: s.59)

Buradan belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, bir neçə müəssissə eyni strateji mövqeyə malikdirsə, yüksək əminliyəvə daha güclü strategiya potensialına sahib oan müəssisə bazarda qalib gələcəkdir. Bir çox alimlərin müəssisənin marketinq strategiyaları sahəsində olan elmi praktiki təcrübələrini və biliklərini ümumiləşdirərək, aşağıdakı nəticələri çıxarmaq olar Batra R.A,2014).

Reklam agentliklərinin marketinq strategiyaları toplusunun tərkibini istiqamətlərinə görə bir-birindən fərqləndirmək olar (cədvəl 2.): bazar, müəssisə, əmtəə, istehlakçılar və rəqiblər haqqında olan strategiya. Marketinq strategiyalarının həyata keçirilməsi kompleks xarakter daşıyır, bazar haqqında olan strategiyanın seçilməsi bütün marketinq strategiyalarının seçilməsinə təsir göstərir.

Marketinq strategiyaları toplusunun hər bir tərkib hissəsi müəssisənin reklam strategiyalarının qurulub inkişaf etməsinə təsir göstərir. Reklam strategiyalarını da marketinq strategiyalarını böldüyümüz kimi bazar, rəqiblər və istehlakçı haqqında olan strategiyalara bölmək olar.

Cədvəl 2. Reklam agentliklərinin marketinq strategiyaları kompleksi (marketinq strategiyaları meydanı)

Strategiyaların istiqaməti	**Strategiyaların həyata keçirilməsi**
Bazar haqqında olan	Daha çox bazarlar Bazarın daha çox payı Böyük satış həcmi
Firma haqqında olan	İntensiv artım İnteqral artım Diversifikasiyalı artım

Əmtəə haqqında olan	Dıfferensasiya İxtisaslaşdırma Diversifikasıya Əmtəənin istifadə sahələrinin genişləndirilməsi
İstehlakçılar barəsində olan	Reklam Satışın stimullaşdınlınası Şəxsi satış İctimaiyyətlə bağlılıq
Rəqiblər haqqında olan	Bazarın liderlərinin strategiyaları Lider olmaq istəyənlərin strategiyaları Tərəfdarlar üçün olan strategiyalar İmkansızlığa uyğunlaşma

Mənbə: Hacıefendioğlu, Ş.N "Reklamın teorik sorunları", Ege Akademik Bakış, Vol. 7, No. 1, 2018, ss. 6

Reklamla məşğul olan şirkətlərin marketinq strategiyalarının formalaşdırılmasına aid olan elmi yanaşmaları analiz etdikdə məlum olur ki, tədqiqatçılar istehlakçılarla marketinq kommunikasiyası strategiyasına bir o qədər əhəmiyyət vermirlər. Bazar, əmtəə, rəqiblər haqqında olan marketinq strategiyalarının öyrənilməsinə böyük maraq, marketinq kommunikasiya strategiyasının hazırlanması ilə bağlı məsələni bir qədər kölgədə qoymuşdur. Bu məsələnin həllini iqtisadçılar marketinq mütəxəssislərinin, onlar isə sosioloqların, sosioloqlar isə psixoloqların üzərinə yönəldir. Müəssisənin reklam fəaliyyətinin planlaşdırılmasımn mürəkkəbliyi reklam strategiyalarının bir tərəfdən müəssisənin marketinq strategiyalarına, digər tərəfdən isə məqsədli bazarın sosioloji və psixoloji xarakteristikalarına əsaslanması və istehlakçılara müraciət edilməsi ilə bağlıdır. Bu tədqiqatda marketinq yanaşılması mövqeyindən müəssisənin reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması metodikasının yaradılmasına, bazarın seqmentləşdirilməsi əsasında məqsədli auditoriyanın seçilməsinə, reklam fəaliyyətinin təşkili və planiaşdırılmasına birbaşa təsir göstərən marketinq strategiyaları meydanının müəyyən edilməsinə təşəbbüs göstərilir.

Reklamla məşğul olan şirkətlərdə marketinq strategiyası ilə bazar kompleksinin qurulması üsulları (məhsul, qiymət, yer və yeridiliş) arasında kommunikasiya vardır. Yeridiliş strategiyası marketinq kommunikasiya toplusunun istifadə üsullarına aiddir. Onlar arasında elə bağlılıq olmalıdır ki, satış zəncirinin bütün elementlərinin əlaqəsi daha effektiv və güclü olsun.

Təcrübədə strategiyaların həyata keçirilməsi məhsulların reallaşdırılması ilə bağlıdır. Bu, müasir dövrün problemidir. Belə ki, bazarda əmtəə təklifi tələbdən çox olduqda müəssisə kəskin rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərməyə məcbur olur. Məhz buna görə də müasir tədqiqatçılar müəssisənin marketinq fəaliyətinin vacib spektri olan reklamın və reklam strategiyalarının analiz edilərək öyrənilməsinin və planlaşdırılaraq tətbiq edilməsinə müraciət edirlər. Reklam strategiyaları isə mahiyyətinə görə müəssisənin marketinq strategiyalarının davamı və vizual ifadəsi hesab edilir.

Statistika:

2018-cıi ildə Azərbaycanda nəşr edilən qəzet və jurnalların reklamdan gəlirləri cəmi 149 min manat və ya 90 min dollar olub. Halbuki, 2017-ci ildə bu rəqəm 9,4 dəfə çox - 1 milyon 408 min manat idi.

Cədvəl 3. Reklam fəaliyyətinə dair əsas göstəricilər (2015-2018)

	2015	2016	2017	2018
Məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə olunan gəlir, min manatla	62 848,4	43 483,0	44 400,3	51 183,5
O cümlədən:				
Reklam fəaliyyətindən	55 850,9	43 424,9	44 336,3	51 111,2
Ondan:				
Reklam informasiyasının hazırlanmasından	14 228,9	15 769,6	13 196,7	12 434,8
Reklamın yerləşdirilməsindən	8 577,1	10 206,1	14 626,7	18 412,2
Reklamın yayımlanmasından	33 044,9	17 449,2	16 512,9	20 264,2
Ondan:				
Küçədə və yol ətrafı zonalarda yayımlanan reklamdan	3 792,8	4 230,2	9 870,8	9 866,4
İctimai nəqliyyat vasitələrində yayımlanan reklamdan	3 283,0	2 306,7	1 957,3	2 650,6
Kütləvi informasiya vasitələrində yayımlanan reklamdan	25 969,1	10 912,3	4 684,8	7 747,2
Ondan:				
Televiziyada	19 836,0	8 036,2	3 450,6	6 912,4
Radioda	3 094,3	1 479,4	701,8	360,2
İnternetdə	1 565,6	1 247,7	352,8	474,5
Qəzet və jurnallarda	1 408,7	149,1	44,6	0,1
Poçt göndərişlərində	64,5	-	135,0	-
Məhsul(xidmət) istehsalına çəkilən xərclər, min manat	60 945,7	40 237,6	37 649,5	44 695,7
ondan:				
Reklam fəaliyyəti üzrə	53 499,6	36 580,9	37 464,3	40 526,3
Reklam xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə dair bağlanmış müqavilələrin sayı, vahid	5 712	6 240	5 469	8 858
Bağlanmış müqavilələrin dəyəri, min manatla	51 674,0	37 056,7	37 202,3	40 210,6

Mənbə:
https://www.stat.gov.az/source/catering/

Dövlət Statistika Komitəsinə istinadən xəbər verir ki, teleşirkətlər 2018-ci ildə 11,8 mln. manat itirib. 2017-ci ildə onların reklam gəlirləri 19 mln. 836 min manat, 2017-cı ildə 8 mln. 36 min manat olub.

Cədvəl 1. Reklam gəlirləri (2016-2018)

Min manatla,	2016	2017	2018
Kütləvi informasiya vasitələrində yayımlanan	25 322,9	25 969,1	11 226

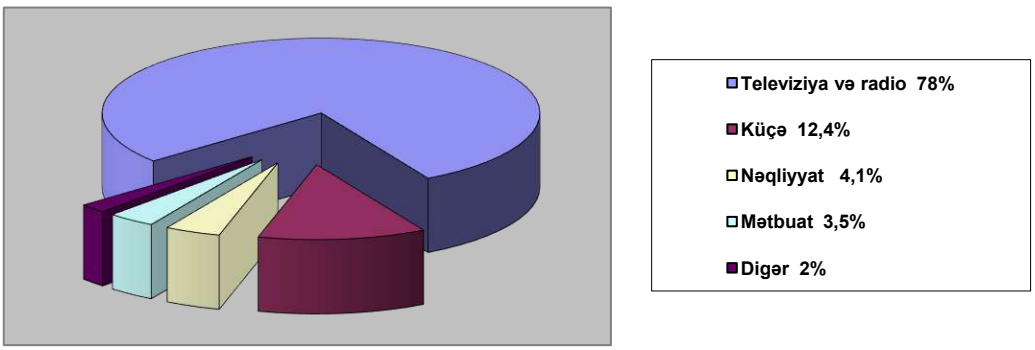
reklamdan əldə olunan gəlir			
televiziyada	22 665,9	19 836,0	8 360
radioda	1 376,0	3 094,3	1 479
internetdə	775,2	1 565,6	1 247

Mənbə:
https://www.stat.gov.az/source/catering/

Son illər Azərbaycanda reklam fəaliyyətinin inkişafı və reklam bazarının genişlənməsi nəticəsində Azərbaycanda biznes strukturlarına geniş həcmli reklam xidmətləri göstərən bir çox yerli və xarici reklamla məşğul olan şirkətlər fəaliyyətə başlamışdır. Ümumi olaraq qeyd etmək olar ki, bu gün ölkəmizdə reklam fəaliyyəti ilə məşğul olan yüz-dən çox şirkət mövcuddur. Bunların böyük əksəriyyəti küçə, nəqliyyat və çap sahəsində reklam fəaliyyəti göstərirlər.

Həmçinin, bildirmək lazımdır ki, bu gün Azərbaycan reklam bazarında ən çox xərc televiziya və radio reklamına istifadə edilir. İkinci yerdə küçə/bilboard, daha sonra isə nəqliyyat reklamları durur. Dördüncü yerdə isə mətbuat reklamı dayanır.

Şəkil 1. Azərbaycanda reklam bazarının strukturu



Mənbə: https://www.stat.gov.az/

Bu gün Azərbaycanda reklam büdcəsinin böyük payı televiziya və radio reklamına sərf olunan vəsaitlərdir. Digər reklam vasitələri isə müqayisədə çox az istifadə olunur. Respublikamızda marketinq araşdırmaları ilə, eləcə də, telekanalların reytinqini ölçməklə məşğul olan əsas şirkət sayılan SİAR şirkətinin Media Tədqiqatlar Departamentinin məlumatına görə 2018-ci ildə Azərbaycan Teleradio məkanında reklama 70,211 reklam yerləşdirilib, kanallar bu reklamlardan 196,627,124 dollar gəlir əldə edib. Telekanalların ən baxımlı saatları saat 16:00-dan 00:00-a qədərdir. Reklamların 410,759-u məhz həmin saatlarda efirdə yerləşdirilib.

Reklamın strateji idarə edilməsində reklam agentliklərinin inkişaf perspektivləri:

Ölkə iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə keçirilməsi iqtsadi münasibətlərin subyektləri qarşısında iqtisaadiyyatın idarə edilməsinin yenidən qurulması sahəsində bir sıra problemlərin həll edilməsi

məsələsini qoymuşdur. Bu məsələlərə, hər şeydən əvvəl, müəssisələrin fəaliyyətinin bazar sferasının yaradılması və inkişaf etdirilməsi məsələsi aiddir. Bura da maketinq konsepsiyasının, xüsusən də onun kommunikasiya sisteminin işlənib hazırlanması və tətbiqi aiddir. Marketinqin kommunikasiya sistemi özündə məhsulların mövqeləndirilməsini, yayımını, birbaşa və interaktiv marketinqi, ictimaiyyətlə əlaqənin təşkili və satışın həvəsləndirilməsi ilə yanaşı reklamı birləşdirir. Kommunikasiya sisteminin, o cümlədən reklamın təşkilində və həyata keçirilməsində məqsəd istehlakçılara, onların alış motivlərinə və davranışına təsir etməklə məhsullara (xidmətlərə) tələbat yaratmaq və bunun sayəsində satışın həcminin artırılmasına nail olmaqdır.

Bazar iqtisadiyyatının, bazar münasibətlərinin mühüm xüsusiyyəti və marketinqin əlaqə sisteminin vacib elementi olan reklam mərkəzləşdirilmiş iqtisadi sistemindən bazar münasibətlərinə keçən ölkəmiz üçün nisbətən yeni fəaliyyət növüdür. Belə ki, reklam ölkəmizdə əvvəllər də həyata keçirilsə də onun mahiyyəti, təşkili və sahibkarlıığın inkişafında onun rolu tamamilə dəyişmişdir. Çünyi, mərkəzləşdirilmiş planlı iqtisadi sistem də rəqabət mühiti olmadığından, məhsullar mərkəzləşdirilmiş qaydada bölüşdürüldüyündən və buna görə də, istehlakçıların seçim imkanı olmadığından istehlakçılara təsir etməyə və satışın həvəsləndirilməsinə ehtiyac da yox idi. İndi isə sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti tamamilə dəyişmiş, Azərbaycanda istehlakçılar qrupu yaranmış, istehlakçıların seçim imkanı artıq mövcud olmuşdur. Bu zaman rəqabət üstünlüyü qazanmaq məqsədi ilə istehsalçılar öz məhsullarını (xidmətlərini) reklam etdirirlər və bununla istehlakçıları öz məhsullarına cəlb edirlər.

Reklamın bu cür geniş yayılmasına baxmayaraq onun vahid tərifi yoxdur. Tədqiqat işində, biz, reklam - mövcud olanları (əmtəə, xidmət, ideya və s.) olduğu kimi, yaxud olduğundan daha yaxşı təsvir etməklə insanlarda onlara qarşı xoş fikir və təssürat yaratmağa xidmət edən və bu münasibətə müvafiq məntiqi hərəkətlər etməyə (almaq, səs vermək, ianə vermək və s.) təhrik edən pullu əlaqə forması kimi qəbul edəcəyik.

Reklam agentliklərində reklam fəaliyyətinin təşkili və onun idarə edilməsi müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması prosesinin ən vacib mərhələsi hesab olunur və onun strategiyasının ümumi kompleksi ilə əlaqələndirilir.

Nəticə

1. Reklam reklamverici tərəfindən təqdim olunan ideya və məhsul haqqında güvən verici xarakter daşıyan və pullu informasiyanın verilməsi prosesidir.

2. Reklam sahəsində olan strateji məsələləri daha səmərəli həll etmək məqsədi ilə biznes və məhsulun xüsusiyyətləri haqda dəqiq təsəvvürə malik olmaq, kompaniyanın güclü və zəif tərəflərini bilmək, bazar haqqında informasiyaya sahib olmaq, onun təklif etdiyi imkanları bilmək, habelə bazardakı fəaliyyətin problemlərini təsəvvür etmək (buna SWOT analiz deyilir) çox vacibdir. Reklam kompaniyasının büdcəsini, kompaniyada işlənmiş reklam vəsaitlərinin müddətlərinə uyğun olaraq planlaşdırılması vacibdir.

3. Digər bütün fəaliyyət növləri kimi reklamın da müvəffəqiyyətinin əsasını keyfiyyətli və peşəkar idarəetmə təşkil edir. Reklam menecmenti (reklamın idarə edilməsi) reklamın müasir mərhələdə hərtərəfli inkişafının səmərəli amilidir. Firmanın hər bir inkişaf mərhələsində müxtəlif tip satış menecmentindən (texnoloji, maliyyə, korporativ, funksional və s.) istifadə edilir. Reklam menecmentinə - reklam kampaniyasının həyata keçirilməsinin hər bir mərhələsində onun təşkili, koordinasiyası və idarə edilməsi üzrə məsələlər daxildir.

4. Ümumi halda reklam menecmentini digər insanların intellektindən və davranış motivlərindən, əməkdən istifadə etmək yolu ilə qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün olan bir elm və incəsənət növü kimi təsəvvür etmək olar. Menecment insanlara hər hansı bir məqsəd üçün yönəlmiş təsirdir və burada məqsəd elementlərin istehsalın gücünə və səmərəliliyə çevrilməsidir. Başqa sözlə desək, menecment - insanların elə imkanlarıdır ki, bunun köməyi ilə liderlər resurslardan istifadə edərək təşkilatın strateji və taktiki nailiyyətlərini əldə edirlər.

Satış menecmentinin əsas istiqaməti - planlaşdırılma və qərarların qəbul edilməsidir, Planlaşdırma və qərarların qəbul edilməsi prosesi reklamvericinin qarşılaşdığı vəziyyətin tam təhlil edilməsindən və marketinq strategiyalarının hazırlanmasından başlayır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Nəsibov V.N. Müəssisənin reklam fəaliyyətinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi / ‘‘Maliyyə və uçot” jurnalı № 10. Bakı, 2014 s.25-32.
2. Андронов Д. От эффективности рекламы к эффективности маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 4. с.145-156.
3. Kozak, Nazmi, (2016), Pazarlama stratejisinin önemi, Rekabetçi olmak Bütünleşik Pazarlama İletişimi (IMC) ile son, Stratejik Karar, Cilt 22, Nr. 8, ss.23-24.
4. Hacıefendioğlu, Ş “Reklamın teorik sorunları”, Ege Akademik Bakış, Vol. 7, No. 1, ss. 3-18.
5. Dadaşov A. (2016), Kütləvi informasiya vasitələrində reklam və marketinq problemləri. Bakı: BUN,- 106 səh
6. Батра Р., (2014), Рекламный менеджмент. СПб.: Издательский дом «Вильямс», -365 стр.
7. Gülmez, M., (2017) Reklamcılıktaki Etkiler Hiyerarşisi Üzerine Bir İnceleme ve Eleştiri, Uluslararası Reklamcılık Dergisi, Cilt 9, Sayı 2,. 121 say.
8. https://www.stat.gov.az/

Reklamın Formalaşmasında İnformasiya Texnologiyalarından İstifadə Olunması İstiqamətləri

Lamiyə Güləhmədova

lamiyagva@yahoo.com

Xülasə

Reklam bazarının formalaşmasının kökləri cəmiyyətin hər bir inkişaf səviyyəsindən və fazasından olan istehsalçılar effektiv satışları və yaxud mal mübadiləsi əməliyyatlarını təmin etmək üçün özlərini və öz məhsullarını elan etmək istəyi ilə bağlıdır. Reklamın özünün yaranmasının əsas səbəbi ictimai əmək bölgüsü və bazarın meydana gəlməsi ilə əlaqədardır. Reklam öz inkişafında əsasən mal mübadiləsi ilə bağlı olmuşdur, buna görə də bazar bu cür əməliyyatlar üçün məlumat daşıyıcılarına böyük ehtiyac duyurdu.

Hazırki dövrdə digital innovasiyaların əsas drayverlərindən biri olmaqla brendlərlə istehlakçılar münasibətlərin formalaşmasında əsas rolu oynayır. Ekspertlərin fikrincə, qlobal reklam investisiyalarının ümumi həcmində mobaylda olan reklam xərcləri desktop üzrə reklam xərclərini üstələyərək irəli mövqeyə keçmişdir. Bundan başqa, digital artıq özü də əsas mediaya çevrilib reklam investisiyalarının həcminə görə televiziyanı da ötüb keçmişdir.

Digital reklam üzrə xərclərin sürətlə artması şəraitində və onların həcminin tezliklə TV irəliləyişi ilə bağlı olan xərclərlə müqayisə olunduğu bir vaxtda, digital sahəsi reklam biznesinin gələcəyini müəyyən edən yeni istiqamətlər hesabına fəal inkişaf etməkdədir. Onlayn–video, sosial şəbəkələrdə, programmatic (avtomatlaşdırılmış reklam alışı) reklam artmaqda davam edir. Brendlər, virtual reallıq, süni intellekt və səs idarəetmə sistemləri də daxil olmaqla, yenilik xarakteri daşıyan formatların potensialını əvvəlcədən nəzərə almalıdırlar. Lakin, bəzi tədqiqatlar göstərir ki, bütün şirkətlərin yalnız çox az bir hissəsii bu gün virtual reallıqdan reklam məqsədləri üçün istifadə etmək niyyətindədirlər.

Açar sözlər: Reklam kampaniyası, Reklam menecmenti, Media planlaşdırma

Giriş

Sistem yanaşması baxımından reklam, müəssisənin marketinq fəaliyyətinin funksional alt sistemlərindən biridir və o da öz növbəsində, təşkilatın fəaliyyətinin bütöv sisteminin tərkib hissələrindən birini təşkil edir (Kotler, Keller, 2012). Marketinq fəaliyyətində informasiya prosesi məlumatların toplanmasını və işlənməsini və onların sonrakı təsnifini əhatə edir. Toplanmış və strukturlaşdırılmış informasiyanın təhlili firmanın bazar fəaliyyətində effektiv qərarlar qəbul etməsinə, bununla da marketinq risklərinin aşağı salınmasına imkan yaradır. Bu cür informasiya, reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün də vacibdir. Reklamın informasiya təminatı alt sisteminin marketinq məlumatları sistemi ilə qarşılıqlı əlaqəsi o qədər böyükdür ki, bir çox hallarda reklam məlumatlarını marketinq məlumatlarının ümumi kütləsindən ayırmaq mümkün deyil (Qolubkov, 1998).

Reklam sahəsində istifadə olunan informasiya sistemlərini və texnologiyalarını təsnif etmək üçün reklam kampaniyasının (RK) planını müəyyən edən reklam strategiyasının funksiyalarını və əsas vəzifələrini nəzərdən keçirmək lazımdır.

Reklamın əsas məqsədi – potensial müştərini reklamverən tərəfindən təqdim olunan mal və yaxud xidməti əldə etməyə inandımaq, və ya reklamverənin arzuladığı şeylərə bu və ya digər şəkildə münasibət bildirməkdir.

Metod

Tədqiqat işində nəzəri araşdırma metodundan istifadə etməklə reklam bazarında informasiya texnologiyalarından istifadə olunması istiqamətləri təhlil olunmuş və bu sahədə müasir dövrün

çağırışları nəzərdən keçirilmişdir. Tədqiq olunan məsələ üzrə elmi ədəbiyyatda və İnternet məkanında olan fikir və mülahizələrin təhlili aparılmış, nəticə analiz və sintez edilmişdir.

Araşdırma modeli

Tədqiqatın məqsədi XXI əsrdə mövcud olan informasiya texnologiyalarının dünya reklam bazarında istifadə olunması yollarini müəyyən etməkdən, bu cür texnologiyaların dünya reklam bazarına təsiri mexanizmini aşkar etməkdir .

- reklam bütün dünyada və o cümlədən də Azərbaycanda əhəmiyyətli təkamül yolunu keçmişdir, öz inkişafının bir sıra mərhələlərini keçmişdir;
- kommersiya reklamının çoxdan mövcud olmasına baxmayaraq, reklam xidmətləri bazarının formalaşması prosesi o qədər də çox böyük bir dövrü əhatə etmir;
- reklam biznesinin ayrı-ayrı ölkələrdə inkişafı öz qanunauyğunluqlarına və özünəməxsus xüsusiyyətlərinə malikdir;
- reklam biznesinin inkişafının ayrı-ayrı meyllərinin araşdırılmasını müasir texnologiyaların bu inkişafa təsiri nöqteyi-nəzərindən yerinə yetirmək mühüm məsələlərdən biridir.

Analiz

Reklam menecmentinin əsas məqsədi – xarici bazar mühitinin şərtlərini və müəssisənin imkanlarını nəzərə alınmaqla malların və xidmətlərin satışı məsələlərinin həllində köməklik göstərilməsindən ibarətdir (Aaker və b., 2004:8).

Reklam menecmenti – reklamın idarə olunması sahəsi olmaqla, reklam və onun təşkili ilə bağlı olan bütün aspektlərin qayğısına qalır və idarəetmə nəzəriyyəsində, marketinq, kommunikasiya və reklam fəaliyyətində prinsiplərin, üsulların, konsepsiyaların və tədqiqatların tətbiqinə əsaslanır (Aaker və b., 2004:9). Reklam menecmentinə aşağıdakılar daxildir:

- marketinq tədqiqatları (reklam strategiyasının yaradılmasına köməklik edən);

- RK-nın ümumi planının hazırlanması;

- konkret fəaliyyət planının yaradılması;

- tamamlanmış layihənin işə salınması;

- RK-a cəlb olunmuş bütün xərclərin və sərfələrin qiymətləndirilməsi.

Reklamın idarə olunması özündə müxtəlif ixtisaslaşdırılmış alt funksiyaları cəmləşdiriri ki, bunlardan media strategiyaları, məlumat göndərişi strategiyası, media planlaşdırma, medianın satın alınma, RK effektivliyinin hesablanması kimilərini göstərmək olar. Funksional yanaşma baxımından reklam menecmentində aşağıdakı əsas funksiyaları ayrmaq olar:

1. İnformasiya (reklam fəaliyyətinin informasiya təminatı).

2. Planlaşdırma (reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması).

3. Təşkilati (reklamın istehsalı və yerləşdirilməsi üzrə qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrin təşkil olunması və onların həyata keçirilməsinə rəhbərlik).

4. Nəzarət-analitik (reklam fəaliyyətinə nəzarət, həyata keçirilmiş reklam tədbirlərinin təhlili və qiymətləndirilməsi).

Reklam tədbirlərini təşkil etmək, həyata keçirmək və nəzarət etmək üçün əsas vasitə reklam kampaniyası (RK) planıdır (Doyl, 2002). Marketinq fəaliyyəti üzrə müasir ədəbiyyatda RK-nın ümumi qəbul edilmiş planı yoxdur. Bir çox müəlliflər planlaşdırma mərhələlərini fərqli şəkildə təqdim edirlər və bunların RK planının mərhələlərinin və onların funksional məzmununun müəyyənləşdirilməsində fərqləri vardır (Doyl, 2002; Kotler, 1990; Lamben, 2014; Rossiter, 2001). Bu yanaşmaların təhlili əsasında reklam şirkətinin keçirilməsi üçün aşağıdakı geniş və konkret planı ola bilər (Bernadskaya, 2005:161)

1. RK məqsədinin müəyyən olunması.

2. Hədəf auditoriyasının müəyyənləşdirməsi və öyrənilməsi.

3. RK-nın keçirilməsi üçün xərclərin ilkin məbləğinin müəyyən edilməsi.

4. RK konsepsiyasının qurulduğu bütün rk tədbirlərini birləşdirən reklam ideyasının müəyyənləşdirilməsi (reklam mövqeləşdirilməsi).

5. Reklam vasitələrinin və onun yayımlanması kanallarının müəyyən edilməsi.

6. Reklam materiallarının və tədbirlərinin hazırlanması.

7. RK xərcləri smetasının formalaşdırılması.

8. Reklam tədbirlərinin nəticələri qrafikinin hazırlanması (onların keçirilmə müddəti göstərilməklə) və daşıyıcıların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi.

9. Reklam daşıyıcılarının istehsalı. Kütləvi informasiya vasitələrinin yerlərinin və efir vaxtının satın alınması.

10. RK üzrə tədbirlərin keçirilməsi.

11. Effektivlik göstəricilərinin hesablanması və həyata keçirilən tədbirlərin təhlili.

Bu cür plan reklam menecmentinin əsas funksiyalarının həll etdiyi aşağıdakı vəzifələrlə müqayisə oluna bilər:

1. İnformasiyanın axtarışı və toplanması.

2. İnformasiya analitik emalı.

3. İdarəetmə qərarlarının qəbul edilməsində və RK-nın yaradıcı qaydada işlənilməsi üçün informasiyadan istifadə olunması.

4. RK-nın əsas ideya və məqsədlərinin formalaşdırılması.

5. RK-nın keçirilməsi üçün büdcənin qiymətləndirilməsi.

6. Reklam məhsullarının formaları və növlərinin yaradıcı işləmələri.

7. Xərclər smetasının tərtib edilməsi.

8. Konkret KİV seçimi.

9. RK-nın keçirilmə müddətlərinin müəyyən edilməsi.

10. Reklam mesajlarının yazılması və reklam materiallarının istehsalı.

11. Reklam informasiyasının yayımlanması üçün medianın alınması.

12. Reklam tədbirlərinin keçirilməsi.

13. Reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsinə və RK vəsaitlərinin xərclənməsinə nəzarət.

14. RK planının yerinə yetirilməsinin və vəsaitlərin xərclənməsinin kompleks qiymətləndirilməsi.

15. Hədəf təsir qrupunun seçilməsinin düzgünlüyünün yekun təhlili.

16. RK-nın effektivliyinin qiymətləndirilməsi.

İnternet reklamının idarə olunması üçün servislər.

İnternet reklamı bir çox üstünlüklərə malikdir və bunlardan hər hansı biri şirkətin öz məqsədlərinə gözləniləndən daha az pulla çatmasına köməklik edə bilər. Bu cür üstünlüklərə aiddirlər: hədəf auditoriyasına sürətlə və effektiv nail olmaq, interaktiv marketinq, yerli və milli bazarlarda reklam etmək imkanı, nəzarət olunan xərclər, reklam kampaniyasına operativ dəyişikliklər etmək imkanı, informasiya çarxları, daim dəyişən innovativ ideyalar və rəqəmsal media.

İnternet reklamının əsas tipləri: banner reklamları, tizer (həvəsləndirici) reklamı, kontekst reklam, reklam məqalələri, sosial şəbəkələrdə hədəflənmiş reklam, push-bildirişlər, mobil tətbiqlərdə reklam, pop-up reklamları (pop-up), e-mail reklam, tematik saytlarda reklam, axtarış sistemləri, internet-auksionu, ani mesajlar şəbəkələri (Bernadskaya, 2005:174, https://sdvv.ru/articles).

Mobil qurğularda reklam müasir tendensiyalardan biri olmaqla, çox effektivdir. Mobil reklam digər reklamlarla müqayisədə daha çox qıcıqlandırılcı potensiala malikdir, lakin sosial mediada postlar xəbərlə müqayisədə daha müsbət qəbul edilirlər.

Sosial mediada reklam kampaniyalarının keçirilməsi üçün proqram təminatı – proqram platformalarından ibarətdir ki, onların bir çoxu veb-brauzerlərin və kommunal xidmətlərin «bulud» alətləridir (https://sdvv.ru/articles). Onların köməyi ilə reklam kampaniyalarının menecerləri sosial mediada üç ən vacib məsələni həll edirlər:

1. Bazarın monitorinqi.

2. Reklam informasiya ilə postların (yazıların) yazılması və onların eyni vaxtda bir neçə sosial meydançalarda dərc edilməsi.

3. Sosial mediada reklam kampaniyalarının analitikası və səmərəliliyi hesabatı.

İnternet şəbəkəsində reklam kampaniyaları təhlil etmək üçün kifayət qədər çox xidmətlər vardır: Alytics, GIFTD, AdHands, Agency, WG, eLama, Outbrain, Quantcast, Revendo, Origami və bir çox başqaları. Bu servislər tərəfindən həll olunan vəzifələr aşağıdakılardan ibarətdir:

- açar sözlərin, hədəf seqmentinin genişləndirilmiş auditinin təhlili;

- hədəf reklamının avtomatlaşdırılması (göstərilməsində və reklam olunan məhsulun və ya xidmətin alınmasında maraqlı olan auditoriya);

- kontekstli reklamın idarə edilməsi;

- məlumatların toplanması və konversiyanın artırılması;

- tizer şəbəkələri ilə işlərin avtomatlaşdırılması (reklamverenlərin öz xidmətlərini və ya mallarını veb-masterlərin saytlarında reklam edə biləcəkləri);

- sosial şəbəkələrdən olan reklamın təhlili;
- media reklam nümayişlərinin idarə edilməsi;
- reklam statistikasının təhlili;
- e-mail və SMS-göndərişlər;
- kontentin təşkili, onun effektiv idarə olunması vasitəsi;
- auditoriyanın demoqrafik göstəricilərinin ölçülməsi və s.

İnternet-reklamın idarə olunması üçün bütün servislərdə reklamın effektivliyinin əsas göstəricilərindən biri kimi konversiya çıxış edir ki, bu göstərici məqsədli hərəkətləri yerinə yetirən istifadəçilərin sayının veb-resursun ziyarətçilərinin ümumi sayına münasibətini göstərir (Lamben, 2014).

Media planlaşdırma proqramları.

Media-planlarçılar tərəfindən kompüter texnologiyalarından istifadə olunması prosesində araşdırmaların inkişafının dörd əsas istiqamətini müəyyən etmək olar:

- axtarış və qiymətləndirmə modelləri;
- optimallaşdırıcı modellər;
- imitasiya modelləri;
- kütləvi informasiya vasitələrində sahələrin alınması modelləri.

Media planlaşdırmanın həyata keçirilməsi üçün kütləvi kommunikasiyalar vasitələrində reklamın planlaşdırılmasında və yerləşdirilməsində reklam və media agentliklərinin mütəxəssislərinə kömək etmək üçün nəzərdə tutulmuş otuzdan artıq kompüter proqramı mövcuddur. Media planlaşdırma proqramları reklam kampaniyalarının sonrakı təhlilini və planlaşdırılmasını həyata keçirməyə imkan verən yaradılmış cədvəllər üçün auditoriyanın proqnozlaşdırılmasının unikal texnologiyasından istifadə edirlər.

Nəticə

Reklam bir sosial institut kimi mürəkkəb struktura malikdir və o, öz fəaliyyətində cəmiyyətin digər sosial və sosial-siyasi institutları ilə qarşılıqlı əlaqədədir. Bu cür münsaibətlərə yeni çalarların daxil edilməsi və həmin məqsədlə prosesə müasir informasiya texnologiyalarının cəlb olunması kompüter proqramları vasitəsilə reklam kampaniyasının inkişafına yaradıcı şəkildə yanaşmaq və təşkilati məsələlərin həllinə kömək etmək mümkündür. Kompüter proqramları yaradıcı məsələlərin həlli üçün alət olmaqla, onlar problemləri yenidən müəyyənləşdirməyə, yeni ideyalar tapmağa və gələcəkdə müvafiq addımlar atmağa, ağlımızın konseptual bloklarını dəf etməyə və reklam xidməti işçilərinin qarşılaşdığı problemləri effektiv həll etmək üçün bir çox həllər axtarmağa kömək edirlər.

İnternetdə reklam yerləşdirilməsi üçün ən perspektivli texnologiyalardan istifadə olunması mühüm məsələlərdən birinə çevrilmişdir və bu sahədə istifadə olunan texnologiyalardan aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

– SEO-optimallaşdırma və axtarış sistemlərində saytın, qrupun, video kanalın, təşkilatın ictimai səhifəsinin, onun brendinin və məhsulunun irəlidilməsi.

- Kontekst reklamdan istifadə olunması.

- Reklam mesajını çatdırmaq üçün maraqlı müasir yol – firmanın loqotipinin Google Maps və Wikimapia kimi xidmətlərin interaktiv kartlarında yerləşdirilməsidir. Bir qayda olaraq, interaktiv və ya real loqotipə təşkilatın internet saytına, əlaqələrinə, lazım olduqda iş saatlarına istinadlar bağlı olurlar.

– Reklam texnologiyalarının artmaqda olan növündən birini – interaktiv televiziya növünü də qeyd etmək lazımdır.

– Banner reklamlarından istifadə olunması – internet məkanına uyğunlaşdırılmış klassik reklam maketindən istifadə edilməsi.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Бернадская Ю.С. и др. (2005) Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука – 281 с.
2. Голубков Е.П. (1998) «Маркетинговые исследования: теория, методология и практика». М.: Финпресс - 416 стр.
3. Дойль П. (2002) «Менеджмент: стратегия и тактика»: пер. с англ. / под редакцией Ю.Н.Каптуревского. СПб.: Питер - 560 стр.
4. Котлер Ф. (1990) «Основы маркетинга»: пер. с англ. / под общей редакцией Е. М. Пеньковой. М.: Прогресс - 736 стр.
5. Ламбен Ж.-Ж. (2014) «Менеджмент, ориентированный на рынок»: пер. с англ. / под редакцией В. Б. Колчанова. 2-е изд. СПб: Питер - 718 стр.
6. Росситер Дж. Р. (2001) «Реклама и продвижение товаров»: пер. с англ. / под редакцией Л. А. Воковой. 2-е изд. СПб: Питер - 656 стр.
7. Батра, Раджив, Майерс, Джон Дж., Аакер, Дэвид А. (2004) Рекламный менеджмент: Пер. с англ. – 5-е изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильяме" – 784 с
8. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2012) Marketinq. Menegment. – 14th ed., Prentice Hall – 620 p.
9. Headliner: Коллекция, база слоганов. . http://triz-chance.ru/h_detso.html
10. http://triz-chance.ru/expo1001. html
11. https://sdvv.ru/articles

Büdcənin Neft Gəlirlərinə Maliyyə Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi

Vüqar Abbasov

vugar.abbasov@hotmail.com

Xülasə

Məqalədə neft gəlirlərindən səmərəli istifadənin yolları və qeyri-neft sektorunun inkişaf perspektivləri göstərilmişdir. Ümumilikdə qısa və uzun müddətdə neft gəlirlərindən asıllığın azaldılması yolları da şərh olunmuşdur. Eyni zamanda Azərbaycanda neft gəlirlərindən istifadə də yeni yanaşmalar və dünyada bu sahədə uğurlu model hesab edilən modllər təhlil olunmuşdur. İqtisadiyyat sahəsinin diversifikasiyası və qloballaşması zamanı makroiqtisadi siyasətin başqa komponentlərinin, həmçinin fiskal siyasət və büdcənin vergisiz gəlirlərinin koordinasiyası üçün yaranan tələbat özünü daha çox biruzə verir. Sözügedən bu siyasətlər arasında koordinasiyanın faydası iqtisadi idarəetmənin istənilən səviyyəsində də qəbul olunur.Milli iqtisadiyyatın müasir tərəqqi dövrü inteqrasiya və qloballaşmanın tədricən güclənməsi, maliyyə vasitəçiliyinin tərəqqisinin sürətlənməsi, neft və fiskal ekspansiya şəklində olan faktorların aktivləşməsi ilə səciyyələnir. Zaman keçdikcə özünü daha çox biruzə verməklə olan fiskal ekspansiya iqtisadiyyat sahəsinin ümumi mənzərəsini tamamilə dəyişməkdədir. Neft gəlirləri ilə dövlət xərclərinin intensiv olaraq artırılması iqtisadiyyat sahəsində zamanla yaranmış sosial-iqtisadi problemlərin həll edilməsinə zəmin yaradır və iqtisadiyyat sahəsinin növbəti tərəqqisi üçün şərait yaradır.Müasir dövrdə iqtisadi sektorda islahatlar həyata keçirilməsi, iqtisadiyyatın əksər istiqamətlərindəki kimi ölkənin mühüm maliyyə planı olan dövlət büdcəsi təkrar tərtib olunmasıdır. Ölkəmiz çox gənc bir ölkədir, bu səbəbdən də sadaladığım sektorlarda mütəmadi olaraq inkişaf etməyə ehtiyac duyur. Burdan belə nəticəyə gəlirəm ki, məqalənin mövzusu günümüz üçün olduqca aktual mövzudur və yaxın dövrlər ərzində də ölkəmizdə önəmli iqtisadi mövzulardan biri kimi qalacaqdır.

Açar sözlər: Siyasət, Neft Gəlirləri, Nəzarət

Giriş

Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən islahatlar nəticəsində son illər ölkədə makroiqtisadi və maliyyə sabitliyi əldə edilmiş, iqtisadiyyatda struktur dəyişiklikləri dərinləşmiş, sahibkarlığın inkişafı üçün münbit şərait yaranmışdır. Bütün istiqamətlərdə ardıcıl aparılan işlər ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına, o cümlədən əhalinin rifah halının yaxşılaşmasına güclü təkan vermişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatının bu dinamik artımı müstəvisində fiskal rıcaqdan istifadə səviyyəsinin artımı da baş verib və neft gəlirlərinin müəyyən hissəsinin dövlət infrastruktur layihələrinə yönəldilməsi iqtisadi artıma, məşğulluğun yüksəlməsinə, əhali gəlirlərin artımına çox pozitiv təsir göstərib. Eyni zamanda qeyd etmək gərəkdir ki, son dövrlərdə neft qiymətlərinin ucuzlaşması və hasılatın pik etapının sona çatması fiskal siyasətdə zəruri təshihləri şərtləndirib.

Hazırkı qlobal mühit və neft qiymətlərinin dəyişkənliyi maliyyə dayanıqlılığının gücləndirilməsini, təbii ehtiyatlardan əldə edilən gəlirlərdən rasional istifadəni və ciddi makroiqtisadi çərçivənin qəbulunu obyektiv zərurətə çevirir. Bu baxımdan fiskal siyasət üçün çərçivənin təmin edilməsi və təbii ehtiyatlardan əldə olunan gəlirlərə kifayət qədər qənaət edilməsi üçün görülən tədbirlərlə yanaşı, mövcud iqtisadi vəziyyət nəzərə alınmaqla neft gəlirlərinin dövlət büdcəsinə transfertinin optimal həddinin müəyyən edilməsi zəruri məsələlərdəndir.

Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, həmçinin iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik-statistik tədqiqatlar üsullarından, Reqresiya tənliyindən, Eviews tətbiqi proqram analizlərindən istifadə olunmuşdur.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 18 dekabr tarixli fərmanına əsasən "Büdcə qaydasına uyğun icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddinin hesablanması Qaydası"na əsasən neft və qaz gəlirlərindən daxilolmalar zirvə səviyyəsinə çatdıqda onların 25 faizdən az olmayan hissəsi yığıma yönəldilir. İcmal büdcə xərclərinin yuxarı həddi icmal büdcənin xərclənə bilən neft gəlirləri, icmal büdcənin qeyri-neft gəlirləri və icmal büdcəyə digər daxilolmalar əsasında aşağıdakı düsturla hesablanır:

Düstur 1: $İX = İG_{xn} + İG_{qnd}$ burada: İX – icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddi; $İG_{xn}$ – xərclənə bilən neft gəlirləri; $İG_{qnd}$ – icmal büdcənin qeyri-neft gəlirləri və digər daxilolmalardır.(http://e-qanun.az/framework/40972). (26.02.2020).

Xərclənə bilən neft gəlirləri, növbəti büdcə ilinin əvvəlinə bu Qaydanın 3.3-cü bəndində nəzərdə tutulan xalis maliyyə aktivlərinin 30 faizindən çox olmamaqla aşağıdakı düsturla hesablanır:

Düstur 2: $İG_{xn(XMA)} = XMA * 30\%$ burada: $İG_{xn(XMA)}$ – xalis maliyyə aktivləri əsasında müəyyən edilən xərclənə bilən neft gəlirləri; XMA – xalis maliyyə aktivləridir.

Qanuna əsasən xalis maliyyə aktivləri həmin büdcə ilinin axırına Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Fondunun vəsaitinin qalığı, vahid xəzinə hesabının qalığı (idarəetməyə verilmiş vəsait də daxil olmaqla), Azərbaycan Respublikasının adından bağlanmış sazişlərin öhdəlikləri üzrə xarici dövlətlərin ödəməli olduqları borc və dövlət müəssisələrinin dövlət büdcəsi qarşısında həmin ilə düşən öhdəliklərinin (vergi borcları istisna olmaqla) cəmi ilə məcmu dövlət borcunun (dövlətin daxili və xarici borcu) fərqi kimi müəyyən edilir.Xərclənə bilən neft gəlirləri (İGxn) xalis maliyyə aktivləri əsasında müəyyən edilən xərclənə bilən neft gəlirləri (İGxn(XMA)) icmal büdcənin proqnozlaşdırılan neft gəlirlərindən çox olduqda yaranan fərqin 20 faizi ilə icmal büdcənin proqnozlaşdırılan neft gəlirlərinin cəmi, az olduqda isə yaranan fərqin 20 faizi ilə xalis maliyyə aktivləri əsasında müəyyən olunan xərclənə bilən neft gəlirlərinin (İGxn(XMA)) cəmi əsasında müəyyən olunur və düstur 3-lə hesablanır:

Düstur 3: Xalis maliyyə aktivləri əsasında müəyyən edilən xərclənə bilən neft gəlirləri (İGxn(XMA)) proqnozlaşdırılan neft gəlirlərindən çox olduqda $İG_{xn} = G_{pn} + (İG_{xn(XMA)} - G_{pn}) * 20\%$

Düstur 4: Xalis maliyyə aktivləri əsasında müəyyən edilən xərclənə bilən neft gəlirləri (İGxn(XMA)) proqnozlaşdırılan neft gəlirlərindən az olduqda $İG_{xn} = İG_{xn(XMA)} + (G_{pn} - İG_{xn(XMA)} * 20\%$ .Burada: G_{pn} – icmal büdcənin proqnozlaşdırılan neft gəlirləridir.

Büdcənin sabitliyini və dövlət maliyyə sisteminin uzunmüddətli dayanıqlığını təmin etmək məqsədilə icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddi büdcə qaydasına uyğun olaraq müəyyən edilir. Buna uyğun olaraq 2020-ci il dövlət büdcəsinin layihəsi üzrə makro-fiskal çərçivə müəyyən edilməsi prosesində, ilk növbədə ölkənin xalis maliyyə aktivləri, daha sonra proqnozlaşdırılan qeyri-neft gəlirləri də nəzərə alınmaqla icmal büdcə xərclərinin, xərclənə bilən neft gəlirlərinin, o cümlədən Azərbaycan Dövlət Neft Fondundan (ARDNF) transfertin yuxarı həddləri müəyyən edilib.

Analiz

Neft gəlirlərinin mövcud vəziyyətinin təhlili

Son dövrlərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında müşahidə olunan istiqamətlərdən biri iqtisadi diversifikasiyanın dərinləşməsi, qeyri-neft sektorunda böyük yüksəlişin baş verməsidir. Göstərilən

cədvəldən də aydın olur ki, Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM) dinamik yüksəlişi həm də qeyri-neft sektorunun daha gözəçarpan dinamikası ilə müşaiyət edilir.

Cədvəl 1. Makroiqtisadi göstəricilərin inkişaf dinamikası (mly. manat)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ÜDM	52082	54744	58182	59014	54380	60425	70135	79797
Neft ÜDM-i	26787	25482	25 70	22825	16682	20605	26073	32904
Qeyri-neft ÜDM-i	25296	29262	33112	36189	37698	39820	44062	46893
Dövlət büdcəsinin	15701	17282	19474	18401	17498	17506	16517	22509
Neft gəlirləri	11592	12640	142487	12144	10217	9225	7884	13401
Qeyri-neft gəlirləri	4109	4642	5226	6257	7281	8281	8633	9108

Mənbə: https://www.oilfund.az (26.03.2020)

Cədvəl 1-də əks olunan məlumatlara əsasən demək olar ki, son dövrlərdə qeyri-neft sektorunun payı həm ÜDM-də həmçinin də dövlət büdcəsində artmışdır. Ancaq neft gəlirləri dünya bazarında qara qızılın qiymətlərindəki volatillikdən asılı olaraq artmış və azalmışdır. Cədvəlin tərtib olunmasında məqsəd ölkə iqtisadiyyatının neft resuslarından asıllığının azaldılmasını və qeyri-neft sektorunun inkişafını rəqəmlərlə göstərməkdən ibarətdir. Bununla belə qeyri-neft sektorunda müşahidə edilən müsbət inkişaf gələcəyə nikbin baxmağa əsas verir. Lakin bu müsbət hal dayanıqlı və davamlı olmalıdır.

Cədvəl 2. Neft gəlirlərinə təsir edən əsas amillərin dinamikası

İllər	Neft sənaye-sində əsas fondlar (mlrd. man.) (X1)	Ölkə üzrə İnflyasiya səviyyəsi, %-lə (X2)	Neft sənaye-sinə qoyulan BXİ (mlrd. ABŞ dolları) (X3)	Neft sənaye-sinə qoyulan kimulyativ BXİ (mlrd.ABŞ dolları) (X4)	Cəmi Xarici in-vestisiyalar (mlrd. ABŞ dollar) (X5)	İxrac, mlrd. man	İdxal, mlrd. man	Neft gəlirləri (mlrd. manat) mln. ma-nat (Y)
2003	9,118	1,8	0,5461	3,3185	0,9270	1,9	1,81	1,623
2004	9,989	1,5	0,8205	4,139	1,0918	2,21	1,98	1,841
2005	10,296	2,8	1,9663	6,1053	2,2349	2,29	3,03	1,995
2006	11,295	2,2	2,9724	9,0777	3,3710	3,0	4,68	2,336
2007	12,189	6,7	4,0881	13,1658	4,5755	4,16	6,2	2,945
2008	13,098	9,7	3,7999	16,9657	4,8932	7,88	6,62	5,370
2009	15,652	8,4	3,4223	20,3880	5,0528	12,47	7,27	10,537
2010	22,466	16,6	4,0033	24,3913	6,6743	19,32	8,09	16,364
2011	24,154	20,8	3,3507	27,7420	6,8474	26,4	9,42	22,149
2012	25,764	1,6	2,4127	30,1547	5,4686	18,38	8,23	15,981
2013	27,848	5,7	2,9553	33,1100	8,2474	23,06	8,78	20,199
2014	30,626	7,9	3,4078	36,5178	8,6739	29,39	12,54	26,055
2015	34,171	1,0	4,2878	40,8056	10,3140	29,0	13,84	24,747
2016	38,527	2,4	4,9352	45,7408	10,5409	28,17	15,28	23,658
2017	44,420	1,4	6,7307	52,4715	11,6977	25,54	15,47	21,324
2018	51,743	4,0	6,6227	59,0942	10,7191	20,06	18,93	14,723
2019	61,349	12,4	5,6174	64,7116	10,1611	28,1	26,37	16,726

Mənbə: http://www.sai.gov.az/ (29.03.2020)

2003-2019-cu illərin statistik məlumatlarına baxsaq görə bilərik ki, bu illərdə kommulyativ beynəlxalq xarici investisiyalar (BXİ) artsa da, neft gəlirlərinin dəyişməsinə uyğun olaraq BXİ-lar, xarici

investisiyalar, istifadədə olan əsas fondların dəyəri, əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar, xarici ticarət dövriyyəsi, ölkə üzrə inflyasiyanın səviyyəsinin dəyişməsi neft gəlirlərinə birbaşa təsir etmişdir. Bu bölümdə neft gəlirlərinin hansı faktorların təsiri altında dəyişmə dərəcəsini aşkar etmək üçün iqtisadi-riyazi modellərdən istifadə olunması çox böyük önəm kəsb edir. Bu məqsədlə aşağıdakı cədvəl məlumatlarından istifadə edək.

Cədvəl 2-nin məlumatlarına əsasən 2003- 2019-cu illər üzrə Azərbaycan Respublikasında neft gəlirlərinə təsir edən faktorlar arasındakı asılılığı reqressiya təhlilinin aparılması üçün hazır riyazi proqram paketlərindən EViews, MatLab, MS Excel, MathCad və s. istifadə etmək olar . Bu məqsədlə Eviews proqram paketindən istifadə edərək cədvəl 1-in məlumatlarına əsasən aşağıdakı cədvəldəki nəticəni alarıq.

Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən alınmış nəticəyə əsasən reqressiya tənliyi aşağıdakı kimi olacaqdır:

Y = -0.521333813234*X7 + 1.04648882254*X6 - 0.102854119391*X5 + 0.0193918890802*X4 + 0.53004449736*X3 - 0.109920981729*X2 - 0.0161324958878*X1 + 0.593990137792

(1) modelinə daxil olan sərbəst dəyişənlərlə asılı dəyişən arasındakı korrelyasiya asılılığını təhlil edərək, zəif korrelyasiya asılılığı olan göstəriciləri tədqiqat obyektindən çıxarmaqla yeni reqresiya tənliyini quraq. Bu məqsədlə cədvəl1-in məlumatlarına görə MS Excel tətbiqi proqram paketində korrelyasiya matrisininə əsasən Y və X2 dəyişənləri arasında zəif korrelyasiya əlaqəsi olduğundan X2 dəyişəni tədqiqat obyektindən çıxarılacaqdır. Nəticədə reqressiya tənliyini aşağıdakı kimi göstərmək olar.

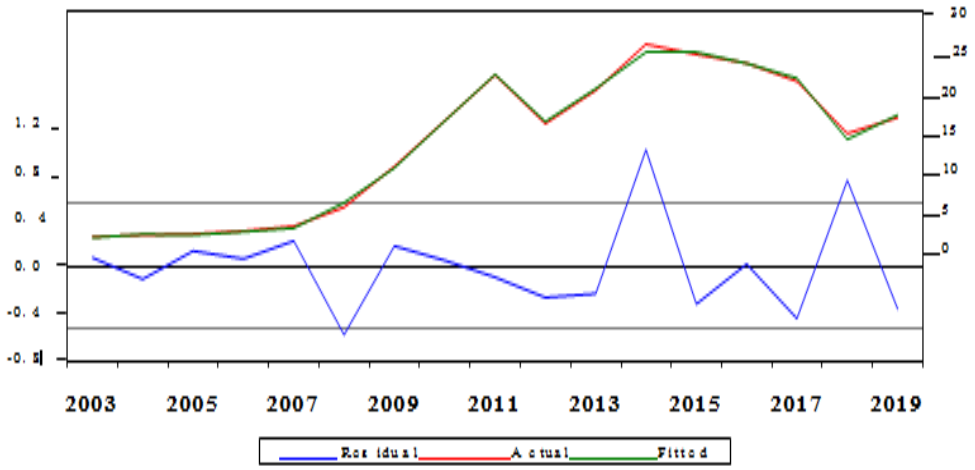
Y = -0.5213*X7 + 1.0465*X6 - 0.1029*X5 + 0.0194*X4 + 0.530*X3 - 0.0161*X1 + 0.594 (2)

Müəyyən olunmuş bu əlaqə tənliyinə görə, belə nəticəyə gəlmək olar ki, neft sektorunda istifadəyə verilmiş əsas fondların həcmini ifadə edən (X1) amilinin bir vahid artması neftdən əldə olunan ümumi gəlirin 0.016 vahid dəyişməsinə, neft sənayesinə qoyulan BXİ-ın həcminin (X3) bir vahid artması ümumi gəlirin 0,53 vahid dəyişməsinə, neft sənayesinə qoyulan kimulyativ BXİ-ın (X4) bir vahid dəyişməsi neftdən əldə olunan ümumi gəlirin 0.019 vahid dəyişməsinə, xarici investisiyaların ümumi həcminin (X5) bir vahid artması neftdən əldə olunan ümumi gəlirin 0.103 vahid dəyişməsinə, ixracın həcminin (X6) bir vahid dəyişməsi neftdən əldə edilən ümumi gəlirin 0.019 vahid dəyişməsinə, xarici investisiyaların ümumi həcminin (X5) bir vahid artması neftdən əldə olunan ümumi gəlirin 1.0465 vahid dəyişməsinə, idxalın həcminin (X7) bir vahid dəyişməsi neftdən əldə edilən ümumi gəlirin 0.5213 vahid dəyişməsinə səbəb olmuşdur. Gördüyümüz kimi neftdən əldə olunan ümumi gəlirin artmasına neft sənayesinə qoyulan kimulyativ BXİ və ümumi xarici investisiyaların həcminin artırılması daha aktiv təsir edən göstəricilərdən biridir.

Çoxluq korrelyasiya əmsalının R=0.9966 olması neftdən əldə edilən ümumi gəliri ifadə edən Y asılı dəyişəni ilə modelə daxil olan amilləri ifadə edən sərbəst dəyişənlər arasında əlaqənin olduqca yüksək olmasını göstərir. Determinasiya əmsalının R^2=0.998 olması o deməkdir ki, müvafiq reqressiya tənliyi 99,8% dispersiya nəticə göstəriciləri ilə, 1,2%-i isə digər amillərin təsiri ilə izah edilir. Determinasiya əmsalının yüksək olması reqresiya tənliyinin ilkin verilənləri daha yaxşı ifadə etməsi və nəticə amilinin daha çox hissəsinin (99,8%) modelə daxil olan amillər hesabına izah edilməsi ilə əlaqədar olduğunu göstərir.

Qurulmuş (2) modelinin reqresiya tənliyi ilə Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən alınan (Fitted) və faktiki (Actual) qiymətlərinin, habelə onların arasındakı qalıqların (Residual) dinamikası aşağıdakı qrafikdə göstərilmişdir.

Diaqram 1. Reqresiya tənliyi ilə Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən alınan nəticələr



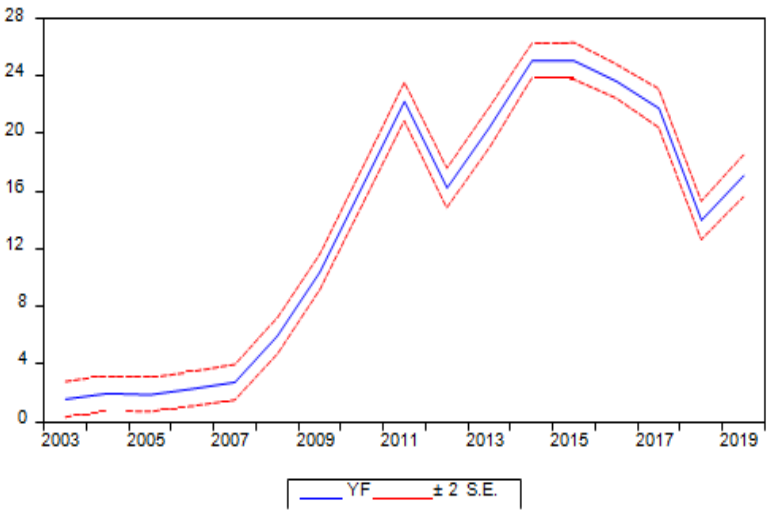
Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

F-Fişer kriteriyasından istifadə etməklə bütünlükdə çoxluq reqressiya tənliyinin statistik əhəmiyyətliliyini yoxlamaq mümkündür. Bu məqsədlə F- Fişer kriteriyası, $F_{cədvəl}$ (a; m; n − m − 1) qiyməti ilə müqayisə olunmalıdır. Eviews proqram paketinin nəticəsini əks etdirən cədvəl 2 məlumatlarına əsasən, F- statistic (Fişer kriteriyası) = 672.3

EXCEL-də F cədvəl qiymətini $F_{cədvəl}$ (a; m; n − m − 1) = Fpacпoбp düstu- runun köməkliyi ilə təyin etsək, $F_{cədvəl}$ (a; m; n − m − 1) = Fpacпoбp(0,05; 17; 9) =3,29 F-Fişer kriteriyası, $F_{cədvəl}$ (a; m; n − m –) qiyməti ilə müqayisə olunduqda görünür ki, F- Fişer kriteriyası > $F_{cədvəl}$ (**672.3**>3,29). Bu isə o deməkdir ki, reqressiya tənliyi bütövlükdə statistik əhəmiyyətli xarakter daşıyır. Bu isə qurulmuş (2) modelin adekvatlığını göstərir.

Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən əldə olunmuş reqresiya tənliyi ilə müəyyən olunmuş neftdən əldə edilən gəlirin illərə görə qiymətləri və standart səhvləri, habelə tənliyin proqnoz məqsədi üçün istifadə olunmasının bir sıra xarakteristikaları qrafik 3-də göstərilmişdir.

Qrafik 1 Reqresiya tənliyi ilə müəyyən olunmuş neftdən əldə edilən gəlirin illərə görə qiymətləri və standart səhvləri



Forecast: YF
Actual: Y
Forecast sample: 2000 2016
Included observations: 17

Root Mean Squared Error	0.384191
Mean Absolute Error	0.284028
Mean Abs. Percent Error	3.344305
Theil Inequality Coefficient	0.011958
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.000478
Covariance Proportion	0.999522

Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qrafikdən istifadə edərək Azərbaycanda neftdən əldə edilən vəsaitin gələcək dövr üzrə proqnoz qiymətlərini də müəyyən etmək mümkündür.

Büdcənin neft gəlirlərinə maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

Təbii sərvətlərdən asılı olan dövlərlərin ən böyük narahatlıqlarından biri resursların qısa və ortamüddətli qiymət titrəyişlərindən təsirlənən xərclərin dəyişkənliyidir. Buna görədə neft gəlirlərinin hökumət xəzinəsinə daxil olması mexanizmini bilmək olduqca əhəmiyyətlidir.

Ölkə prezidentinin 22 dekabr 2018-ci il tarixli Fərmanına əsasən, 2020, 2021, və 2022-ci illərdə icmal büdcənin qeyri-neft baza kəsirinin qeyri-neft ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisi üzrə hədəf göstəriciləri müvafiq olaraq 30,1%, 29,1% və 28,1% müəyyən edilib. Müəyyən edilmiş fiskal çərçivə və dövlət büdcəsinin 2020-ci ilə olan xərcləri nəzərə alınarsa, 2020-ci ildə icmal büdcənin qeyri-neft baza kəsirinin qeyri-neft ÜDM-ə nisbəti 29,1% səviyyəsində olması proqnozlaşdırılır ki, bu da hədəf göstərici olan 30,1%-dən daha aşağıdır. İqtisadiyyat Nazirliyinin ortamüddətli dövrdə qeyri-neft ÜDM-in artımına dair proqnozları əsas götürülərsə, icmal büdcənin qeyri-neft baza kəsirinin qeyri-neft ÜDM-ə nisbəti orta müddətli dövrdə də hədəflənən enmə dinamikasından daha sürətlə azala bilər.

Büdcə qaydasına uyğun icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddi mühafizəkar ssenari üzrə pessimist fərziyyələr əsasında hesablanıb ki, bu da xalis maliyyə aktivlərinin real gözləntilərdən daha aşağı məbləğdə müəyyən edilməsi ilə səciyyələnir. Müvafiq olaraq, xalis maliyyə aktivləri əsasında hesablanmış xərclənə bilən neft gəlirləri də real gözləntilərdən daha aşağı səviyyədə qərarlaşır ki, bu da neft gəlirlərinin qənaətlə istifadəsinə yönəlmiş məqsədəuyğun tədbirdir. Eyni zamanda, büdcə qaydasına əsasən icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddinə təyin olunmuş inflyasiya səviyyəsini nəzərə alan 3%lik limit də öz növbəsində büdcə protsiklikliyinin qarşısını alaraq, nəticə etibarilə xərclənə bilən neft gəlirlərinin növbəti dəfə qənaətlə istifadə edilməsi məqsədini daşıyır.

2007-ci ildən 2018-ci ilə kimi Dövlət Neft Fondunun mənbələr (hasilatın pay bölgüsü sazişlərinə müvafiq olaraq Azərbaycan Respublikasının payına düşən karbohidrogenlərin satışından əldə olunan xalis gəlirlər, bonuslar, karbohidrogen ehtiyatlarının işlənməsi ilə əlaqədar sərmayəçilər tərəfindən ödənilən akrhesabı ödənişlər, dividendlər, neftin və qazın Azərbaycan Respublikasının ərazisi ilə ötürülməsindən əldə olunan gəlirlər, sərmayəçilər tərəfindən təhvil verilən aktivlərdən əldə olunan gəlirlər, fondun aktivlərinin yerləşdirilməsindən və idarə edilməsindən əldə edilən vəsaitlər, qrantlar və digər təmənnasız yardımlar, qanunvericiliyə müvafiq olaraq digər gəlirlər və vəsaitlər vasitəsilə formalaşan gəlir və aktivlərinin həcmi haqqında məlumatı verilən cədvəldə aşkarlanaraq qeyd edilmişdir.

Cədvəl 4. Dövlət Neft Fondunun gəlirləri və aktivləri

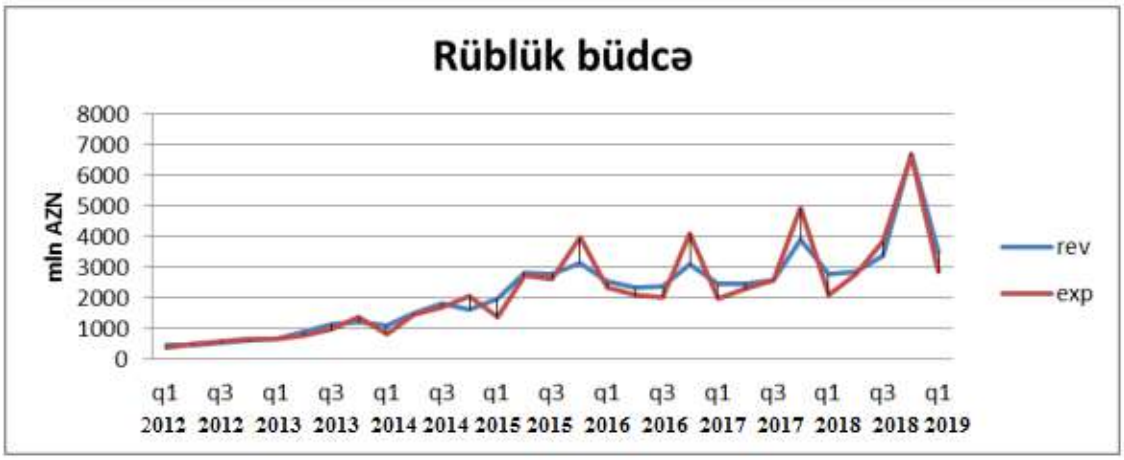
İllər	Dövlət Neft Fondunun gəlirləri (mln. AZN)	Dövlət Neft Fondunun aktivləri (mln. ABŞ dolları)
2007	248.0	492.0
2008	295.0	692.0
2009	364.0	816.0
2010	317.0	964.0
2011	660.0	1394.0
2012	986.0	1454.0
2013	1 886.0	2475.0
2014	11 865.0	11219.0

2015	8 177.0	14900.0
2016	13 089.0	22767.0
2017	15 628.0	29800.0
2018	13673.7	34129.4
Total	67188,7	

Mənbə: http://www.stat.gov.az (26.03.2020) ARDNF və https://www.oilfund.az/ (26.03.2020) məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Diaqramdan göründüyü kimi, rüblük büdcə gəlir və xərcləri daxili illik fərqlərin olması səbəbindən çox qeyri-sabit və protsiklikdir. Nümunə ölçüsünün (2012-ci ildən başlayaraq iqtisadiyyatdakı struktur dəyişikliyi) Azərbaycan üçün böyük olmadığını nəzərə alaraq, biz parametrik metodundan yararlanmalı və illik dəyişkənliyi rüblük dəyişkənlikdən (burada maliyyə nəzəriyyəsində olduğu kimi, standart yayınma nəzərdə tutulur) ayırmalı olduq ki, bu da 1,33 və1,46 milyard manatdır və bir müddətlik kovariasiyanı nəzərə aldıqda, bu, illik 4,63 və 4,64 milyard dəyişkənlik deməkdir. Burada gəlir və xərc hissələri üçün illik dəyişkənlik eynidir, ancaq büdcənin özünün ölçüsü ilə müqayisədə bu, onun 25-35%-dir. Belə ki, xərclərin dəyişkənlik səviyyəsi büdcənin ölçüsü baxımından yüksəkdir.

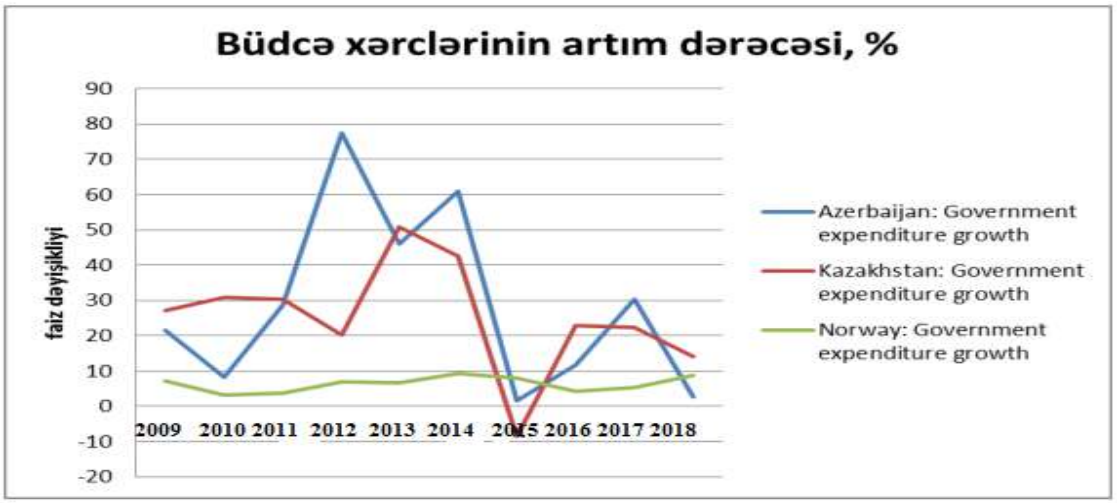
Diaqram 2 . Rüblük büdcənin dəyişkənliyi



Mənbə: http://www.stat.gov.az (26.03.2020) ARDNF və https://www.oilfund.az/ (26.03.2020) məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Dövlətimizin neft gəlirlərinin artımı neft dəyərinin yüksəlməsi qarşılıqlı olaraq əlaqədədir. Qara qızılın dəyəri artanda dövlətin gəlirlərinin yüksəlməsinə, əks halda isə azalmasına təsir etmişdir. Təhlil üçün üç ölkədə büdcə xərclərinin artımı əyrisini nəzərdən keçirək. Tədqiqat göstərir ki, Azərbaycanda Norveçdən gözlə görünə biləcək dərəcədə yüksək büdcə dəyişkənliyi (volatilliyi), Qazaxıstandan isə daha dəyişkən büdcə artımı var (Diaqram). Son on il ərzində Azərbaycanda xərclərin çoxalmasının standart yayınması 26-ya bərabərdir, Qazaxıstanda bu rəqəm 16, Norveçdə 2 təşkil edir.

Diaqram 3. Müqayisəli büdcə xərclərinin artım tempi (milli valyutalar; BVF-in məlumatları)



Mənbə: http://www.stat.gov.az (26.03.2020) ARDNF və https://www.oilfund.az/ (26.03.2020) məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Respublikamızda neft gəlirlərindən asılılığın minimum endirilməsi fonunda görülmüş işlərin məntiqi davamı olaraq 2020-ci ilə dövlət büdcəsinin gəlirlərində neft sektorunun payı 56,1% olmaqla 2019-cu ilin müvafiq ehtimal göstəricisinə nisbətən 3,7% daha az ehtimal olunur. (http://www.stat.gov.az). Neft gəlirlərindən asılılığın minimum endirilməsi qeyri-neft gəlirlərinin büdcə gəlirlərindəki payının yüksəlişini özündə göstərir. Bundan başqa, hal-hazırda büdcə tərtibində büdcə qaydasının tətbiqi təbii ehtiyyat gəlirlərinin istehlakı və yığımının kombinasiyası arasında optimal seçimin edilməsinə, beləliklə neft – qaz ehtiyyatlarının tükənən və bərpa olunmayan ehtiyyatlara aid olmasını nəzərə alaraq, həmin gəlirlərin növbəti illərdə ölkə iqtisadiyyatının başlıca qüvvəsinə çevriləcək qeyri-neft sahəsinin inkişafına istiqamətlənməsinə imkan verir ki, bu da iqtisadi strategiyamıza tam olaraq uyğundur.

Nəticə

Dövlət büdcəsi iqtisadiyyatın tənzimlənməsinin və idarəedİlməsinin zəruri vasitəsidir. Büdcənin gəlirlərinin optimal və balanslaşdınlmış strukturunun formalaşdırılması milli iqtisadiyyatın dirçəldilməsinin mühüm şərtidir. Ona görə də Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemi, milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsində birbaşa vergilərin rolu, habelə onun artırılması imkanları tədqiq edilmiş və mühüm nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edən nəticələr əldə edilmişdir.

Son dövrlərdə neft qiymətlərinin dünya bazarında dəyişməsi təbii olaraq dövlət büdcəsində gəlirlərin azalmasına səbəb olmuşdur. Bu da öz növbəsində bəzi xərclərin təmin olunmamasına gətirib çıxarmışdır. Bununla əlaqədar olaraq dayanıqlı fiskal siyasətin işlənib hazırlanması neft gəlirlərindən ölkə iqtisadiyyatının asıllığının azaldılması əsas iqtisadi prioritetlərdən hesab olunur.

Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən Y = 4.30298344386*X5 + 0.255394318911*X4 - 4.72687577405*X3 - 0.353145280923*X1 + 2544.94286006 reqressiya tənliyi Azərbaycan Respublikasında neftdən əldə edilən gəlirin dəyişməsinin 96,6%-nin ona təsir edən faktorlar hesabına baş verməsi ilə izah olunur. Göstərilən modelə əsasən aşkarlanmışdır ki, neftdən əldə olunan gəlirin yüksəlməsi Neft sənayesinə qoyulan kimulyativ BXİ və ümumi xarici investisiyaların həcmindən daha çox asılıdır. Buna görə də iqtisadi siyasət bu sektora qoyulan investisiyaların məbləğinin artırılmasına istiqamətləndirilməlidir. Nəticədə neftdən əldə olunan gəlirin artmasına görə iqtisadiyyatın başqa sahələri

də inkişaf edərək ölkənin ərzaq və enerji təhlükəsizliyinin gücləndirilməsi və dinamik inkişafının daha da güclənməsinə səbəb olar.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi".
2. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 411 nömrəli Fərmanı ilə "Büdcə qaydasına uyğun icmal büdcə xərclərinin yuxarı həddinin hesablanması Qaydası".
3. "Ending dependency: How is oil revenues effectively used in Azerbaijan?" Center for economic and social development. Edited by Vugar Bayramov.
4. Ələkbərli N. İ. (2018). Vergilər və qiymətləndirmə : qanunvericilik sənədləri. Bakı, Biznes Universteti, 96-100.
5. Gülməmmədov V..İ, Məmmədov R.A (2019). Büdcə vəsaitləri ölkənin inkişafına və xalqın rifahına xidmət etməlidir. Bakı, 7-20.
6. Qurbanova T.T (2017). "Azəərbaycanda büdcə gəlirlətinə maliyyə nəzaərtinin iqtisadi inki.afa təsirinin nəzəri aspektləri" "Azərbaycan vergi xəbərləri " jurnalı – №-5,10,11, 19-26.
7. www.economy.gov.az.
8. www.worldbank.org.
9. www.cesd.az.
10. www.sei.az/.
11. www.oilfund.az/.
12. www.stat.gov.az/.

Büdcə - Vergi Siyasətinin Həyata Keçirilməsinin Məqsəd və Vəzifələri

Fəridə Şixəliyeva

feridesxixaliyeva@mail.ru

Xülasə

Məqalədə büdcə-vergi siyasətinin həyata keçirilməsi, məqsəd və vəzifələri araşdırılmış və məqsədin reallaşdırılması üçün büdcə-vergi siyasətinin ümumi səciyyəsinin verilməsi, vergilər-büdcə gəlirlərinin əsas mənbəyi kimi təhlil edilməsi, birbaşa vergilər üzrə daxilolmaların təhlil edilməsi, dolayı vergilər üzrə daxilomalarının təhlil edilməsi, büdcə gəlirlərinin artırılmasına vergi siyasətinin təsirinin gücləndirilməsi araşdırılmışdır, büdcə-vergi siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri təhlil edilmişdir.

Ölkə iqtisadiyyatının sürətli şəkildə inkişafı, əsas məsələlərin müsbət formada həll edilməsi, əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması, ölkənin müdafiə qabiliyyətinin yüksəldilməsi və başqa strateji məsələlərin müvəffəqiyyətlə həll olunması dövlət büdcəsinin ödəmə imkanlarından asılıdır. Ölkəmizin bazar iqtisadiyyatına keçid etdiyi dövrdə dövlət büdcəsinə daxil edilən vəsaitlərin əsasını fiziki və hüquqi şəxslərdən alınan vergi, yığım, rüsum və başqa məcburi şəkildə olan ödəmələr təşkil edir.

Dövlətin sosial-iqtisadi siyasətininin reallaşdırılması üzrə məsələlərin həll edilməsi birbaşa olaraq vergi daxilolmalarının həcmindən asılı formadadır. Bu cəhətdən vergitutma bazası, onun tərkib elementlərinin inkişaf meyillərinin təhlili, vergi daxilolmaları maliyyə orqanlarının başlıca vəzifəsidir.

Müasir şəraitdə büdcənin gəlir hissəsinin formalaşmasında vergilərin rolunun və vergilərin artırılması istiqamətləri tədqiqatçılar tərəfindən tədqiq edilmiş və edilməkdədir. Tədqiqatın obyekti büdcənin gəlir hissəsinin formalaşmasında vergilərin rolu, predmeti isə büdcənin gəlir hissəsinin formalaşmasında vergilərin rolunun artırılması üçün görülən tədbirlərinin təşkilidir.

Açar sözləri: büdcə-vergi siyasəti, fiskal siyasət, gəlir, daxilolma, bazar iqtisadiyyatı.

Giriş

Büdcə anlayışı müxtəlif mənalarda işlədilir, dövlət, ailə, yerli, şəxsi və s. ümumiyyətlə, büdcə pul gəlirləri hesabına formalaşır. Büdcə müəyyən dövr ərzində dövlətin, müəssisə və təşkilatın, ailə və ayrı-ayrı şəxslərin pul gəlirləri və xərcləri balansıdır (planıdır). Yaradılan hər bir büdcənin öz həcmi, mənbələri, məqsədi və yerinə yetirdiyi funksiyası vardır. Bunlar içərisində formalaşma mənbələrinə, həcminə və xərc istiqamətlərinin səviyyəsinə görə dövlət büdcəsi mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Dövlət büdcəsi öz maddi məzmununa görə dövlətin başlıca mərkəzləşmiş pul vəsaitləri fondudur. Yəni, dövlət büdcəsi müəyyən dövr ərzində (məsələn, bir il ərzində) ölkədə geniş təkrar istehsalı təmin etmək, insanların maddi və mənəvi tələbatlarını, dövlətin zəruri ehtiyaclarını ödəmək üçün yaranan mərkəzləşdirilmiş pul vəsaitləri fondudur. Dövlət büdcəsi dövlətin əsas maliyyə planıdır. Dövlət büdcəsi gəlirləri-qanunvericiliklə müəyyən olunmuş qaydada dövlət büdcəsinə daxil olan vergilərin, rüsumların, digər ödənişlərin və daxilolmaların məcmusudur.

Büdcə Vergi Siyasətinin Həyata Keçirilməsinin Əsas Məqsədi

Büdcə-vergi siyasətində büdcə dövlət xərclərinin vergi ilə balanslaşdırılmasına əsaslanır. Məsələ burasındadır ki, iqtisadiyyatdakı tarazlıq büdcə balanssızlığı ilə pozulmur. Büdcə-vergi siyasəti, dövlətin maliyyə ehtiyatlarından istifadənin əsas sahələrini, maliyyələşdirmə metodlarını və xəzinənin doldurulmasının əsas mənbələrini də müəyyənləşdirir. Ayrı-ayrı ölkələrdəki konkret tarixi şəraitdən asılı olaraq belə bir siyasət öz xüsusiyyətlərinə malikdir.

İqtisadiyyat və siyasət elmində büdcə-vergi siyasəti dövlət xərclərinin və gəlirlərinin yardımıyla iqtisadiyyata təsir etmək məqsədilə istifadə edilir. Keyns iqtisadi məktəbinə görə, dövlət vergilərin səviyyəsini, xərclərini dəyişdikdə bu məcmu iqtisadi aktivliyə və tələbə təsir dir. Fiskal siyasət əsasən biznes tsikllərində dəyişikliklər baş verdiyi zaman iqtisadiyyatı sabitləşdirmək məqsədilə tətbiq olunur. Fiskal siyasətin 2 başlıca aləti olan vergilər, dövlət xərcləri dəyişdikdə, bu aşağıda göstərilən makroiqtisadi göstəricilərə təsir göstərir (Ələkbərov, 2004):

1. Məcmu tələb və iqtisadi aktivliyin səviyyəsi;
2. Yığım və investisiyalar;
3. Gəlirlərin bölgüsü.

Fiskal siyasətin üç əsas növü var:

1. Neytral fiskal siyasət iqtisadiyyatda tarazlıq hökm sürən vaxt tətbiq olunur. Bu zaman dövlət xərcləri tamamilə dövlət gəlirləri hesabına maliyyələşir, iqtisadiyyata neytral təsir edir.

2. Genişləndirici fiskal siyasət dövlət xərcləri dövlət gəlirlərini üstələyir. Bu siyasət böhran dövründə həyata keçirilir.

3. Daraldıcı fiskal siyasət gerçəkləşdirilərsə, dövlət gəlirlərinin adəcə bir hissəsi xərclərə istiqamətləndirilir. Qalan hissə dövlətin xarici və yaxud da daxili borclarının ödənməsinə yönəldilir.

İqtisadiyyatda gedən prosedurların dinamik inkişafı fiskal siyasət məsələlərinin formalaşmış yeni şəraitə uyğun təkrar tədqiqini və dərin təhlil edilməsini aktual edir. Büdcə-vergi siyasəti gerçəkləşdirilərkən dövlət büdcəsinin tənzimlənməsi, planlaşdırılması və ona nəzarətin qanun ilə müəyyən olunmuş normaları reallaşdırılır. İqtisadi baxımdan əsaslandırılmış büdcə-vergi siyasəti maliyyə vəsaitlərinin vergi sistemi vasitəsilə toplanmasının optimallaşdırılması məqsədini güdür (Ələkbərov, 2005).

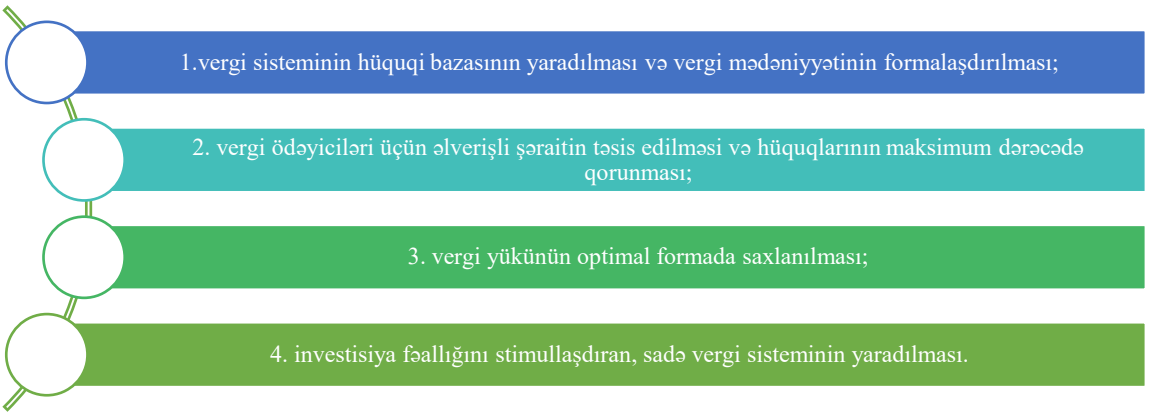
Büdcə-vergi siyasəti dövlət orqanlarının elmi cəhətdən əsaslandırılmış hüquqi fəaliyyəti kimi geniş təkrar istehsalın tələbatını təmin etməlidir. Onun əsas məqsədi vergi ödəyicilərindən vergilərin tutulmasının hüquqi qaydalarını təmin etməklə bərabər vergitutmanın təsiri altında formalaşan iqtisadi münasibətlərin hərtərəfli qiymətləndirilməsidir. İqtisadi, siyasi və digər fərqlərə baxmayaraq hər bir dövlətin büdcə-vergi siyasəti ilk növbədə onunla müəyyən edilir ki, dövlət özü təkrar istehsal prosesinin fəal iştirakçısı kimi çıxış edir. Dövlətin əsas məqsədi cəmiyyətin qarşısında duran sosial və iqtisadi məsələlərin həll edilməsidir ki, bu da öz növbəsində vergi siyasətinin formalaşmasına təsir göstərir (Kəlbiyev, 2005).

Azərbaycanın yeni inkişaf mərhələsində ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf vəzifələrinin həyata keçirilməsində dövlət büdcəsinin rolu daha da artır. Ölkənin maliyyə sistemində dövlət büdcəsinin xüsusi yer tutması dövlətin funksiyalarının həyata keçirilməsinin maliyyə təminatında əvəzsiz rol oynaması büdcə planlaşdırılmasının qarşısında mühüm vəzifələr qoyur.

Respublikada aparılan büdcə-vergi siyasəti verginin aşağı salınması, vergi güzəştlərinin azaldılması hesabına vergitutma bazasının genişləndirilməsinə, hüquqi şəxslərlə fərdi sahibkarlar arasında, qeyri-rezident və rezident vergi ödəyiciləri arasında vergi yükünün bərabərləşdirilməsinə, son nəticədə mövcud iqtisadi potensialın çoxaldılmasına və əhalinin maddi rifahının yüksəldilməsinə istiqamətlənmişdir (Vəliyev, 2006).

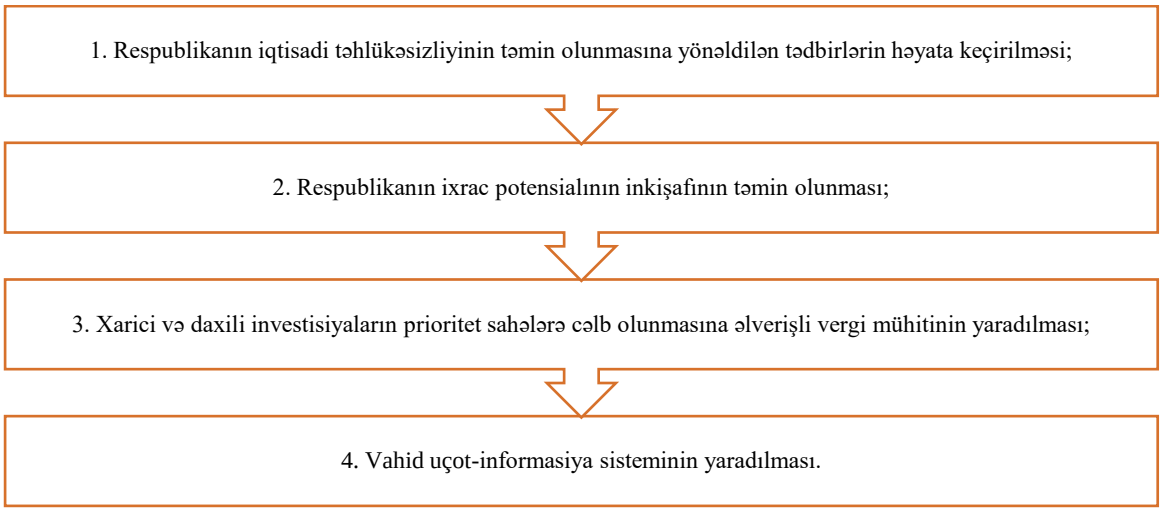
Büdcə-vergi siyasətinin səmərəli olmağı dövlətin onu hansı prinsiplərə əsasən həyata keçirilməsindən əhəmiyyətli şəkildə asılıdır.

Sxem 1. Azərbaycanda vergi siyasətinin prinsiplər nəzərə alınmaqla həyata keçirilmə yolları



Mənbə: Kəlbiyev Y.A., (2012) "Vergi siyasətinin konseptual əsasları və praktiki aspektləri", Bakı, Elm, 423 səh., materıalları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Sxem 2. Azərbaycanda həyata keçirilən vergi siyasətinin başlıca istiqamətləri aşağıdakılardır



Mənbə: Kəlbiyev Y.A., (2012) "Vergi siyasətinin konseptual əsasları və praktiki aspektləri", Bakı, Elm, 423 səh., materıalları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Büdcə-vergi siyasətinin həyata keçirilməsi üsulları dövlətin vergi siyasəti aparmaqla nail olmağa çalışdığı məqsədlərdən asılıdır. Müasir dünya təcrübəsində vergi ödəyicisinin vergi yükünün dəyişdirilməsi, vergitutmanın hər hansı bir forma və vasitələrinin digəri ilə əvəz edilməsi, bu və yaxud digər vergilərin yayılma sahəsinin dəyişdirilməsi, vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi və ya ləğvi, vergi dərəcələrinin fərqləndirilmiş sisteminin daxil edilməsi kimi üsullardan geniş istifadə olunur.

Büdcə-vergi siyasəti apararkən iqtisadiyyatın tənzimlənməsində dövlətin iştirakı vergi dərəcələri, vergi güzəştləri, vergiqoyma bazası və s. kimi vergi vasitələrinin köməyi ilə həyata keçirilir.

Büdcə-vergi siyasətinin reallaşdırlması dövləti vergi islahatları aparmağa təşviq edən başlıca amillərdən biridir. İnkişaf etmiş dövlətlərdə hər 5-7 ildən bir əsaslı şəkildə vergi islahatları, hər 2-3 ildən bir fəaliyyətdə olan vergi normalarının səmərəliliyinin hərtərəfli təhlili aparılır.

Üzvi birlikdəki hər iki funksiya maliyyə münasibətlərinin və büdcə siyasətinin səmərəliliyini müəyyənləşdirir. Vergilərə nəzarət funksiyasının həyata keçirilməsi, tamlığı və dərinliyi müəyyən dərəcədə vergi intizamından asılıdır. Bunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, vergi ödəyicisi (hüquqi və fiziki şəxslər) qanunla müəyyən edilmiş vergiləri vaxtında və tam şəkildə ödəməlidirlər (Kəlbiyev, 2012).

Vergilərin bölgüsü funksiyası, reproduktiv prosesdəki rolunun çox yönlüliyini xarakterizə edən bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir. Əvvəla, vergilərin ilkin bölgü funksiyasının sırf fiskal olması faktı idi. Lakin dövlət ölkədə iqtisadi həyatın təşkilində fəal iştirak etməyi zəruri hesab etdiyi üçün bu funksiya vergi mexanizmi vasitəsilə həyata keçirilən tənzimləyici mülkiyyətə malikdir.

Vergi tənzimlənməsində stimullaşdırıcı, təyinedici və eyni zamanda reproduktiv subfunksiyalar yaranmışdır.

Büdcə, müəyyən bir müddət ərzində iqtisadi agentlər tərəfindən ehtiyatların toplanması və istifadəsi üçün xüsusi, detallı bir plandır.

Dövlət büdcəsi - bir qayda olaraq, bir il üçün (dekabrın 31-dən yanvarın 1-dək) müəyyən bir dövlətin gəlir və xərclərini təsvir edən sənəddir. Dövlət büdcəsinin funksiyaları:

- Dövlətin pul axınlarını tənzimləyir, mərkəzlə federasiya subyektləri arasında əlaqələri gücləndirir;
- Hökümətin hərəkətlərinə qanuni nəzarət edir;
- Hökumətin iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına niyyəti barədə məlumat verir;
- İqtisadi siyasətin parametrlərini müəyyənləşdirir və hökumətin mümkün tədbirlərinin həcmini təyin edir.

Dövlət büdcəsinin və büdcə siyasətinin tərkibinin müəyyən edilməsi dövlət büdcəsinin yeni sistemə uyğun təkmilləşdirilməsinin şərtlərindən biridir. Büdcə siyasəti müəyyən iqtisadi hədəflərə çatmaq üçün bütün büdcənin həcminin və balansının sabitləşdirilməsidir. Hökumət xərclərinə uyğun olaraq maliyyə siyasətinin ənənəvi nəzəriyyəsinə görə, büdcə-vergi və digər gəlirlərlə balanslaşdırılmalı, nəticədə iqtisadiyyatın daxili tarazlığı büdcə balanssızlığından narahat olmamalıdır.

Büdcə gəlirləri ölkənin büdcə fondunun formalaşmasında dövlətlə müəssisələr arasında, təşkilatlar və vətəndaşlar arasında baş verən iqtisadi münasibətləri əks etdirir. Bu iqtisadi münasibətlər müəssisələrin, təşkilatların və əhalinin ödəmələri ilə ifadə olunur. Bundan əlavə büdcə gəlirləri öz funksiyalarını yerinə yetirmək üçün dövlətin mərkəzləşdirilmiş maliyyə resurslarının bir hissəsidir (Yalaman, 2019).

Dövlət quruluşundan asılı olaraq büdcə gəlirləri quruluşunda müəyyən fərqlər formalaşıb. Belə ki, unitar dövlətlərdə mərkəzi (dövlət) büdcə və yerli büdcələrin gəlirlərindən təşkil olunubsa, federativ dövlətlər də yuxardakılara federasiya üzvlərinin gəlirləri əlavə olunur.

Dövlət gəlirlərinin tərkibinə aşağıdakı gəlirlər daxildir: dövlətin sərvətindən istifadəyə görə alınan gəlirlər, vergilər, vergi təbiətli dövlət gəlirləri, borclanmalardan gələn gəlirlər və xəzinənin imkanlarından istifadə etməklə əldə edilən gəlirlər. Bu gəlirlərdən dövlətin sərvətindən istifadə gəlirləri, vergilər, vergi təbiətli dövlət gəlirləri həqiqi dövlət gəlirləri hesab olunur. Xəzinə imkanlarından istifadə etməklə əldə edilən gəlirlər isə fövqaladə dövlət gəlirləri adlanır.Fövqaladə dövlət gəlirləri dövlətə şübhəsiz ki, xeyli gəlir gətirir. Lakin bu gəlirlərin qeyri-həqiqiliyi ondadır ki,

bu gəlirlərin əvəzi gələcəkdə həqiqi dövlət gəlirləri ilə ödənilməli və ya qaytarılmalıdır. Çünki xəzinənin buraxdığı dövlət qiymətli kağızları və alınmış borc gələcəkdə mütləq ödənilməlidir.

Azərbaycan Respublikasında Büdcə-Vergi Siyasətinin Əsas Vəzifələri

Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsi gəlirlərdən və xərclərdən ibarət olmaqla iki hissədən ibarətdir. Dövlət büdcəsinin gəlirlər sistemi 3 əsas qrupa bölünür:

1. vergilər;
2. qeyri-vergili tədiyələr;
3. rüsumlar.

Bu qruplar içərisində əsas yeri vergilər tutur. Adətən dövlətin inkişaf səviyyəsindən aslı olaraq dövlət büdcəsi gəlirlərinin tərkibində vergilərin xüsusi çəkisi 75 %-dən çox olur. Vergilər milli gəlirin məcburi mərkəzləşdirilən hissəsidir. Vergilərin qeyri-vergili tədiyələrdən fərqi ondan ibarətdir ki, onlar tutularkən vəsait üzərində mülkiyyət forması dəyişir. Qeyri-vergili tədiyələrdə isə büdcəyə vəsait tutularkən mülkiyyət forması dəyişmir.Məsələn, dövlət tabeçiliyində olan müəssisələrdən mənfəət vergisi, yaxud ƏDV tutularkən mülkiyyət forması dəyişmir.Çünki müəssisə dövlətin olduğundan onun bütün vəsaitinə sərəncamı dövlət verir, büdcəyə köçürülən hissəyə də sərəncamı dövlət verir.Beləliklə, burada mülkiyyət forması dəyişmir.

Azərbaycan Respublikası Vergi Məcəlləsinə əsasən, vergi anlayışı - dövlətin və bələdiyyələrin fəaliyyətinin maliyyə təminatı məqsədi ilə vergi ödəyicilərinin mülkiyyətində olan pul vəsaitlərinin özgəninkiləşdirilməsi şəklində dövlət büdcəsinə və yerli büdcələrə köçürülən məcburi, fərdi, əvəzsiz ödəniş olaraq xarakterizə edilmişdir. Məcəllədə qeyd olunan tərifi başa düşmək üçün verginin tutulma xarakteri və onun icra etdiyi funksiyaların izahatı verilməlidir.

Vergi dövlətin öz funksiyalarını icra etmək məqsədilə, ölkənin qanunvericiliyində olan hüquqi və fiziki şəxslərdən yerli və dövlət hakimiyyət orqanları tərəfindən məcburi şəkildə tutulan vəsaitlərdir. Vergilər müəyyən fəaliyyətlərlə bağlı məcburi ödənişlər olsa da, vergitutma yolu ilə toplanan gəlirlər dövlət tərəfindən təchiz edilmiş mal və xidmətlərin istehsalına və ya vətəndaşlar arasında satınalma gücünü yenidən bölüşdürmək məqsədilə ehtiyacların alınmasında istifadə olunur. Verginin məzmununa baxdıqda aydın olur ki, gəlirlərdən asılı olmadan vergiödəyənlərin hamısı məcburi şəkildə vergi ödəmə aktının baş vermə prosesində iştirak edirlər. Buna görə də, isteshsal edilmiş məhsullara və yerinə yetirilən müxtəlif xidmətlərdən alınan vergilər büdcə gəlirlərini təmin edən əsas mənbə olmaqla uanaşı bir çox funksiyaları yerinə yetirmiş olur. Ancaq, bu funksiyalardan birincisi və ən əsası onun büdcə gəlirlərini təmin etmək funksiyasıdır (Ələkbərov, 2004).

Vergilər büdcənin gəlirlər hissəsinin formalaşmasında, ümumdövlət və ünvanlı dövlət proqramlarının icra edilməsi məqsədilə dövlətin maliyyə ehtiyatlarını formalaşmaq üçün mühüm rola malikdir. Bu planda müəyyən bir zaman daxilində dövlətin pula olan ehtiyacları, gəlirləri və xərcləri əvvəlcədən müəyyən olunur.

Aydındır ki, ölkədə özəl sektor inkişaf etdikcə sahibkarlıq subyektlərinin dövlət büdcəsinə ödədikləri vergilərin miqdarı da artmış olacaq ki, bu da dövlətin əhalinin rifahını yaxşılaşdırmaq üçün həyata keçiridiyi proqramların icrasına təkan verəcəkdir və ümumi iqtisadiyyata müsbət mənada təsir edəcəkdir.

Məlum olduğu kimi, ölkənin ərazisində vergi mənbələrinin bölüşdürülməsi nə qədər qeyri-bərabər olarsa, vergi gəlirlərinin təkrar bölüşdürülməsi də bir o qədər yüksək dərəcədə həyata keçirilməlidir və ya başqa sözlə, federal büdcədə vergi gəlirlərinin mərkəzləşdirilməsi artacaq.

Vergi daxilolmalarının köməyi ilə dövlət iqtisadi siyasəti həyata keçirir: antininflyasiya tədbirlərini həyata keçirir, bazarda inhisarçıların üstünlük qazanmasına qarşı fəaliyyət göstərir, qiymətlərin inhisar artımına görə yaranan izafi mənfəəti büdcəyə daxil edir. Bundan başqa, vergi mexanizmi vətəndaşların gəlirlərinin təkrar bölüşdürülməsi, əhalinin sosial müdafiəsi funksiyalarını yerinə yetirir, əhalinin şəxsi gəlirlərini tənzimləyir.

Dövlətin sosial-iqtisadi siyasətininin həyata keçirilməsi üzrə məsələlərin həlli birbaşa vergi daxilolmalarının həcmindən asılıdır. Bu baxımdan vergi daxilolmalarının, vergitutma bazası və onun tərkib elementlərinin inkişaf meyillərinin təhlil edilməsi və bunun əsasında büdcə vergi daxilolmaları həcminin proqnozlaşdırılması maliyyə orqanlarının əsas vəzifəsidir

Qanunvericilikdə nəzarətdə tutulmuş qaydada vaxtında qəbul edilmiş təkliflər, iqtisadiyyatdakı mövcud neqativ hadisələrin kənarlaşdırılmasına və büdcə gəlirlərinin artırılmasına şərait yaradır (Musayev, Alıyev., 2016).

Təhlil və proqnozlaşdırma üzrə görülən işlər kompleksi büdcənin vaxtında və əsaslandırılmış olaraq tərtib edilməsi üçün əsas kimi xidmət edir. Vergilərin vaxtında və tam daxil olması üzərində nəzarət sistemini vergi orqanları həyata keçirdiyi üçün, onlar həmçinin vergitutma bazasının təhlili və büdcəyə daxil olmuş vəsaitlərin həcminin proqnozlaşdırılması, qüvvədə olan qanunvericilik və digər normativ aktların təkmilləşdirilməsi üzrə təkliflər paketinin hazırlanması sahəsində aktiv iş aparılır. Dövlət büdcəsinin gəlir hissəsi işlənib təsdiq edilərkən vergi orqanlarının gördüyü işlərin nəticələri icra və qanunverici orqanları tərəfindən nəzərə alınır.

Metod

Tədqiqat işinin araşdırılması və təhlil olunması edilməsi məqsədilə mövzu yazılarkən müşahidə, müqayisəli təhlil, analiz, induksiya, deduksiya, formalaşdırma və s. kimi tədqiqat üsullarından istifadə olunacaq.

Sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas elementlərdən biri hesab olunur.

Növbəti metod induksiya metodu, bu metod vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Məqalədə büdcə-vergi siyasətinin məqsəd və vəzifələri aydınlaşdıırlmışdır, vergilər-büdcə gəlirlərinin əsas mənbəyi kimi təhlil edilmişdir, Azərbaycanda büdcənin vergi daxilolmalarının strukturu qiymətləndirilmişdir, büdcə gəlirlərinin artırılmasına vergi siyasətinin təsirinin gücləndirilməsi dəyərləndirilmişdir.

Nəticə

Ümumi nəticə olaraq tədqiqat mövzusunun başlıca praktiki əhəmiyyəti büdcənin gəlir hissəsinin formalaşmasında vergilərin rolunun artırılması istiqamətlərinin təhlilidir. Vergilərin tam və vaxtında daxil olması üzərində nəzarət prosesini vergi orqanları reallaşdırdığı üçün, onlar vergitutma bazasının təhlili, büdcəyə daxil olan vəsaitlərin həcminin təyin edilməsi, qüvvədəki qanunvericilik və başqa normativ aktların təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər paketinin hazırlanması üçün aktiv iş aparılır. Büdcənin gəliri işlənib təsdiq edildiyi zaman vergi orqanlarının görmüş olduğu işlərin nəticələri qanunverici və icra orqanları tərəfindən nəzərə alınır. Vergi orqanları aparmış olduqları təhlilin nəticələrindən səyyar şəkildə vergi yoxlamalarının aparılması prosesi, müəssisələrin məqsədyönümlü şəkildə seçilməsinə əsasən tövsiyyələrin işlənməsi, vergi ödəyənlər tərəfindən vergilərin ödənilməsinin bütövlüyünün qiymətləndirilməsi və onların büdcəyə edilən ödənişlərə əsasən olan borclarının aşağı endirilməsi üzrə tədbirlər üçün istifadə olunur.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi Tədris Mərkəzi (2018) “Dövlət büdcəsi. Vergi daxilolmaların büdcə gəlirlərində rolu”, Şamaxı, 138 səh.
2. Bədəlov Ş.Ş., Məhərrəmov R.B., Qurbanov F.Ə., (2003) “Büdcə Sistemi”, Bakı, Elm, 156 səh.
3. Ələkbərov Ə.Ə., (2004) “Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafında dövlət büdcəsinin rolu”, Bakı, Azərbaycan, 246 səh.
4. Ələkbərov Ə.Ə., (2004) “Büdcə gəlirlərinin formalaşmasında vergi siyasətinin rolu”, Bakı, Maliyyə və uçot jurnalı, №3 (135), 8 səh.
5. Ələkbərov Ə.Ə., (2005) “Azərbaycan dövlətinin sosial-iqtisadi inkişafında vahid büdcə sisteminin rolu”, Bakı, Maarif, 245 səh.
6. Kəlbiyev Y.A., (2005) “Fiskal siyasət və milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsi problemləri”, Bakı, Elm, 278 səh.
7. Kəlbiyev Y.A., (2012) “Vergi siyasətinin konseptual əsasları və praktiki aspektləri”, Bakı, Elm, 423 səh.
8. Kəlbiyev Y.A., Məhərrəmov R.B., Rzayev P.Q., (2011) “Xarici ölkələrin vergi sistemi”, Bakı, Sabah, 245 səh.
9. Məmmədov Ə.C, Yusifov C.R, Seyfullayev İ.Z., (2015) “Vergi və Tərəqqi”, Bakı, Qanun, 324 səh.
10. Məmmədov F.Ə., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbiyev Y.A., Rzayev Z.H., (2010) “Vergilər və vergitutma”, Bakı, 342 səh.
11. Musayev A. F., Alıyev X.Ş., (2016) “Devalvasiyanın büdcənin vergi gəlirlərinə təsirinin qiymətləndirilməsi”, Bakı, Azərbaycanın vergi jurnalı, 102 səh.
12. Vəliyev Z.A., (2006) “Dövlət Büdcəsi”, Bakı, Elm, 245 səh.
13. Yalaman G.O., (2019) “Financial inclusion and tax revenue” Central Bank Review.September, vol. 19, Iss. 3, 113 pp.
14. Breban D., (2018) “The CESD Assessment on the 2019 State Budget Project” Baku, November, 241 pp.
15. http://www.budget.az/main?content=1310, 2017
16. http://www.stat.org.az, 2018
17. http://www.taxes.gov.az, 2017

Azərbaycanda Dövlət Maliyyə Nəzarətinin Təşkilatı Strukturunun Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Aytəkin Davudlu

aytakin.davudlu@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi yeni iqtisadi şəraitdə dövlət maliyyə nəzarətinin zəruriliyinin, məqsəd və vəzifələrinin öyrənilməsi, bu sahə ilə bağlı müxtəlif nəzəri yanaşmaların sistemləşdirilməsi, dövlət maliyyə nəzarəti sistemində mövcud problemlərin araşdırılması və onun effektivliyinin artırılması yollarını müəyyənləşdirməkdir. Müasir dövrdə ölkədə mütərəqqi və işlək dövlət maliyyə nəzarəti sisteminin yaradılması istiqamətində xüsusi işlər həyata keçirilsə də, bu istiqamətdə bəzi problemlər qalmaqdadır. Vurğulamalıyıq ki, ölkə daxilindəki mövcud maliyyə nəzarəti sisteminin əlverişliliyi, nəticəliliyi ürəkaçan deyildir və nəticədə bu da onun təkrar qurulmasını, inkişaf etdirilməsini vacib edir. Dövlət maliyyə nəzarətinin əlverişliliyini zəiflədən səbəblərə əsasən bu sistemin formalaşması və bu məqsədə elmi əsaslarının verilməməsi, nəzarətin təşkil edilməsi üçün zəruri olan məlumat bazasının formalaşdırılmaması, həmçinin maliyyə nəzarətinin təşkil edilməsi məsələlərinə kifayət qədər fikir verilməməsi aiddir. Bu nöqteyi-nəzərdən maliyyə nəzarətinin mühüm problemlərinin yoluna qoyulması üçün qısa müddət ərzində hüquqi, təşkilatı və metodoloji xarakterli tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəmüvafiq sayılır. Hazırda iqtisadi şərait dövründə maliyyə sisteminin uğur qazanması üçün köhnə nəzarət formasının tərəqqi etdirilməsinə, yeni üsulların tətbiq edilməsinə, qanunverici və icraedici orqanların tərəqqi strategiyalarına bəzi dəyişikliklər olunmuşdur. Azərbaycan Respublikasında mövcud maliyyənin beynəlxalq səviyyə ilə uzlaşdırılması üçün maliyyə və audit nəzarətinin mütəmadi olaraq tərəqqi etdirilməsi, büdcədən qeyri-qanuni şəkildə istifadənin, vergidən yayınma hallarının olmaması xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Dövlət maliyyə nəzarətinin təşkilati idarəetmə sistemi formasının seçilməsi onun vəzifələrindən, proqram və planından, obyektlərinin spesifikasından və mürəkkəbliyindən asılıdır.

Açar sözlər: Dövlət, Maliyyə, Nəzarət

Giriş

Maliyyə nəzarəti maliyyənin idarə edilməsi üçün vacib komponentdir. Maliyyə nəzarəti makrosəviyyədə və mikrosəviyyədə maliyyə əməliyyatlarının əlverişliliyinin və məqsədə müvafiqliyinin təmin olunması və pul axının idarə edilməsinin mühüm komponentidir. İqtisadiyyatın tərəqqi etdiyi dövrdə sosial- iqtisadi proseslər özünü nizamlaya bilmir və mütəmadi olaraq xaricdən təsirlərə uğrayır. Nəticədə dövlət iqtisadi proseslərin qaydaya salınması zamanı bəzi çətinliklərlə üzləşir. Bu cür problemlərin həll edilməsi üçün dövlət nəzarət sistemini tətbiq etmək lazımdır. Bu nəzarət sisteminin növlərindən ən önəmlisi maliyyə nəzarəti hesab olunur. Tətbiq edildiyi obyektə əsasən maliyyə nəzarəti auditor, ictimai, dövlət və təsərrüfatdaxili maliyyə nəzarətinə ayrılır. Bazar iqtisadiyyatında dövlətin maliyyə nəzarəti orqanlarının iştirakı olmadan təşkil edilən nəzarət növlərinin rolu daha artır. Ancaq bu o mənaya gəlmir ki, bu cür nəzarət heç bir qanun və yaxud standart akta əsaslanmır.

Günümüzdə maliyyə nəzarəti dövlətin idarə edilməsinin əsas funksiyalarından birini təşkil edir. Nəzarət inzibati, iqtisadi yaxud hüquqi xarakterlidir. Ancaq idarəetmənin funksiyaları arasında Maliyyə nəzarətinin funksiyasını xüsusilə vurğulamaq lazımdır. Dövlətin nəzarət orqanları təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinə nəzarət etməklə onların, ölkə vətəndaşlarının mənafeyini qoruyurlar. Bazar iqtisadiyyatında təsərrüfat subyektləri təsərrüfat sərbəstliyinə sahibdirlər. Ancaq burdan o nəticə çıxmır ki, onlar bütün istiqamətlərdə fəaliyyətləri üçün məsuliyyət daşımalıdırlar. Onlar maliyyə

vəsaitlərindən məqsədli, qənaətli şəkildə istifadə edilməsi üçün qanuni olaraq məsuliyyət daşıyırlar, ona görə ki, maliyyə nəticələrinin hamısının mühasibat hesabatlarında doğru şəkildə göstərilməsi üzərində maliyyə nəzarəti həyata keçirilir.

Dövlət maliyyə nəzarətinin əsas məqsədi maliyyə vəsaitlərinin, maddi dəyərlilərin və həmçinin qeyri-maddi obyektlərin planlaşdırılması, inkişaf etdirilməsi, paylanması və istifadə edilməsi mərhələləri, onların təhlükəsizliyi və gerçəkləşdirilməsinin genişləndirilməsi üçün icraedici idarəetmə tədbirlərinin qanuniliyi, məqsədəmüvafiqliyi və əlverişliliyi prinsiplərinə riayət olunmasını təmin etməkdir (Бурцев Burcev, V.V. 2010: s.65).

Dövlət maliyyə nəzarəti dövlətin mənafeyini qorumaqla yanaşı həm də idarə, müəssisə və vətəndaşların da marağına səbəb olur. Bazar iqtisadiyyatında belə pozuntu halları vaxtaşırı müşahidə edilsə də, maliyyə yasaqlarına ehtiyac çox olsa da, dövlət maliyyə nəzarəti belə halların olmamasına, o cümlədən də istehsalın əlverişliliyini zəiflədən yasaqların azaldılmasına istiqamətlənməlidir (Salikov, Z.A, 2015: s.98).

Maliyyə nəzarətinin həyata keçirilməsi dövlətin idarəetmə siyasətinin əsas üsullarından biri hesab edilir. Maliyyə nəzarəti nə qədər çox dövlət tərəfindən nəzarət altında olarsa, iqtisadiyyatın tərəqqisi də bir o qədər intensiv olaraq irəliləyiş göstərər. Dövlət maliyyə nəzarəti dövlətin idarə edilməsinin, onun maliyyə sisteminin düzgün fəaliyyətinin təmin olunmasının mühüm şərtlərindən biri kimi nəzarət mərhələsinin əsas istiqamətlərindən sayılır (Gülməmmədov V.İ; Məmmədov R.A (2019): s.6). Dövlət maliyyə nəzarətinin həyata keçirilməsi qurumlarda, şirkətlərdə və o cümlədən idarələrdə mühasibat, maliyyə şöbəsi və s. tərəfindən reallaşdırılır. Nəzarət obyekti kimi şirkət və qurumun özünün maliyyə fəaliyyəti, təsərrüfat fəaliyyəti nəzərə alınır. Bundan başqa ictimai maliyyə nəzarəti müxtəlif fiziki şəxslər tərəfindən qarşılıqsız formada könüllülük prinsipi üzrə təşkil edilir. Lakin burada nəzarətin obyekti yoxlayıcıya təqdim olunan dəqiq məsələdən asılı olur.

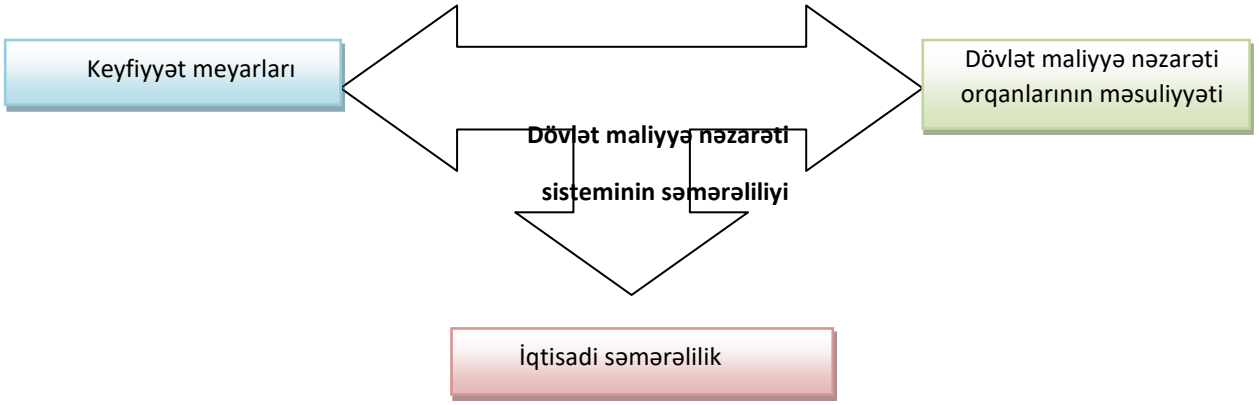
Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, həmçinin iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik-statistik tədqiqatlar üsullarından istifadə olunmuşdur.Tədqiqat üzrə elmi işin araşdırılmasında bir neçə metodlar analiz – sintez, induksiya - deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Analiz metodunda mövzu tam olaraq götürülmüş və daha sonra başlıqlara bölünərək ayrılıqda təhlil olunmuşdur. Daha sonra sintez metodu ilə bu başlıqlar iqtisadi sistemdə toplanmışdır. İnduksiya metodu ilə dissertasiya işi barəsində iqtisadi faktlar yığılmış, araşdırılmış və sistemləşdirilmişdir. Bundan sonra deduksiya metodu ilə həmin toplanan faktlarla nəzəri nəticə, prinsiplər, başqa sözlə, əməli fəaliyyətlərə görə lazımi tövsiyyələr müəyyən olunmuşdur. Materialların qiymətləndirilməsi zamanı həmçinin iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik tədqiqatlar üsullardan istifadə edilmişdir.Tədqiqatın obyektini Azərbaycanda dövlət maliyyə nəzarətinin strukturu, predmetini isə mövcid təşkilati strukturunun təkmilləşdirilməsi prosesi təkil edir.Tədqiqatın məlumat bazasını Azərbaycan Resublikasının bəzi qanunları, Azərbaycan Resublikasının Prezidentinin fərmanları və sərəncamları, Nazirlər Kabinetinin qərarları və başqa bir sıra aktlar, o cümlədən Azərbaycan Resublikası Maliyyə Nazirliyinin, Vergilər Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatasının, Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi informasiyaları, hesabatları və s. təşkil edir. İnformasiya bazası tədqiqatın normativ bazasını təşkil edir.

Analiz

Müasir şəraitdə dövlət maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi kifayət qədər mürəkkəb bir məsələdir və ona olan münasibət birmənalı deyil.

Sxem 1. Dövlət maliyyə nəzarətini həyata keçirən orqanların nəzarətinin səmərəliliyi



Mənbə: Əhmədov İ.N, İbadoğlu, Q.A (2018), s.39

Dövlət maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi həm dövlət maliyyə nəzarətinin ayrı-ayrı tədbirlərinin, həm də ayrı-ayrı dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının fəaliyyətlərinin keyfiyyət parametrlərini nəzərdən keçirməyə imkan yaradır. Əksər hallarda dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının fəaliyyətinin səmərəliliyi aşkar olunmuş pozuntuların miqyası, bərpa olunmuş vəsaitlərin, həmçinin tətbiq olunmuş cərimə və sanksiyaların həcmi ilə ölçülür. Bu da bir daha dövlət maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə vahid və hamı tərəfindən qəbul olunan yanaşmanın formalaşdırılmasının zəruriliyini göstərir. İstənilən fəaliyyətin, o cümlədən nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikasının hazırlanması olduqca çətin bir məsələdir.

Cədvəl 1. Dövlət maliyyə nəzarətini həyata keçirən orqanların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi göstəriciləri və kriteriyaları

Nəzarət subyektlərinin normativ- hüquqi təminatının keyfiyyəti	Nəzarət subyektlərinin sayı
Yoxlamalrda iştirak edən nəzarətçilərin sayı	Keçirilən nəzarət tədbirlərinin sayı
Aşkar olunmuş pozuntular (cəmi)	Cinayət əlamətləri olan huquq- pozmalar
Təyinatı üzrə istifadə olunmayan budcə vəsaitlərinin müəyyən olunmuş məbləği	Nəzarət orqanının saxlanılmasına çəkilən xərclər
Nəzarət resurslarının operativliyi, keyfiyyəti, səmərəliliyi	Nəzarət fəaliyyətinin maliyyə- büdcə təminatı
Metodiki təminatın keyfiyyəti	Qəbul olunan qərarların əsaslılığı, vaxtında alınması və düzgünlüyü
Nəzarətin tətbiq olunan forma və metodlarının praktikliyi və məhsuldarlığı	Nəzarətə çəkilən xərclərin qiymətləndirilməsi
Nəzarət nəticələrinin qarşıya qoyulmuş məqsədlərə uyğunluğu	Nəzarət fəaliyyətinin maliyyə- büdcə təminatı

Mənbə: Əkbərova S. D. (2018), s.69

Əksər hallarda dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının fəaliyyətinin səmərəliliyi aşkar olunmuş pozuntuların miqyası, bərpa olunmuş vəsaitlərin, həmçinin tətbiq olunmuş cərimə və sanksiyaların həcmi ilə ölçülür. Bu da yenidən dövlət maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə vahid və hamı tərəfindən qəbul olunan yanaşmanın formalaşdırılmasının zəruriliyini göstərir. İstənilən fəaliyyətin, həmçinin nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikasının hazırlanması olduqca çətin bir məsələdir. Ümumi qəbul olunmuş fikrə uyğun olaraq "səmərəli nəzarət" müasir nəzarət texnologiyaları əsasında həyata keçirilən real, effektiv, nəticəli, resurslara qənaət edən nəzarəti bildirir.

Cədvəl 2. Maliyyə nəzarəti orqanının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üzrə meyarlar

Kriteriyalar (meyarlar)	**Müəyyən olunma Formula**	**Qeyd**
Məhsuldarlıq	Mm = MPm / BVm	burada, Mm – məhsuldarlıq kriteriyası; MPm –müəyyən edilmiş pozuntuların məbləği; BVm – büdcə vəsaitlərinin məbləği
Büdcə vəsaitlərinin məqsədsiz istifadə olunması	BVmi = Pm / P	burada, Pm-büdcə vəsaitlərinin təyinatı üzrə istifadə edilməməsi ilə bağlı pozuntuların məbləği; P - pozuntuların ümumi məbləği
Büdcə vəsaitlərinin qeyri-səmərəli istifadəsi	BVqs == Pm / P	burada, Pm-büdcə vəsaitlərinin qeyri- səmərəli istifadəsi üzrə pozuntuların məbləği; P - pozuntuların ümumi məbləği
Təsirlilik	Tm = q / Q	burada, q – nəzarətin yekunları üzrə icra edilmiş qərar və göstərişlər; Q – nəzarətin yekunları üzrə qəbul edilmiş qərar və göstərişlərin sayı
İqtisadi səmərəliliyin qiymətləndirilməsi	İs = İe / Xmn	burada, İs-fəaliyyətin iqtisadi səmərəliliyi; İe –nəzarət tədbirlərindən əldə olunan iqtisadi effekt; Xmn –maliyyə nəzarəti orqanının saxlanmasına çəkilən xərclər
Dinamiklik	Dm = Nz / Gnorma	burada, Nz- nəzarət tədbirinin keçirilməsinə sərf olunan zaman; Gnorma – normativ və ya plan göstəricisi

Mənbə: www.cyberleninka.ru

Beləliklə, nəzarət səmərəli və məhsuldar olmalı və onun nəticələri həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət baxımından qiymətləndirilməlidir. Kəmiyyət göstəriciləri nəzarətin keçirilməsi üçün zəruri olan məlumatların yığılması və təhlilini, keyfiyyət göstəriciləri isə nəzarətin məhsuldarlığını və qarşıya qoyulmuş məqsədlərin reallaşdırılmasının effektivliyini əks etdirməlidir.

Dövlət Maliyyə Nəzarti Xidməti

Azərbaycan Respublikasında dövlət maliyyə nəzarətinin təşkilatı idarəetmə sisteminin əsas həlqələrindən olan Dövlət Maliyyə Nəzarti Xidməti tərəfindən 2019-cu ildə həyata keçirilən 23 nəzarət tədbiri ilə məhz yuxarıdakı nöqsanların nəticəsi kimi 3077,9 min manat məbləğində əsassız və artıq ödənişləri reallaşdırdığı aşkarlanaraq həmin məbləğin 1540,3 min manatının büdcəyə bərpası təmin olunmuş, 1443,1 min manatlıq mənimsəmə hallarına görə isə yoxlama materialları aidiyyatı orqanlara göndərilmişdir (http://www.maliyye.gov.az/).

Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatası

Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatasının 2019-ci il ərzində kənar dövlət maliyyə nəzarəti üzrə keçirdiyi nəzarət tədbirləri ilə bağlı məlumatda qeyd edilir ki, müvafiq dövrdə 58 nəzrət tədbiri başlanılması, 1-i 2018-cü ilin iş planına aid olmaqla 34 tədbirin nəticələri ilə bağlı Kollegiya qərarları qəbul olunmuşdur. 2019-cu ilin iş planı üzrə nəticələrinə baxılmış nəzarət tədbirlərindən 32-si audit, 1-i isə analitik təhlil olmuşdur. Müvafiq olaraq nəticələri müzakirə edilmiş 33 audit tədbiri ilə bağlı kollegiya qərarlarının icrasına dair qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş müddət çərçivəsində 28 nəzarət tədbiri üzrə məlumatlar daxil olmuşdur (http://www.sai.gov.az/).

Dövlət büdcəsinin xərclərini əhatə edən nəzarət tədbirləri 2016-2019-cu illər üzrə olmaqla əhatə etdiyi vəsaitin məbləği ötən ilin müvafiq göstəricisi ilə eyni olsa da, hesabat dövründə DSMF-in büdcəsi üzrə 6,8 mln. manat və ARDNF-in 2018-ci il üzrə büdcəsi əhatə olunmuşdur. Əhatə edilmiş dövlət zəmanətli kredit vəsaitlərinin həcmi isə 25,6 mln. manat təşkil etmişdir. Dövlət büdcəsinin xərclərini əhatə edən nəzarət tədbirləri funksional təsnifatın 14 bölməsindən 9-nu əhatə etmiş, bu bölmələr arasında həm nəzarət tədbirlərinin sayı, həm də əhatə olunmuş məbləğ baxımından dövlət büdcəsinin funksional təsnifatının ―Sənaye, tikinti və faydalı qazıntılar‖ bölməsi ən böyük xüsusi çəkiyə malik olmuşdur. İqtisadi təsnifata gəldikdə isə, əhatə olunan vəsaitin 52,5%-ni cari xərclər, 47,5%- ni əsaslı xərclər təşkil etmişdir. Audit tədbirlərinin əhatəsində daxil olan cari xərclərin 20,2%-i (cəmi vəsaitlərin 8,8%-i) əməktutumlu xərclər olmuşdur. Həyata keçirilmiş nəzarət tədbirlərinin əhatə etdiyi dövlət büdcəsi vəsaitlərinin 54,2%-i mərkəzi icra hakimiyyəti orqanları, 40,8%-i yerli icra hakimiyyəti orqanları və 5,0%-i digər dövlət qurumları tərəfindən icra edilmişdir (http://www.sai.gov.az/).

2019-ci il ərzində 107 Kollegiya qərarı qəbul edilmişdir ki, onlardan 60-ı cari ilin İş planı əsasında həyata keçirilən nəzarət tədbirlərinin proqramları, 43-ü isə nəticələri ilə bağlı olmuşdur. Nəticələri ilə bağlı qəbul edilmiş kollegiya qərarları əsasında 50 quruma təqdimat göndərilmişdir. Həmin təqdimatların 34%- ni yerli icra hakimiyyəti orqanlarına aid olmuşdur. Ötən illər üzrə qəbul olunmuş qərarların icrasının davamı olaraq və 2015-ci ilin hesabat dövründə görülmüş tədbirlərin nəticəsi kimi ümumilikdə 1564,3 min manat dövlət vəsaitinin bərpası təmin edilmişdir ki, bu da 2018-ci il üzrə müvafiq göstəricidən 5,2% çoxdur.

Cədvəl 1. Hesablama Palatası tərəfindən 2019-cu ildə keçirilmiş nəzarət tədbirləri haqqında məlumat

Başa çatdırılmış nəzarət tədbirlərinin sayı	175
Dövlət büdcəsinin xərcləri ilə bağlı həyata keçirilmiş nəzarət tədbirlərininəhatə etdiyi məbləğ	4.2 mlrd AZN
Beynəlxalq təşkilatlardan cəlb edilmiş kreditlər hesabına icra olunmuş bir sıra layihələr üzrə həyata keçirilmiş nəzarət tədbirlərində əhatə olunmuş məbləğ	68,1 mln ABŞ dolları; 17,3 mln avro; 7,0 mlrd. yapon yeni

Dövlət büdcəsinin gəlirləri, dövlət büdcəsinin xərcləri, Baş Prokurorluğa göndərilmiş materiallar və əvvəlki illərdə aparılmış nəzarət tədbirlərinin nəticələri nəzərə alınmaqla müvafiq qaydada bərpa edilmiş vəsait	10286,7 min AZN; 60,2 min avro

Mənbə: http://sai.gov.az/1/nesr/29 internet (28.03.2019)

Hesablama Palatası tərəfindən isə anoloji dövrdə gerçəkləşdirilən 17 nəzarət tədbiri ilə qeyd edilən nöqsanlarla əlaqədar ümumilikdə 232 halda nöqsan müəyyən olunmuş və 2,2 mln. manat məbləğində vəsaitin dövlət büdcəsinə, 87,2 min manat məbləgində vəsaitin isə büdcədənkənar fondların büdcəsinə bərpası təmin olunmuşdur (http://sai.gov.az/1/nesr/29).

Cədvəl 2. Hesablama Palatası tərəfindən 2017-2019-cu illərdə bərpa olunmuş vəsaitlər

Göstəricilər	2017	2018	Artım tempi% -lə	2019	Artım tempi%-lə
Keçirilən səyyar vergi yoxlaması	11520	12219	5,7%	7088	-
Yoxlamaya sərf olunmuş iş günlərinin sayı	351602	342367	-	215876	-
Hesablanmış əlavə vəsaıt, faiz, tətbiq olunmuş maliyyə sanksiaysı və cərimələr (min manat)	905423,6	1064719,3	15%	971990,2	-

Mənbə: http://sai.gov.az/1/nesr/29internet (28.03.2019)

Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi

Cədvəl 3. Azərbaycan Respublikasında xalis ixracın (Ns) və Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM)dinamikası

İllər	Xalis ixrac (min ABŞ dolları ilə)	ÜDM (min ABŞ dolları ilə)
2011	-3730S9	2415200
2012	-693914	3180800
2013	-576907	3960900
2014	-1046152	4446600
2015	-408 J 61	4583600
2016	319330	5272600
2017	613S67	5707800
2018	481552	60S9900
2019	-98191	7138000

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (28.03.2019)

Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi 2020-ci ilin proqnozu ÜDM-in 3,5 faizi həcmində olmaqla 2430,0 milyon manat planlaşdırılmışdır ki, bu da 2019-cu ilin proqnozundan 180,0 milyon manat və ya 8,0 faiz artıq, 2018-cı ilin icrası ilə müqayisə etdikdə 138,4 milyon manat və yaxud 6,0 faiz artıqdır. 2020-ci il ərzində Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin xətti boyunca ayrı-ayrı gəlir növləri üzrə daxilolmalar bu cür proqnoz olunur: ƏDV üzrə daxilolmalar 1705,0 milyon manat nəzərdə tutulur ki, bunu da 2020-ci ilin proqnozu ilə müqayisə etdikdə 31,0 milyon manat və ya 1,9 faiz çoxdur. (https://www.stat.gov.az/).

Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi

Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyinin fəaliyyətinin təhlil prosesində bəlli olur ki, 2018-ci ildə bitmiş səyyar vergi yoxlamalarının 90,7%-i növbəti yoxlamalara aid olurdusa, 2019-cu ildə bu rəqəm 51,7%-ə enmişdir.

Cədvəl 5.Büdcənin vergi daxilolmalarının icrası

İllər	2017-ci il			2018-ci il			2019-cu il		
Göstəricilər (milyon manatla)	Proqnoz	İcra	İcra faiz	Proqnoz	İcra	İcra faiz	Proqnoz	İcra	İcra faiz
Cəmi	7112	7118	100.1	7010	7016	100.1	7210	7645	106
O cümlədən,									
Neft sektoru	2300	2090	90.9	1610	1610	100	1755	1840	104
Qeyri-neft sektoru	4812	5028	104.5	5400	5406	100.1	5455	5805	106

Mənbə: https://www.taxes.gov.az/az (20.03.2019)

Vergi daxilolmaları cədvəlinə uyğun olaraq deyə bilərik ki, aparılan islahatlar özünü doğrultmuşdur. 2017-ci ildə qeyri-neft sektorundan gələn vergi daxil olmaları 5405.5 milyon manat təşkil edir ki, ötən ilə nisbətən bu rəqəm təxminən 400 milyon manat artmışdır. Həmçinin diqqəti cəlb edən bir başqa məqam da proqnozlaşdırılan vergi daxilolmalarının icrası 100 % nisbətində reallaşdırılmışdır. Bu da vergi siyasətinin düzgün aparıldığını və vergidən yayınma hallarının minimum səviyyədə olmasının xəbərçisidir.

Nəticə etibarilə qeyd etmək olar ki, xarici ölkələrdə, həmçinin Azərbaycanda dövlət maliyyə nəzarəti orqanları dövlət maliyyəsinin idarə edilməsi prosesində əsas rol oynayırlar. Müasir dövrdə DMN orqanları müstəqildir, bu orqanların fəaliyyətləri isə məhsuldar və həmçinin də effektivdir. Bunun üçün adı çəkilən nəzarət orqanlarının öz fəaliyyətlərində inkişaf etmiş metod və üsullardan, vasitələrdən istifadə etməsi də xüsusi və səmərəli şərait yaradır.

Nəticə

Hazırda ölkə maliyyə müşahidəsinin faydalılığının dəyərləndirilməsi mühim qəliz bir məsələdir və ona əlaqə birmənalı deyil. Ölkə maliyyə mühafizəsinin faydalılığının dəyərləndirilməsi həm ölkə maliyyə mühafizəsinin ayrıca təşkilinin, həm də ayrıca ölkə maliyyə mühafizəsi qurumlarının işlərinin göstərici meyarlarını diqqətdən keçirməyə fürsət yaradır. Çox zaman ölkə maliyyə mühafizəsi qurumlarının işinin faydalılığı peyda olunmuş nöqsanların ölçüsü, düzəldilmiş vəsaitlərin, həmçinin keçirilmiş cərimə və cəzaların miqyası ilə müəyyənləşir. Bu da yene ölkə maliyyə müşahidəsinin faydalılığının dəyərləndirilməsinə tək və hər kəs kimi əldə edilən baxışın yaranmasının vacibliyini göstərir.

Maliyyə mühafizəsi bölməsində yaranmış çətinliklərin növbəsinə bununla yanaşı maliyyə mühafizəsi qurumları üçün qanunda qəbul edilmiş müşahidənin keçirilməsinin tək norma, meyarvə qaydalarının formalaşmasını, mühafizə qurumları üçün kadr hazırlamanın kifayətcil olmamasını və s göstərmək olar.

2020-ci ilin 6 ayında Dövlət Maliyyə mühafizəsi Xidməti istiqamətindən gerçəkləşən 23 mühafizə işləri ilə məhz üstdəki pozuntuların göstəricisi kimi 3077,9 min manat miqdarında çox və əsassız ödəmələrin reallaşdığını aydınlaşdırılaraq buməbləğin 1540,3 min manatının budcəyə daxili

reallaşmış, 1443,1 min manatlıq yeyinti tərəfinə görə isənəzarət məlumatları uyğun qurumlara təqdim edilmişdir. Hesablama Palatasından isə anoloji zamanda reallaşan 17 müşahidə fəaliyyəti ilə təqdim edilən pozuntularla əlaqədar ümumilikdə 232 vəziyyətdə pozuntu təyin olunmuş və 2,2 mln. manat məbləğində pulun ölkə büdcəsinə, 87,2 min manat 74 məbləgində vəsaitinsə büdcədənkənar ehtiyyatların büdcəsinə daxili həll edilmişdir

Nəticə edibarı ilə ölkəmizdə maliyyə müşahidəsinin araşdırması göstərir ki, maliyyə mühafizəsi prosesinin yeni zamanın istəklərinə aid formalaşması və yaradılması kifayətcə lazımdır. Bu istəklə ilk sırada maliyyə müşahidəsinin yeni normalarının yaranması və işlərinin gərçəkləşməsi, mühafizə prosesinin koordinasiyası, onun effektivliyinin çoxaldılması həyata keçirilməlidir.

Ölkə maliyyə nəzarətinin inkişafı üzrə tövsiyyə edilən bu yönlərin gerçəkləşməsi ölkədə bu sistemin tam proses kimi işini formalaşdırmağa, həmçinin ölkənin maliyyə ehtiyyatının idarəçiliyini göstəricə təzə dərəcəyə artırmağa şans verəcək, bununla maliyyə təhlükəsizliyinin yaradılmasında ölkə maliyyə mühafizəsinin rolunu möhkəmləndirəcəkdir

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Bədəlov Ş.Ş., Məhərrəmov R.B., .Qurbanov F.Ə (2014). Büdcə sistemi, Bakı : Nurlan 1-285
2. Əhmədov İ.N, İbadoğlu, Q.A (2018). Dövlət büdcəsinə nəzarət, Bakı: Ekspert jurnalı,.1-123
3. Əkbərova S. D. (2018). Müasir şəraitdə maliyyə nəzarətinin təkmiləşdirilməsi istiqamətləri Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti. Bakı, 1-167
4. Gülməmmədov V.İ və Məmmədov R.A (2019). Büdcə vəsaitləri ölkənin inkişafına və xalqın rifahına xidmət etməlidir", Azərbaycan 2019 .- 22 aprel, 5-8
5. Бурцев В. В.(2010). Государственный финансовый контроль и методология и организация. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 1-321
6. Салихов З. А. (2015). Методология, методика и организация контрольно-ревизионной работы: монография / Российской Федерации. — Екатеринбург:— Библиогр, 251–276
7. http://www.taxes.gov.az
8. http://sai.gov.az/1/nesr/29internet
9. https://customs.gov.az/az/faydali/budce-daxilolmalari/?year=2019
10. https://www.stat.gov.az/

Dövlət Borcunun İdarə Edilməsinin Əsas Üsulları

Cabbar Hüseynli

cabbarhuseyn@gmail.com

Xülasə

Bir çox dövlətlər yalnız öz maliyyə resurslarına arxalanaraq milli iqtisadiyyatın inkişafı üçün dövlət büdcəsi kəsrinin örtülməsi, sosial-iqtisadi dəyişikliklərin aparılması məsələlərini həyata keçirə bilmirlər. Dövlət borcu olan ölkələr haqqında iddia etmək olmaz ki, ölkədə iqtisadi vəziyyət pisləşməyə doğru gedir. Əksinə, cəlb edilmiş borc vəsaitlərini səmərəli şəkildə istifadə edərək onu iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşdırılması və kəskin sosial problemlərin həllinə yönəltməklə məqsədəuyğun şəkildə ölkəyə fayda gətirmək olar.

Dövlətin borc münasibətlərinin formalaşması hər bir ölkənin maliyyə siyasətində mühüm əhəmiyyətə malikdir. Dövlətin borc münasibələrində bir tərəfdən, beynəlxalq maliyyə-kredit qurumları ilə inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında sıx münasibətlər yaranır, digər tərəfdən gündən-günə bu ölkələrdə dövlət qiymətli kağızlar bazarı formalaşır və genişlənir. Bütün bunlar dövlət borcu münasibətlərinin əhatəsini genişləndirir və dövlətin maliyyə sistemində onun rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırır.müəyyən edilmişdir.

Dövlət tərəfindən uyğun borc mənbələrinin tapılması, borcun qaytarılması məqsədilə pul fondlarının səfərbər edilməsi, cəlb edilmiş vəsaitlərin səmərəli istifadə olunması, və son nəticədə qaytarılmasından ibarət tədbirlər kompleksi Dövlət borcunun idarə edilməsi adlanır. Dövlət borcu idarə edilərkən həmin borc prolonqasiyaya (müddətin uzadılması), konsolidasiya, konversiyaya (şərtlərin dəyişdirilməsi) və limitləşdirməyə məruz qala bilər.

Dövlətin daxili və xarici borcu Azərbaycanın müasir inkişafı üçün normal bir hadisədir. Yeni sənayenin inkişafı üçün kifayət qədər şəxsi vəsaiti olmadıqda və qısa müddət ərzində iqtisadiyyatı çətin vəziyyətdən çıxarmaq lazım olduqda lazımdır. Dövlətin daxili və xarici borcu dövlət tərəfindən həyata keçirilən bütün kredit əməliyyatlarının səmərəliliyinin səciyyəvidir. Bu gün xarici borcların cəlb edilməsi praktikası beynəlxalq ictimaiyyət tərəfindən anlaşma ilə qəbul edilir və demək olar ki, hər bir inkişaf etmiş ölkənin xarici kreditorlar qarşısında borcları var.

Açar sözləri: borc, maliyyə, üsul, metod

Giriş

Müasir dövrdə bazar iqtisadi sisteminin, bazar infrastrukturlarının inkişafı şəraitində bu inkişafa qoşulmaq istəyən, inteqrasiya edən istənilən bir dövlət çox saylı resurslara malik olmaqla müxtəlif iqtisadi, sosial, hüquqi, institusional islahatlar həyata keçirməlidir. Söz yox ki, belə daxili resursların çatışmazlığı şəraitində xarici maliyyə mənbələrinə müraciət etmək zərurəti meydana çıxır. Çünki dövlətin malik olduğundan da artıq həcmdə resurslar ehtiyatına olan potensial tələbatının təmin edilməsinə onun dövlət büdcəsi və tədiyyə balansındakı kəsir problemi imkan vermir. Belə olan halda xarici borc problemi daha da aktuallaşır və dünya iqtisadi sisteminə inteqrasiya etmək, qloballaşma proseslərinin səbəb olduğu çoxsaylı amillərin təsiri fonunuda inkişafa nail olmaq arzusunda olan hər bir ölkə üçün bu problemin optimal həlli zərurəti ortaya çıxır.

Lakin xarici maliyyə mənbələrinə müraciət etməmişdən öncə borc almaq istəyən ölkə ilk növbədə gələcəkdə bu borcu qaytarmaq üçün öz imkanlarını nəzərə alaraq inkişaf perspektivlərini dəqiq müəyyənləşdirməlidir. Belə ki, tələb olunandan da artıq borc resurslarını cəlb etmək və onlardan qeyri-səmərəli istifadə etmək ölkə iqtisadiyyatını ağır borc yükü ilə üz-üzə qoyaraq onun sosial- iqtisadi inkişafını ləngidir və dövlətin həyata keçirdiyi siyasətin effektivliyini gölgə altında qoyur. İqtisadi artımın tipi nə qədər yüksəkdirsə və real faiz dərəcələri nə qədər aşağıdırsa, dövlət öz xərclərini maliyyələşdirmək üçün borc vəsaitlərindən bir o qədər səmərəli istifadə edə bilir.

Dünya təcrübəsində qəbul edilmiş belə bir cəhət vardır ki, dövlət borcunun artım tempinin iqtisadi artım tempini ötüb keçməsi qısa müddət üçün yol veriləndir. Bu, iki-üç il müddəti ərzində olduqda yol veriləndir. Barro-Rikardo ekvivalentliyi nöqteyi-nəzərindən dövlət borcunun artması hesabına dövlət xərclərinin maliyyələşdirilməsi vergilərin artımına alternativ kimi qiymətləndirilir. Dövlət borcunun artmasına iqtisadi artımı stimullaşdıran tədbirlərdən biri kimi baxmaq olar. Ancaq iqtisadi artıma nisbətən borcun artımının müvəqqəti olaraq yüksəlməsi dövlət borcunun artım tempinin iqtisadi artımın tempinə nisbətən azalması hesabına kompensasiya edilməlidir.

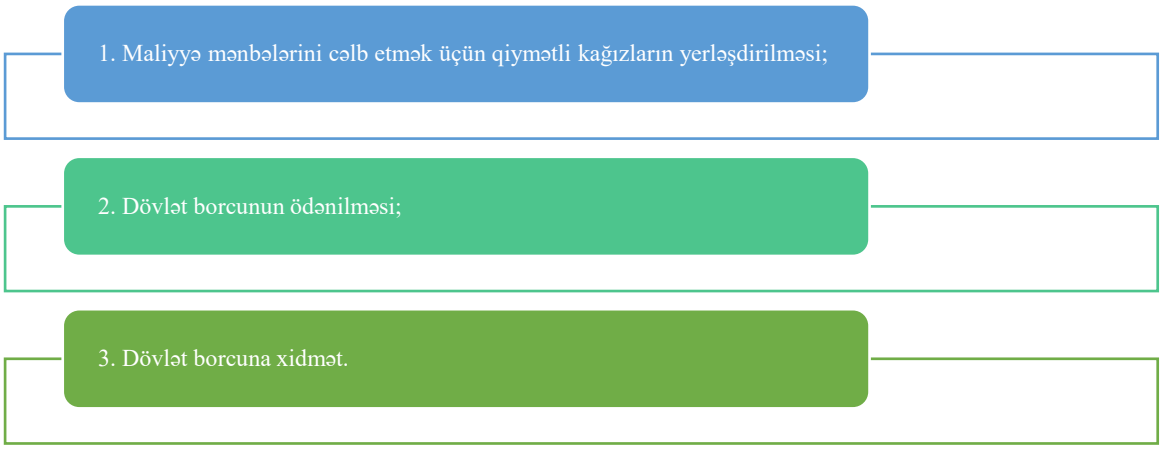
Dövlət Borcunun İdarə Edilməsinin Əsas Üsulları

Dövlətin meydana gəlməsi ilə onun xərclərinin maliyyələşdirilməsi zərurəti ortaya çıxmışdır. İlk öncə "dövlət büdcəsi" kateqoriyası yaranmışdır və dövlət öz xərclərini bu mənbə hesabına maliyyələşdirmişdir. Lakin dövlət anlayışı daha da inkişaf etdikcə, dövlətin funksiyaları genişləndikcə, bu funksiyaların həyata keçirilməsi üçün daha çox vəsait lazım olmuşdur. Nəticədə dövlət bu məqsədlə vəsaitlərə olan ehtiyacının təmin edilməsində "vergi yığımların" təsir miqyasının, imkanlarının tükənməsi problemi ilə qarşılaşdığı zaman, alternativ kimi borc resurslarına üz tutmuşdur. Nəticədə dövlət borcu anlayışı, kateqoriyası meydana gəlmişdir (Ağayev, 2002: 202).

Dövlət borcu eyni zamanda maliyyə aləti və idarəetmə obyekti kimi qəbul edilməlidir. Maliyyə aləti olaraq dövlət borcu qanunverici və icra hakimiyyəti orqanlarına maliyyə bazarına, pul dövriyyəsinə, əmanət səviyyəsinə, investisiyalara, istehsala, məşğulluğa və bir çox digər iqtisadi proseslərə təsir etmək imkanı verir. Bununla yanaşı, dövlət borcu idarəetmə obyekti hesab edilə bilər. Bu vəziyyətdə səlahiyyətlilər onun fəaliyyətinin bütün zəruri praktiki tərəflərini müəyyənləşdirirlər - hakimiyyət müxtəlif borc fəaliyyət növləri arasındakı əlaqəni müəyyənləşdirir, həmçinin dövlət kreditlərinin verilməsi və dövriyyəsi qaydalarını, dövlət kreditlərinin və dövlət zəmanətlərinin necə verildiyini və ödənilməsini, dövlət borcunun ödəmə müddətinə görə quruluşunu və borc öhdəliklərinin gəlirliliyi, habelə maliyyə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsini tənzimləyir. Dövlət borcunun idarə edilməsi ilə bağlı məsələlər Azərbaycanın iqtisadi siyasətində ən vacib məsələlərdən biri hesab olunur. Bu, son dövrlərdə dövlət borcunun artması, eləcə də onun ödənilməsi xərclərinin artması ilə əlaqədardır. Buna görə idarəetmənin əsas məqsədi borcu azaltmaq və onun ödənilməsinin maya dəyərini azaltmaqdır.

Dövlət borcunun idarə edilməsi, dövlət tərəfindən kreditlərin qaytarılması, habelə kreditlər üzrə gəlirlərin ödənilməsi üçün həyata keçirilən maliyyə tədbirləri sistemidir, habelə verilən kreditlərin şərtlərini dəyişdirmək, borc vermək üçün də həyata keçirilir. Bu, dövlət maliyyə siyasətinin vacib və əhəmiyyətli istiqamətlərindən biridir. Dövlət borcunun idarə edilməsi üsullarının seçimi ilə bağlı qərarların qəbul edilməsinə təsir edən amillər aşağıdakılar olacaq: dövlət borcuna xidmət xərclərinin büdcə xərc maddələrinin ümumi həcmində payı, habelə ÜDM-in faizi və dövlət borcunun məbləğidir.

Sxem 1. Dövlət borcunun idarə edilməsinin 3 mərhələsi



Mənbə: Бабич А.М., Павлова Л.Н. (2014) "Государственные и муниципиальные финансы" Учебник. М. ЮНИТИ, 235 с., materialları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Dövlət borcu büdcə vəsaiti hesabına ödənilir, valyuta ehtiyatları, dövlət əmlakının satışından, habelə yeni borc götürmə yolu ilə əldə olunan pullar. Həm daxili dövlət borcunun, həm də xarici borcun idarə edilməsinin kreditorlarla münasibətlərin xarakteri, müntəzəm xidmət, borcların ödənilməsi, habelə borcun həll etmə metodlarının seçilməsində məhdudlaşdırma ilə əlaqəli öz xüsusiyyətləri vardır. Buna görə, dövlət borcunun idarə edilməsinin hansı üsullarının mövcud olduğunu bilmək lazımdır (Бабич, Павлова, 2014: 235).

Azərbaycan Respublikasının dövlət borcunun idarə edilməsi, o cümlədən Azərbaycan Respublikasının borc öhdəliklərinin verilməsi və yerləşdirilməsi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş qaydada Azərbaycan Respublikasının hökuməti tərəfindən həyata keçirilir. Bu məqsədlə, Azərbaycan Respublikası Hökumətinin qərarı ilə Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin yanında Dövlət Borcları Şurası yaradılır. Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi dövlət borc öhdəliklərinin qeydiyyatı və dövlət borcunun uçotunu aparır, vəziyyətinə cari nəzarət edir. Azərbaycan Respublikasının dövlət borcunun məcburi və nisbi hədləri gələn maliyyə ilinin büdcəsi təsdiq edilərkən Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən təsdiq edilir.

Dövlət borcunun idarə edilməsi aşağıdakı prinsiplərə əsaslanır.

1. şərtsizlik - bu prinsip təmin etməyi nəzərdə tutur;
2. dövlətin investor və kreditorlar qarşısında bütün öhdəliklərinin qeyd-şərtsiz yerinə yetirilməsi, yəni dövlət borcalan kimi borc müqavilələri bağladığı zaman;
3. birlik - prinsip dövlət borcunun idarə edilməsi prosesində bütün növ öhdəliklərin nəzərə alınmasını nəzərdə tutur;
4. risklərin azaldılması - kapital bazarı şəraitinin və qiymətli kağızlar bazarının dövlət istiqraz bazarına spekulyativ təsirinin minimuma endirilməsi üçün kreditlərin yerləşdirilməsi və ödənilməsini nəzərdə tutur;
5. Debt borc öhdəliklərinin ödəmə müddətinə və dövriyyəyə görə quruluşunun optimallığı prinsipi;
6. İndependence maliyyə müstəqilliyinin qorunması prinsipi - vasitələr
7. qeyri-rezident investorlar və rezident investorlar arasında optimal borc strukturunun saxlanılması;

8. şəffaflıq - bu prinsip kredit verərkən açıqlığı təmin etməklə yanaşı, borcalan ölkənin yüksək kredit nüfuzunu və reytinqini qorumaq üçün beynəlxalq reytinq agentliklərinin ölkədəki iqtisadi vəziyyət barədə etibarlı məlumatlar əldə etməsini təmin edir.

Dövlət borcunun idarə edilməsi üsulları aşağıdakılar üçün hazırlanmışdır:

1. daxili və xarici dövlət borcunun həcmini eyni səviyyədə saxlamaq- Bu, ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini qorumaq üçün lazımdır;
2. səlahiyyətlilərin üzərinə götürdükləri öhdəlikləri yerinə yetirməsini təmin etmək;
3. Borc müddətini uzatmaq və dövlət qiymətli kağızlarının gəlirlərini azaltmaqla borc dəyərini minimuma endirmək;
4. Dövlət borcunu sabit və proqnozlaşdırılan səviyyədə saxlamaq;
5. Borc pullarından səmərəli və səmərəli istifadəyə nail olmaq.
6. Azərbaycan Respublikasının subyektləri orqanlarının, yerli özünüidarəetmə və dövlət orqanlarının ölkənin borc bazarındakı fəaliyyətlərini əlaqələndirmək;
7. Borc öhdəliklərini ödəmə formaları, investorların ehtiyaclarını ödəmək üçün borc şərtləri ilə diversifikasiya etmək.

Dövlət borcunun idarə edilməsinə aşağıdakı iki qrup metod daxildir: maliyyə və inzibati. Maliyyə metodlarına dövlətin dövlət borcunu qaytara biləcəyi forma və metodların seçimi daxildir. Bu üsullar kreditlərin cəlb edilməsindən son nəticəyə nail olmağı, eləcə də onların qaytarılması ilə bağlı xərcləri minimuma endirmək yollarını tapmağı nəzərdə tutur. İnzibati metodlar dövlət orqanlarının sifarişlərinin sürətlə yerinə yetirilməsinə yönəldilmişdir. Bu üsullar dövlət borcunun idarə edilməsi ilə əlaqəli tədbirlərin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsini nəzərdə tutmur (Балдин, Быстров. 2010: 316).

Dövlət borcu probleminin həlli bir çox üsulu müəyyənləşdirir. Təcili olaraq və həll ediləcək vəzifələrin xarakteri ilə metodlar fərqləndirilir:

1. büdcə-ixrac;
2. maliyyə və texniki.

Şərtlərə və həyata keçirmə mexanizminə görə metodları da ayırd etmək olar:

1. bazar;
2. qeyri-bazar.

Büdcə-ixrac metodları uzunmüddətli metodlardır və problemin həllini, məsələn, xarici borcu, ölkənin ticarət balansının artması ilə, ÜDM və dövlət büdcəsinin artması ilə əlaqələndirir.

Maliyyə və texniki - bunlar qısamüddətli üsullardır və borc götürmə şərtlərini yaxşılaşdırmaqla, habelə borcun ümumi həcmini azaltmaqla və ödənişlərin vaxt quruluşunu dəyişdirməklə çıxış yolu tapmağa imkan verir.

Dövlət borcunu idarə etmək üçün aşağıdakı əsas maliyyə və texniki metodları ayırır:

Yenidən maliyyələşdirmə əsas borcun bir hissəsinin (və ya hamısında) qaytarılması, habelə yeni kreditlərin yerləşdirilməsindən əldə olunan vəsaitdən ona olan faizdir.

1. Ləğv (defolt) - bu, dövlət borcu və əvvəllər verilmiş kreditlər üzrə faizləri ödəməkdən imtina etdiyi vaxtdır;

2. Konversiya, dövlət tərəfindən əvvəllər verilmiş kreditlərin gəlirliliyini dəyişdirmək qərarıdır. Dövlət adətən məqsədə çatmaq üçün bu halda faiz ödənişlərinin miqdarını azaldır;

3. Yeniləmə borcalanla kreditor arasında öhdəliklərin ləğvi və borcların qaytarılması üçün digər şərtləri təmin edən digər öhdəliklərlə əvəz edilməsi barədə razılaşmadır;

4. Birləşdirmə, əvvəl verilmiş kreditlərin istiqrazları yeni kreditlərin istiqrazlarına dəyişdirildiyi zaman verilmiş bir neçə kreditin birləşdirilməsi ilə bağlı dövlətin verdiyi qərardır;

5. Konsolidasiya əvvəllər verilmiş öhdəliklərin qüvvədə olma müddətinin uzadılmasıdır. Dövlət uzun müddətə kredit almaqda maraqlıdır;

6. Bir kreditin (və ya əvvəlcədən verilmiş bütün kreditlərin) təxirə salınmış qaytarılması - ümumiyyətlə yeni kreditlərin sonrakı buraxılışının dövlət üçün maliyyə fəaliyyətini həyata keçirməməsi halında həyata keçirilir.

Hökümət tenderlərinin çevrilməsi, birləşdirilməsi və konsolidasiyası kimi metodlar ümumiyyətlə daxili kreditlərə münasibətdə aparılır. Kreditin ödənilməsini təxirə salma metodu xarici borclara tətbiq edilə bilər. Dönüşüm, konsolidasiya və birləşmə dövlət borcunun idarə edilməsinin qeyri-bazar üsullarından biridir.

Çevrilmə, mövcud kreditlərin gəlirliliyini dəyişdirən hökuməti əhatə edən bir üsuldur. Tipik olaraq, hökumət dövlət borcunu idarə edərkən yaranan xərcləri azaltmaq üçün kredit ödəmələrinin miqdarını faiz nisbətində azaltmaq üçün müraciət edir.

Konsolidasiya, şərtləri ilə əlaqəli olan kreditlərin şərtlərinə dəyişiklik etməyi özündə cəmləşdirən bir üsuldur. Onların bir çox hallarda dəyişməsi yuxarıya doğru baş verir.

Kreditlərin birləşdirilməsi bir neçə mövcud kreditin birinə birləşdirilməsi prosesidir. Əvvəllər buraxılmış istiqrazlar yenilərinə dəyişdirilir. Çox vaxt birləşmə konsolidasiya ilə birlikdə həyata keçirilir (Eker, Meriç, 2005: 220).

Bu metodlardan istifadə edərək, qiymətli kağız sahibləri ilə razılaşdırılmadan birtərəfli qaydada ödənilməmiş kreditlərin şərtlərinin dəyişdirilməsi nəzərdə tutulur. Məsələn, Sovet dövründə dönüşüm və konsolidasiya yolu ilə dövlət borcunun müddətinin artması və ucuzlaşmasına nail olundu. Mərkəzləşdirilmiş şəkildə planlaşdırılan bir iqtisadiyyatda bu tədbirlər məcburi qaydada həyata keçirildi. Borcların çevrilməsi və konsolidasiya, əvvəllər verilmiş bir neçə kreditin bir yeni kreditdə konsolidasiya edilməsini ehtiva edən kreditlərin birləşdirilməsi ilə birləşdirildi. Vahid kreditlərin istiqrazları yeni buraxılmış istiqrazlar üçün dəyişdirildi və yeni bir kreditin gəliri və müddəti dövlət tərəfindən özü üçün lazım olan istiqamətdə dəyişdirildi.

Kreditləri qaytarmaq üçün vəsait əldə etmək yeni kreditlər verməklə yığılmış borcun ödənilməsini nəzərdə tutan borcun yenidən maliyyələşdirilməsi. Borcun yenidən maliyyələşdirilməsi - yəni, köhnə borcları ödəmək üçün yeni kreditlərin verilməsi çox vaxt artan borclar və büdcə kəsirləri şəraitində istifadə olunur. Bunun üçün, yeni kreditlər üçün cədvəl qurarkən, yerləşdirilmə müddətlərini əvvəlki buraxılışların istiqrazlarının ödəmə tarixləri ilə əlaqələndirmək zərurətindən irəli gəlirlər. Borc alınan vəsaitlərin minimum qiyməti yenidən maliyyələşdirmə dərəcəsi ilə müəyyən edilir. Yenidən maliyyələşdirmə dərəcəsi daxili borca xidmət üçün borc götürülən faiz dərəcəsinə aiddir. Məlum olur

ki, dövlət krediti banklararası kredit bazarını tənzimləyir. Borcun yenidən maliyyələşdirilməsi mümkün deyilsə, cari büdcə gəlirləri onun xidmətinə və ödənilməsinə yönəldilir.

Bundan əlavə, kreditlərin gecikmiş qaytarılması və dövlət borcunun ləğvi mümkündür. Əvvəllər verilmiş kreditlərin qaytarılmasının təxirə salınması, yeni kreditlər vermək əməliyyatlarının sonrakı inkişafı dövlət üçün maliyyə nəticələrini ifadə etmədiyi təqdirdə mümkündür. Təxirə salındıqda kreditlərin ödəmə müddəti təxirə salınır və gəlirlərin ödənilməsi də dayandırılır (Бушмин, 2013:42).

Dövlət borcunun ləğvi dövlətin verilmiş kreditlə bağlı bütün öhdəliklərindən imtina etdiyi zaman radikal bir tədbirdir. Bu metodun nəticəsi olaraq dövlət verilmiş kreditlər üzrə öhdəliklərdən tamamilə imtina edir. Dövlət qiymətli kağızlarının ləğvi iki səbəbə görə baş verir: dövlətin maliyyə müflisləşməsi (onun iflas olması) halında; əvvəlki hakimiyyətlərin maliyyə öhdəliklərini tanımaqdan imtina edən yeni siyasi qüvvələr gələcəyi təqdirdə. Borc yükünün azaldılması üçün borcun yenidən qurulması tətbiq edilə bilər. Yenidənqurma dedikdə, əvvəlki borc öhdəliklərinin qaytarılması və eyni zamanda borc borc öhdəlikləri miqdarında yeni borcların icrası, habelə borclara xidmət üçün yeni şərtlərin yaradılması kimi başa düşülür.

Metod

İstifadə olunmuş hər bir metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edir. İstifadə edilmiş metodlardan biri **təsəvvürlərin formalaşdırılması (qavrama) metodudur.** Bu metod hissi qavramanı təmin etmək, ətraf aləm haqqında dolğun təsəvvürlər yaratmaq məqsədi güdür. Bu qrup metodlara müşahidə, illüstrasiya, demonstrasiya və təsvir metodları daxildir.

Müşahidə metodu müəyyən məqsəd ilə, planlı və sistemli şəkildə qavrama prosesinin təşkili metodudur. O, cisim və hadisələr haqqında ilkin təsəvvürlər aşılamağa, müşahidəçilik bacarığının və müstəqilliyin inkişafına kömək göstərir. Dissertasiyada müşahidə metodu vasitəsi ilə sosial şəbəkə və internet resurslarından bank sektorunda mövcud olan maliyyə menecmenti alətləri və onların təkmilləşdirilməsiaspektlərinin son inkişaf yeniliklərini izləyib yeni məlumatlar əldə edirik. Müşahidə metodunun səmərəli olması onun düzgün təşkil olunmasından asılıdır. Ümumiyyətlə, müşahidə bir neçə mərhələdə təşkil olunur: məqsədin aydınlaşdırılması, müşahidə planının və vasitələrinin müəyyən edilməsi, müşahidənin qeydə alınması və nəticə çıxarılması.

Təsvir metodu müəyyən fakt və hadisəni söz vasitəsi ilə insan təsəvvüründə canlandırmaq metodudur. **Görüb müşahidə etdiyimiz məlumatlar beynimizdə müəyyən təsəvvürlər yaradır. Bu təsəvvürlər də elə dissertasiyada öz əksini tapır.** Bu metodlar insan şüurunda düzgün elmi anlayışların yaradılması və qanunların dərk edilməsi məqsədi güdür. Bu qrup metodlara tələbənin şərhi, müsahibə, diskussiya, məntiqi metodlar, kitab üzərində iş metodları, problem-axtarış metodları daxildir. *Bütün fikirlər ümumiləşdirilib son nəticə əldə edildikdə ifadə edilən şərhlər* üç növdə olur: nəql, izah, məktəb mühazirəsi. Nəql müəyyən hadisəni canlı, obrazlı şəkildə danışmaqdır. İzah hər hansı anlayışı, qaydanı dəlil və sübutlarla başa salmaqdır.

Bütün bu metodlardan əldə edilən nəticələr öz xarakterinə görə məlumatverici və problem şəklində olur. Məlumatverici nəticələr hazır informasiya verməyi nəzərdə tutur. Problem şərh isə tələbəni düşündürməyə xidmət edir.

Analiz

Hər bir ölkədə müəyyən xərcləmə səviyyəsi var və bu xərclər öz-özünə ödənilmədikdə büdcə kəsiri riski var. Bu vəziyyətdə əlavə vəsait cəlb edilməsinə ehtiyac və əhəmiyyət var və bu vəsaitlər dövlət borcunu təşkil edir. Hökumət borcu fərqli (daxili və xarici) bir müddət əvvəl ortaya çıxan borc öhdəliklərinin bütün növlərinə aiddir. Hər bir ölkədə müəyyən xərcləmə səviyyəsi var və bu xərclər öz-özünə ödənilmədikdə büdcə kəsiri riski var. Bu vəziyyətdə əlavə vəsait cəlb edilməsinə ehtiyac və əhəmiyyət var, bu vəsaitlər dövlət borcunu təşkil edir. Hökumət borcu müəyyən müddət ərzində müxtəlif (daxili və xarici) borc verənlərə yaranan borc öhdəliklərinin bütün növlərinə aiddir. Həmçinin, dövlət borcuna Azərbaycan Respublikasına manatla (milli valyutada) verilmiş dövlət zəmanətlərini vermək öhdəlikləri daxil ola bilər. Dövlət borcuna xidmət, borcun bütün əsas məbləğlərini, həmçinin ona görə faizlərin ödənilməsi prosesidir. Ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, dövlət borcu dövlətin bütün (daxili və xarici) kreditorlara borclu olduğu bir məbləğdir.

Nəticə

Borc anlayışı iqtisadi münasibətlər sistemində mühüm bir element olmaqla, iqtisadi anlayışlar kompleksinin tərkibinə daxildir. Borc vəsaitlərindən istifadə ilə əlaqədar yaranan borc münasibətləri iqtisadi münasibətlər sisteminin bir altsistemi kimi çıxış edir. Borc özü də bir iqtisadi kateqoriya olmaqla, bir iqtisadi fəaliyyət subyektinin digərinə qaytarmalı olduğu vəsaitlərin məcmusu kimi başa düşülür.

Dövlət borcu-daxili və xarici dövlət borcundan ibarət olmaqla, ölkənin təxirəsalınmaz sosial-iqtisadi xərclərinin və büdcə kəsirinin mmaliyyələşdirilməsi üçün qəbul edilən, ölkə hökumətinin hüquqi və fiziki şəxslərə, habelə xarici dövlətlərə müvafiq faiz ödənilməklə qaytarılmalı olan, milli və xarici valyuta ilə ifadə edilmiş borc öhdəlikləridir. Dövlət borcu aşağıdakı formalarda ola bilər: hökumətin aldığı kreditlər, hökumətin adından buraxılan qiymətli kağızlar şəklində olan dövlət istiqrazları və hökumətin təminat verdiyi digər borc öhdəlikləri.

Dövlət borcu ilə iqtisadi sistemin qarşılıqlı təsiri məsələlərinin araşdırılması zamanı iqtisadi artımla borcun artımı arasında olan münasibətlər, əlaqələrin nəzərdən keçirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bəzən burada borcun həddi ilə iqtisadi artımın səviyyəsi kimi kəmiyyət məsələləri, mütləq keyfiyyətlər ikinci plana keçir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Ağayev A.Q. (2002) “Dövlət borcu və onun idarə edilməsi”, Bakı, Çıraq nəşriyyatı, 230 s.
2. Бабич А.М., Павлова Л.Н. (2014) “Государственные и муниципиальные финансы” Учебник. М. ЮНИТИ, 235 с.
3. Балдин К.В., Быстров О.Ф. (2010) “Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие. М.: «Дашков и Ко», 316 с
4. Богомолов О.Т. (2015) “Анатомия глобальной экономики: Учебное пособие М.:НКЦ «Академкника», 216 с.
5. Бушмин Е. (2013) “Роль и место бюджетных процедур в системе государственных финансов”, Журнал «Вопросы экономики». №5, с. 42-46
6. Eker A., Meriç M. (2000) “Devlet borçları (Kamu kredisi), İzmir, 145 s.
7. Eker A., Meriç, M. (2005), “Devlet Borçları”, Ankara, 220 s

Azərbaycanda Qeyri-Neft Sektoruna İnvestisiya Qoyuluşu Qərarlarının Qəbulu Mexanizminin Mövcud Vəziyyəti

Ramin Qarayev

raminqarayev1997@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna dair investisiya mühitinin müasir vəziyyətini kompleks tədqiq etməklə investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində təkliflərin hazırlanmasından ibarətdir. Məqalədə qeyri-neft sektorunun iqtisadi inkişafındakı rolunu əhatəli şəkildə araşdırılmış, investitisiya cəlbediciliyi daha real göstəricilər əsasında təhlil edilmişdir. Belə ki, Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna investisiya yatırımlarının artırılması, Azərbaycan iqtisadiyyatının neft sektorundan asıllığının azaldılması və qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində aparılan dövlət siyasətinin uğurla reallaşdırılmasında böyük əhəmiyyətə malikdir. Məqalənin əsas praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, problemin araşdırılması zamanı hazırlanan təklif və tövsiyələr qeyri-neft sektorunda dövlətin investitiisiya siyasətinin reallaşmasında öz təsirini göstərə bilər. Azərbaycan respublikasının qeyri-neft sektoruna investisiyaların cəlb edilməsi probleminin ayrı-ayrı aspektləri və parametrləri yerli və xarici müəlliflərin əsərlərində tədqiq edilmiş və öyrənilmişdir. Bu sahədə yazılmış elmi əsərlərin, elmitədqiqat işlərinin əhəmiyyətini azaltmayaraq qeyd etmək lazımdır ki, qeyri-neft sektoruna investisiyaların cəlb edilməsi problemi ayrıca tədqiqat obyekti kimi az işlənilmişdir. Bu səbəbdən məqalə mövzusunun tədqiq edilməsi zərurəti yaranmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, investisiya müasir maddi, qeyri-maddi və maliyyə resurslarının qazanılması üçün müvafiq vəsaitlərin istifadə edilməsini xarakterizə edir. Bununla yanaşı belə ifadə etmək olar ki, investisiyalar iqtisadi artımı, o cümlədən ölkə daxilində iqtisadi tərəqqinin baş tutması üçün vacib maliyyə resurslarının yaranması mexanizmini təmin edən iqtisadi təsir kimi də xarakterizə edilə bilər. İnvestisiya mahiyyətcə fərqli aspektlərdən izah edilir.

Açar sözlər: Neft, İnvestitisiya, Maliyyə

Giriş

Hazırda dünya iqtisadiyyatı qeyri-müəyyənliklərin artması, zəif iqtisadi artım, məzənnələrin qeyri-sabitliyi, enerci qiymətlərinin kəskin aşağı düşməsi, dünya maliyyə sistemində struktur çatışmamazlıqları, investorlar üçün həlledici olan makroiqtisadi mühitin pisləşməsi, ciddi siyasi qeyri-müəyyənlik və s. ilə səciyyəvi olmuşdur. Təbiidir ki, bu proseslərin neqativ təsirləri dünyanın tərkib hissəsi olaraq Azərbaycan iqtisadiyyatından da yan keçməmişdir. Belə bir şəraitdə yeni çağırışlara cavab olaraq keçid dövrünü artıq başa çatdırmış Azərbaycan Respublikasının qarşısında dayanan strateji vəzifələrdən biri neftdən asılılığın minimuma endirilməsi, daha şaxələndirilmiş, yüksək rəqabət qabiliyyətliliyə, məhsuldarlığa və səmərəliliyə malik ixrac yönümlü iqtisadiyyata transformasiyanın sürətləndirilməsindən ibarətdir.Bu vəzifə iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi, elm tutumlu iqtisadiyyatın formalaşdırılması, makroiqtisadi sabitliyin qorunması, biznes və investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, özəl sektorun dəstəklənməsi, qabaqcıl texnologiyaların və təcrübənin tətbiqi, insan kapitalının inkişaf etdirilməsi, xarici ticarət və investisiyaların təşviqini nəzərdə tutur.

Metod

Məqalədə təhlil, araşdırmalar, dərketmə metodlarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat işində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunması üçün ümumi elmi tədqiqat metodlarından (ümumiləşdirmə, müqayisələr və s.), o cümələdən, tədqiqatın xüsusi metodlarından (statistik metodları və sairə) istifadə olunmuşdur.-tədqiqat işi yerinə yetirilərkən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin

məcmuələrindən, elmi-tədqiqat institutlarının tədqiqat işlərinin nəticələrindən, xidmət təşkilatlarına dair hesabatlarından, iqtisadi ədəbiyyatdan və s. geniş istifadə edilmişdir.

Analiz

Qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşu qərarlarının qəbulu mexanizminin nəzəri əsasları

İnvestisiyaları dəstəkləyən düşünülmüş vergi siyasəti**:** birbaşa vergi güzəştlərinin təqdim edilməsi, kapitalın investisiya edilməsinə görə vergi ödəmələrinin vaxtının uzadılması, amortizasiya ödəmələri əlaqədar olan stimullar, iki ildən 10-15 ilə qədər müddətə müəyyən edilən "vergi tətilləri", avadanlıq, xammal, komplektləşdirici hissələrin idxalının gömrük ödəmələrinədn azad edilməsi, kapital qoyuluşunu həyata keçirən şirkətlər üçün vergi dərəcəsinin aşağı salınması.

Kapital qoyuluşlarının stimullaşdırılmasının maliyyə metodları da mövcuddur: subsidiyalar, borclar, kreditlər və onların təqdiminə zəmanətlərin verilməsi. Çox zaman maliyyə güzəştlərinin təqdim edilməsi investor tərəfindən müəyyən şərtlərin yerinə yetirilməsindən (konkret regionların, sahələrin mənimsənilməsi, yeni iş yerlərinin yaradılması) asılı olur. Məsələn, 1982-ci ildən etibarən İngiltərədə daha vacib layihələr üçün dövlət yardımı sistemi fəaliyyət göstərir. Xarici investorlar staqnasiyada olan regionlara yönəldikləri zaman böyük həcmdə subsidiyalar alırlar. Bu cür siyasət nəticəsində tənəzzül yaşayan sahələrdə yeni istehsalın yaranması ilə struktur dəyişiklikləri baş verir.(Cahangirov P. H., 2018: s.102).

Maliyyə kapitalı rolunu oynayan investisiyalar isə sənədlər və kreditlər şəklində özlərini biruzə verən maliyyə vəsaitini ifadə edir. Maliyyə kapitalı kimi investisiyaların həyata keçirilməsində onların bir qismi dərhal, başqa bir qismi isə bir müddətdən sonra real kapitala çevrilə bilir. Ancaq, beynəlxalq təcrübədə maliyyə kapitalının real kapitala çevrilməməsi hallarına da rast gəlmək mümkündür. Alınmış yaxud buraxılmış qiymətli kağızlar da məhz belə investisiyalardır. Yəni, maliyyə kapitalı şəklindəki investisiya gələcəkdə dövlətin real kapitalı kimi olan investisiya qoyuluşlarının tətbiqi edilməsi vasitəsi rolunu daşıyır.

Kapitalın qoyuluşu obyektinə görə müəssisənin investisiyalarını real və maliyyə növlərinə bölmək olar. Real investsiya əsas vəsaitlərin təkrar istehsalı əmtəə-material qiymətlərinin ehtiyatlarının artımına, eləcə də müəssisənin əməliyyat fəaliyyətinə və ya heyətin əmək və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması obyektlərinə qoyulmuş kapitalı nəzərdə tutur. Kapital yaradan investisiya əsas kapitala investisiyadır. Maliyyə investisiyaları müxtəlif maliyyə alətlərinə kapital qoyuluşunu nəzərdə tutur başlıca olaraq gəlir əldə etmək məqsədilə qiymətli kağızlara qoyulur. Portfel investisiyaları uzunmüddətli qiymətli kağızlara qoyulur.

İnvestisiya prosesində iştirakın xarakterinə görə birbaşa və dolayı investisiyalar fərqləndirilir.

Birbaşa investisiya investisiyaşdırma obyektinin və kapitalın qoyuluşunun seçilməsində investorun bilavasitə iştirakını nəzərdə tutur. Adətən birbaşa investisiyalar digər müəssisələrin nizamnamə fondlarına kapitalın bilavasitə qoyuluşu ilə həyata keçirilir.

Dolayı investisiyalar investorun kapitalın digər şəxslər tərəfindən qoyuluşu ilə xarakterizə olunur. Qoyuluşun vaxtı əlamətinə görə investisiyaları qısa müddətli və uzun müddətli növlərə bölmək olar.Qısa müddətli investisiyalar bir ilədək dövrə qoyulur. Müəssisənin qısa müddətli investisiyaların əsasını qısa müddətli maliyyə qoyuluşları təşkil edir. Uzun müddətli investisiyalar kapitalın bir ildən çox dövrə qoyuluşu ilə xarakterizə olunur. Müəssisənin uzun müddətli investisiyaların əsasını əsas

vəsaitlərin təkrar istehsalına kapital qoyuluşudur. Gəlirlilik səviyyəsinə görə yüksək, orta, aşağı gəlirli və gəliri olmayan investisiyalar fərqləndirilməlidir. Yüksək gəlirli investisiyalar investisiya bazarındakı orta səviyyədən yüksək gözlənilən xalis investisiya mənfəəti təmin edən investisiya layihələri və ya maliyyə alətlərinə qoyulmuş kapitalı xarakterizə edir. Orta gəlirli investisiyalar isə mövcud investisiya bazarında orta investisiya mənfəəti normasına uyğun gözlənilən xalis investisiya mənfəəti təmin edən innovasiya layihələri və maliyyə alətlərinə investisiyaşdırmanı xarakterizə edir. Aşağı gəlirli investisiyalarda investisiyalaşdırma obyektlərinin gözlənilən xalis investisiya mənfəəti orta normadan aşağıdır. Gəliri olmayan investisiyalarda investisiya obyektləri seçildikdə investisiya mənfəətinin alınması nəzərdə tutulmur. Belə investisiyalar bir qayda olaraq sosial, ekoloji və digər növ qeyri-iqtisadi səmərə əldə edilməyə yönəldilir.

Likvidlik səviyyəsinə görə müəssisənin investisiyaları yüksək, orta və ya aşağı likvidli, eləcə də qeyri likvidli növlərə bölünür. Yüksək likvidli investisiyalara müəssisənin elə investisiya obyektləri aid olunur ki onlar öz cari bazar dəyərlərini nəzərə çarpacaq dərəcədə itirmədən tez pul formasına konversiya oluna bilər. Müəssisənin qısa müddətli maliyyə qoyuluşları yüksək likvidli investisiya növlərinə aid edilə bilər. İnvestisiyalaşdırılan kapital mülkiyyət formalarına görə xüsusi, dövlət və qarışıq olur. Xüsusi investisiyalar fiziki şəxslər, eləcə də qeyri-dövlət mülkiyyətli hüquqi şəxslərin qoyulmuş kapitalını xarakterizə edir.

Dövlət investisiya fəaliyyətinin tənzimlənməsi zamanı bir sıra fərqli iqtisadi mexanizmlərdən faydalanır. Tənzimləmədə daha çox vergitutma obyektlərinin və subyektlərinin, vergi dərəcələrinin və güzəştlərinin bir-birindən fərqləndirildiyi vergi sisteminin tətbiq edilməsi düşünülür. Bu nöqteyi-nəzərdən investisiya fəaliyyətinin həvəsləndirilməsinin vergi mexanizminin əlamətlərinin tədqiq edilməsi və investisiya qoyuluşlarının prioritet istiqamətlərinin analiz edilməsi xüsusi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Hazırda qüvvədə olan praktikada investisiyaların təşviq edilmə prosesi ilə əlaqədar siyasət dedikdə xarici investisiyaların cəlb olunması ilə əlaqədar görülən tədbirlər başa düşülür.

İqtisad elmində sahə deyəndə tikinti, səhiyyə, təhsil, sənaye (onun alt sahələri), hasilat, İKT, aqrar sektor və başqaları nəzərdə tutulur və əlbəttə ki, bu sahələr ölkələr, regionlarla da əlaqələndirilir.Ümumən ölkə iqtisadiyyatını neft və qeyri neft sektoruna ayıra bilərik.Qeyri neft sektoruna tikinti,turizim,nəqliyyat, kənd təsərrüfatı,qeyri neft sənayesi, ticarət və sosial xidmətlər,rabitə,balıqçılıq və s. aid etmək olar.(Əliyev V. N., 2018: s.56)

Ölkəni xarici ticarət üzrə qeyri-neft sektorunu kənd təsərrüfatının məhsulları və qeyri-neft sənayesi məhsulları təmsil edir.Qeyri-neft sektorunun əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, qeyri- neft sektorunda istehsalın real artım sürəti neft sektoru ilə müqayisə ediləndə xarici tələbin tərəddüdlərindən nəzərə çarpacaq şəkildə asılı deyildir. Belə ki bu sektorda real istehsalın mövcud artım dinamikası əsasən ölkədə aparılan institsional və struktur dəyişikliklərindən və cəlb olunmuş investisiyalardan daha çox asılıdır.

Dünya təcrübəsi

Dünyanın bütün ölkələri sayılan tədbirlərdən xarici investisiyaların cəlbi üçün istifadə edirlər. Bununla yanaşı, sənayecə inkişaf etmiş ölkələr stimullaşdırmanın fiskal metodlara deyil, maliyyə metodlarına üstünlük verirlər. Onların fikrincə, vergilərin təsiri həddən artıq ünvansızdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələr isə maliyyə resurslarının çatışmazlığı səbəbindən vergi tədbirlərinə üstünlük verirlər.

İtaliyada qeyri-neft sahəsinə investisiyaların cəlb olunması ilə əlaqədar koordinasiya işlərini İnvİtaliya

agentliyi icra edir. Bu agentlik təşkilatı-hüquqi formasına əsasən səhmdar cəmiyyət hesab olunur və yeganə səhmdarı İqtisadiyyat və Maliyyə Nazirliyidir. "İnvİtaliya" xarici investisiyalar üçün əsas prioritet sahələri təyin edir: loqistika, bərpaedilən enerji, İKT, turizm, innovasiya və elmi araşdırma və sair. İspaniyada investisiyaların tənzimlənməsi sektorunda əsas istiqamətlər maliyyə sahəsində və əmək qanunvericiliyi sektorunda aparılan islahatlardır. Belə tədbirlər investisiya sektorunda bir sıra çətinliklər olan başqa İEÖ üçün də aktualdır. Başqa sözlə desək, investisiya fəaliyyətinin həvəsləndirilməsi ilə əlaqədar dövlət tərəfindən təşkil olunan başqa tədbirlər qrupuna vergi güzəştləri, xüsusi investisiya proyektlərinin həvəsləndirilməsi, maliyyə güzəştləri (investisiya qarantı, faizsiz və güzəştli kreditlər), infrastruktur təminatı (güzəştli qiymətlərlə yaxud investisiya fəaliyyəti üçün vacib olan ərazi ilə təmin edilmə), proteksionist tədbirlər aiddir.

Türkiyədə mövcud olan investisiyaların təşviq edilməsi sistemi Türkiyənin Nazirlər Kabinetinin 19 iyun və 2012-ci il tarixli "İnvestisiyalara dövlət dəstəyi barəsində verilən Qərar"ı ilə təşkil olunmuşdur. Təşviq edilmə üçün görülən tədbirləri "İnvestisiyalara dövlət dəstəyi barəsində Qərar"da göstərilən dəstəklərin tətbiq edilməsi üçün hər bir region sosial-iqtisadi tərəqqi səviyyəsindən asılı olaraq altı bölgəyə bölünmüşdür. Türkiyədə təşkil edilən dəstək tədbirlərin bunlardır:

− İdxalda ƏDV-dən azad edilmə ;

Gömrük rüsumundan azad edilmə;

− Vergi güzəşti;

− Kredit faizi dəstəyi;

− Sosial sığorta dəstəyi;

− Torpağın ayrılması;

− ƏDV-nin qaytarılması.(Cahangirov P. H. 2018).

Sənaye zonalarında təşviq tədbirləri görülməkdədir. Bəzən sənaye zonaları üçün daha güzəştli şərtlər irəli sürülür. Misal üçün: güzəştin miqdarı çoxaldılır və müddəti də uzadılır. Tətbiq olunan investisiyaların təşviq edilməsi sistemində mövcud dəstək tədbirləri də bölgələrin sosial-iqtisadi tərəqqisindən asılı olaraq dörd qrupa ayrılır:

1. Ümumi təşviq tədbirləri – İdxal prosesində ƏDV-dən azad edilmə;

- Gömrük rüsumundan azad edilmə.

2. İrimiqyaslı investisiyaların təşviq edilməsi – İdxal prosesində ƏDV-dən azad edilmə;

- Gömrük rüsumundan azad edilmə;

- Vergi güzəşti;

- Sosial sığorta dəstəyi;

- Torpağın ayrılması.

3. Regionlara investisiyaların təşviq edilməsi (Fərzəliyev M. P, 2017).

Regionlara investisiyaların təşviqi prosesində əsas şərt: əvvəlcədən təyin olunmuş sahələr üzrə ən aşağı investisiya tələbinə riayət etmək, regiona investisiya qoymaqdır (dövlət tərəqqi səviyyəsinə görə altı regiona ayrılır, hər bir regiona tətbiq olunan güzəşt səviyyəsi müxtəlifdir).

4. Strateji investisiyaların təşviq edilməsi. Bu prosesdə əsas şərt: əvvəlcədən təyin olunmuş sahələr üzrə ən aşağı investisiya tələbinə riayət etməkdir (50 mln. lira); istehsal ediləcək məhsul üzrə daxili bazarda idxalın əsas payı 50%-dən çox olmalıdır; əlavə dəyər isə yüksək olmalıdır (təxminən 40 %-dən çox); istehsal ediləcək məhsul üzrə son 1 ildə ən az 50 mln. dollarlıq idxal olmalıdır

Beləliklə investisiya fəaliyyəti ilə bağlı bir sıra konseptual nəticələrə gəlmək mümkündür. Onun bəlli subyektləri olsa da investisiya fəaliyyətinin həcmi cəmiyyətlərin bütün təbəqələrini təsiri altına ala bilmək gücündədir. Bu fəaliyyət 49 həmçinin beynəlxalq düzənə təsir edir və dövlətlərin iqtisadi siyasəti ilə qarşılıqlı əlaqədədir. İnvestisiya fəaliyyətinin bilavasitə təsir dairəsində olan məsələlərdən biri də sosial-iqtisadi vəziyyətdir. İnvestisiya dövriyyəsinin artması istənilən ölkədə əhalinin məşğulluğuna müsbət təsir göstərməsi mümkündür. Əgər investisiya fəaliyyətini istiqamətlər üzrə təsnif etsək demək olar ki, istehsal, xidmətlər, pul-kredit sahəsi, ticarət, texnoloji inkişaf və digər sahələr investisiyalardan bilavasitə asılıdır.

İnvestisiyaların dövriyyəsinin genişlənməsi yeni istehsal sahələrini formalaşdırır. Mövcud olanların isə fəaliyyətini intensivləşdirir. Eyni zamanda investisiyaların dövriyyəsinin artması istehsal prosesi gedişində yeni yığıma səbəb olur. Yəni istehsal müəssisələrinin fəaliyyəti nəticəsində yeni investisiyalar üçün baza formalaşır. İstehsal fəaliyyətinin güclənməsi xidmətlər sahəsini hərəkətə gətirir. Xidmətlər sahəsinin inkişafı istehsal və istehlak arasında əlaqələri gücləndirir. Müasir iqtisadi reallıqlar isə onu deməyə əsas verir ki, xidmətlər sahəsi hətta istehsalın özündən daha çox gəlir gətirə bilirlər. Deməli bu zaman da investisiya fəaliyyətinin mənbəyi olan kapital yığımı baş verir.

Müasir iqtisadiyyatın əsas elementi olan pul-kredit sistemi investisiya fəaliyyətinin canlanmasında aparıcı rollardan birini oynayır. İnvestisiya qoyuluşu formalarından biri də kreditləşmə fəaliyyətidir ki, bu da bilavasitə banklar tərəfindən icra olunur. İnvestisiya dövriyyəsi isə bankların pul vəsaitlərini artırır. Dünya iqtisadiyyatında baş verən son maliyyə böhranı onu göstərdi ki, bankların tənəzzülü investisiyaların dövriyyəsini də azaltdı. Çünki maliyyə böhranı zamanı investisiya fəaliyyətinin potensial subyektləri yeni pul yatırımlarına getmirlər. Əksinə pul qoyuluşları azalır.

İnvestisiya fəaliyyətinin güclənməsinin təkan verdiyi sahələrdən biri də daxili və xarici ticarətdir. İnvestisiyalar alıcılıq qabiliyyətini gücləndirirlər. Həmçinin pulun çoxalması və yeni müəssisələr üçün yeni istehsal və xidmət vasitələrinə ehtiyac ticarəti stimullaşdırır. Daxili iqtisadiyyatına xarici və milli investorlar tərəfindən vəsait qoyulan ölkələrin beynəlxalq ticarət prosesində alıcılıq imkanları artırır.

Texnoloji inkişaf da investisiya fəaliyyəti ilə qarşılıqlı əlaqədədir. İnvestisiyaların optimal qoyuluş sahələrindən biri də texnologiyalardır. İkinci Dünya 50 Müharibəsindən sonra texnologiyalara vəsait qoyub iqtisadiyyatını inkişaf etdirən ölkələrin nümunəsi bunu sübut etdi. Texnoloji inkişaf həmçinin investisiyaların təkrar istehsal sahələrinin yaranmasına gətirib çıxarır.

Dövlətin bir sıra funksiyalarını lazımınca yerinə yetirməsi də investisiya fəaliyyəti ilə bilavasitə bağlıdır. Onların başlıcası investisiyaların təhlükəsizliyini təmin etməkdir. Dövlət investisiyaların toxunulmazlığına zəmanət verdikdə iqtisadiyyatın digər sahələri də ondan müsbət maraqlarını götürə bilirlər. Digər bir zəruri məsələ isə dövlət-iqtisadiyyat münasibətləridir. Yəni dövlət iqtisadi təhlükəsizliyi təmin etsə də onun inkişafı üçün liberal mühit formalaşdırmalıdır. İnvestorlar ilk öncə liberal əsaslar üzərində qurulan iqtisadiyyatlara meyl edirlər. Liberal iqtisadiyyatlar investorlara istədiklərinə nail olmağa imkan verirlər. Amma son iqtisadi böhranın dünyanı bürüməsi investisiya fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektlərdə investisiyaların mühafizəsi qayğılarını artırdı.(

Süleymanov.E.N, və Zeynalov.A.M., 2018).

İnvestisiyaların cəlb olunmasının başqa bir vasitəsi işçi qüvvəsinin bolluğudur. Xüsusən burada ixtisaslı işçilərin mövcudluğu daha önəmlidir. Belə ki, işçi qüvvəsinin çoxluğu investoru işçi kadrlarının hazırlanması üçün əlavə xərclərdən azad edir. Həmin vəsaitlər birbaşa iqtisadi mənfəət gətirən sahələrə qoyulur. Deməli investisiyaların ölkəsinə cəlb edilməsini istəyən hökumətlər keyfiyyətli işçi qüvvəsinin yetişməsini təşviq etməlidirlər.

İnvestisiya fəaliyyətinin genişlənməsinə təsir edən digər bir amil hər hansı bir ölkənin resurs imkanlarıdır. Faydalı qazıntıların, xüsusən son dövrdə enerji daşıyıcılarının mövcud olması investisiyaları ölkəyə cəlb edir.

Azərbaycanda qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşunun mövcud vəziyyətin təhlili

Araşdırmalara görə, Azərbaycan iqtisadiyyatında neft sektorundan fərqli şəkildə qeyri-neft sektorunda istehsalın real artımı zəif inkişaf etməkdədir. Bu xüsusilə də neft sektoru ilə müqayisədə qeyri-neft sektoruna daha az xarici investisiyaların cəlb olunması və bu sektorun məhsulları üçün xarici tələbin zəif olması ilə əlaqədardır.

Respublikamızda istehsal edilən qeyri-neft məhsulları,həmçinində elektrik avadanlıqları və maşınları,həmin avadanlıq və maşınların hissələri, tikinti materialları, kimya sənayesi məhsulları, hazır toxuculuq məmulatları və s. müxtəlif bölgələrə ixrac edilir. Buradanda göründüyü kimi, keçid iqtisadiyyatını tam uğurla başa çatdıran Respublikamız qarşısında dayanan ən əsas vəzifə öz təbii resurslarından prioritet məqsədlər üçün istifadə edərək iqtisadiyyatı daha əhəmiyyətli dərəcədə şaxələndirə və onun neftdən asılılıq səviyyəsini minimuma endirə bilməkdir.

Qeyri-neft sahəsinin inkişafı zamanı istifadə olunan iqtisadi mexanizmlər daha çox sahədə inkişafın stimullaşdırılmasına xidmət göstərir. Sahədə inkişafın stimullaşdırılması ilə bərabər daxili bazarın qorunması və idxalın zərərli təsirlərinin effektiv olaraq neytrallaşdırılması da dinamik inkişafı şərtləndirən başlıca faktorlardan biri kimi çıxış edir. Qeyri-neft sahəsinin tərəqqisinə iqtisadi vasitələrlə kömək göstərilməsi dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin mühafizəsinə və idxalı əvəz etmə siyasətinin effektiv şəkildə həyata keçirilməsinə öz töfhəsini verə bilər. Dünya təcrübəsindən məlum olur ki, investisiya axınının dah çox neft sahəsinin yüklənməsi qeyri-neft sahəsində kapital resurslarına olan tələbatın ödənilməsi nöqteyi-nəzərindən bəzi problemlər yaradır. Qlobal maliyyə böhranının təzadları cəhətdən gələcəkdə holland sindromunun baş verməsinin qarşı qeyri-neft sahəsinin inkişafı yönündə mühüm tədbirlər həyata keçirilməlidir. Buna görə dövlətin tənzimləyici funksiyaları aktivləşdirilməlidir. (Əsgərov R. A., 2016).

Neft strategiyasının son illərdə Azərbaycanda uğurla inkişafı, iqtisadi artımın dayanıqlılığına dəstək olan sahələrin inkişafını maliyyələşdirməyə yardım edən gəlirlərin yaranmasına şərait yaratmışdır. 2004-2019-cu illərdə daxili investisiyalar 15,4 dəfə, qeyri-neft sektoruna investisiyalar isə 13,6 dəfə artmışdır. 2004-cü ildə ölkə iqtisadiyyatına qoyulmuş investisiyaların ümumi həcminin sadəcə 25,7 faizi daxili mənbələr vasitəsilə maliyyələşirdisə, 2019-cü ildə daxili investisiyaların ümumi çəkisi 63,2 faiz olmuşdur. Son illərdə ölkənin iqtisadiyyatına böyük həcmli investisiya qoyuluşları iqtisadi artım tempinin də yüksəlməsinə səbəb olmuşdur.(https://www.stat.gov.az).

2019-c ildə ölkəmizdə ÜDM 2003-cü ilə nisbətən 4,4 dəfə artdığı halda, bu yüksəliş neft sektorunda 4,6 dəfəyə, qeyri-neft sektorunda isə 3,5 dəfəyə bərabər olmuşdur. Həmin dövrdə orta illik iqtisadi

artım ölkədə 13,3 faiz olmuş və adambaşına düşən ÜDM-un həcmi 2,9 dəfə artmışdır. Yüksək səviyyəli iqtisadi artım nəticəsində ölkə ərazisində iqtisadi sabitliyin dayanıqlılığı təmin edilmiş, bu dayanıqlılığın təmin edilməsində xüsusi rola malik strateji valyuta ehtiyatları 32 dəfə, ixrac 9,1 dəfə, o cümlədən qeyri-neft ixracı 4,5 dəfə artmışdır. (https://www.stat.gov.az).

Ölkəmizdə dövlət büdcəsi sahibkarlığın və qeyri-neft sahəsinin inkişafının, istehsal və infrastrukturun mövcud olan müasir tələblərə müvafiq formada qurulmasının, dövlət proqramlarının və iqtisadi islahatların maliyyələşmə mənbəyinə çevrilmişdir. Dövlət büdcəsinin gəlirləri son 10 ildə 18 dəfə artmışdır. Neft sahəsinin inkişaf tempi 2003-2019-cu illərdə qeyri-neft sahəsinin inkişafını böyük ölçüdə üstələmişdir. Son illərdəki statistik göstəricilərdən də görünür ki, 2004-2010-cu illər neft sahəsinin üstün inkişafı ilə qeydə alınmışdır. Ölkədə neft hasilatı 2003-ci ildə 13,3 milyon ton olduğu halda, bu rəqəm 2010-cu ildə 51,2 milyon tona qədər artmışdır, 2019-cı ildə isə 40,7 milyon tona qədər azalmışdır. Belə şəraitdə ölkədə qeyri-neft sahəsinin inkişafı iqtisadi yüksəlişin başlıca hərəkət verici qüvvəsi olmuşdur. 2019-cı ildə neftin ÜDM-u 2013-cü illə müqayisədə 20,8 faiz azaldığı halda, qeyri-neft sektorunun ÜDM-u 37,9 faiz artmışdır. Elə həmin illərdə qeyri-neft sahəsində ÜDM-un artımı hesabına ÜDM 9,3 faiz artmışdır. (https://www.stat.gov.az).

Məlum olduğu kimi, ölkə iqtisadiyyatına istiqamətləndirilən bütün investisiyalar 2 mənbədən ola bilər: daxili və xarici mənbələr. DSK-nın məlumatları əsasında aparılan hesablamalar göstərir ki, 2003-2019-cu illərdə ölkə iqtisadiyyatına ümumilikdə 158.6 milyard AZN məbləğində (təqribən 193.0 milyard ABŞ dolları) investisiya qoyulub ki, bunun da 75.7 milyard AZN-i (90.6 milyard ABŞ doları) yaxud 39.2%-i xarici investisiya, 82.9 milyard AZN-n (102.4 milyard ABŞ dolları) yaxud 60.8%-i isə daxili investisiya olub (müqayisə üçün: 2013- 2019-cu illərdə ümumi investisiyaların məbləği 201.5 milyard manat olub ki, bunun da 51.1%-i xarici, qalan 48.9%-i yerli mənbələrdən olub)24 . 2003-2019-cu illər dövründə (yalnız 2009-cu il istisna olmaqla) ölkə iqtisadiyyatına istiqamətləndirilən həm xarici, həm də daxili investisiyaların məbləği ildən ilə yüksəlib. (https://www.stat.gov.az).

2017-2019-cu illərdə isə həm xarici, həm də daxili investisiyaların əvvəlki ilə müqayisədə azalması baş verir, amma daxili investisiyaların məbləğinin daha sürətlə azalması müşahidə olunur: 2019-cı ildə daxili investisiyaların məbləği 2016-cı ildəkinin yarısı qədər olub, yəni 2 dəfə azalıb.

2015-2019-cü illərdə qeyri-neft sahəsində əsas kapitala istiqamətləndirilən investisiyaların məbləği davamlı olaraq yüksəlib: 2018-cü ildə bu sahədə əsas kapitala istiqamətlənmiş investisiyaların məbləği 1.0 milyard AZN olduğu halda, 2019-cu ildə təqribən 12.8 milyard AZN olub, yəni 12 dəfədən çox yüksəlib .Müqayisə üçün: qeyri-neft sahəsində yaradılan illik ÜDM-in nominal miqdarı həmin dövrdə 4.4 milyarddan 30.5 milyard manata artıb, yəni 6.9 dəfə artıb. 2010-2017-cü illər dövründə qeyri-neft sektoruna yönəldilən investisiyaların məbləği neft-qaz sənayesini qabaqlayıb, hətta 2009-2017-ci illər dövründə bu üstələmə 2- 3 dəfə təşkil edib. Son 3 ildə (2017-2019-cu illərdə) qeyri-neft sahəsində əsas kapitala sərmayələrin məbləği ildən-ilə azaldığı halda, neft sahəsinə investisiyalar tədricən yüksəlməkdə davam edir: 2019-cu ildə ölkə iqtisadiyyatında əsas kapitala istiqamətləndirilən bütün investisiyanın 54.8 faizi neft sahəsində həyata keçirilib. Qeyri-neft sahəsinə istiqamətlənsirilən investisiyaların məbləği 2013-cu ildə qeyri-neft ÜDM-nin 36.2%-i, 2013-cü ildə 41.8%-i, 2015-ci ildə isə 25.6%-i qədər olub. (https://www.stat.gov.az).

2003-2019-cu illərdə qeyri-neft sahəsinə kapital qoyuluşlarının yüksəliş templəri çox kəskin dəyişikliklərə məruz qalmasına (yüksək artımların kəskin azalmalarla əvəzlənməsinə) baxmayaraq, qeyri-neft ÜDM-nin artım templəri nisbətən sabit olub: kapital qoyuluşunun hətta yüksək artımlarında

belə ÜDM artımı çox az olub, hətta bəzi hallarda azalıb. Məsələn, 2005-ci ildə qeyri-neft sahəsinə kapital qoyuluşu 36.0%, bu sektorda ÜDM isə 13.8% artıb, amma 2008-ci ildə bu artımlar müvafiq olaraq, 65.8% və 8.3%, 2008-ci ildə 78.2% və 16.0% olub. Yaxud 2007-ci illə nisbətdə 2008-ci ildə kapital qoyuluşunun artım tempi 45.2 faiz bəndi artdığı halda, qeyri-neft ÜDM-nin artım tempində 5.3 faiz bəndi azalma qeydə alanıb. Hətta investisiya laqı nəzərə alınsa belə, qeyri-neft sahəsində kapital qoyuluşlarının yüksək artım yaxud kəskin azalma templərinin sahə üzrə ÜDM-in artım templərinə uyğun təsirləri müşahidə olunur. Bu vəziyyət əsas kapitala istiqamətləndirilən investisiyaların böyük hissəsinin infrastruktur tikintisinə istiqamətlənməsi ilə izah oluna bilər: həmin infrastrukturdan fəal şəkildə yararlanan kifayət qədər təsərrüfat subyektləri olmadıqda belə kapital qoyuluşlarının ÜDM artımına təsiri lazımi qədər olmur (bundan fərqli olaraq, məhsul istehsalı prosesində iştirak edən texnika və texnologiyanın alınmasına yönəldilən investisiyanın ÜDM-in artımına təsiri daha tez özünü biruzə verir). (https://www.stat.gov.az).

Nəticə

1.Qiymətləndirmənin nəticələrinə əsasən qeyd edə bilərik ki, qeyri- neft sahəsinin ÜDM-də payının çoxalması davamlı iqtisadi inkişaf və investitisiyalar üzərində müsbət təsirlər göstərir .

2.Qeyri-neft sənaysinin inkişafının müəyyən edilmiş prioritet istiqamətlərini nəzərə alaraq qeyri-neft ixracının həcminin artırılması və yeni bazarlara çıxışın təmin olunması hazırkı iqtisadi inkişaf mərhələsində olduqca vacid faktorlardandır.

3.Qeyri-neft sektorunda investisiya potensialının təşviqi və digər prioritet sahələrə birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi məqsədi ilə müntəzəm olaraq ölkədə və xaricdə biznes forumların və digər işgüzar tədbirlərin təşkil edilməsi, investisiya yönümlü beynəlxalq tədbirlərdə iştirakın intensivləşdirilməsi, o cümlədən ölkədəki prioritet sahələri təşviq edən təşviqat materiallarının və elektron resursların hazırlanması və geniş yayılması nəticəyönümlü məsələlərdəndir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Cahangirov P. H. (2018). Müasir şəraitində qeyri-neft sektorunun investitisiya qoyuluşlarının formalaşdırılması amilləri, Azərb. Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İn-tu. Bakı, 1-198
2. Əliyev V. N. (2018). Azərbaycanın qeyri-neft sektorunda investitisiya potensialından istifadənin tənzimlənməsi problemləri, Bakı, Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyası, 1-211
3. Əsgərov R. A. (2016). Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşu və onun tənzimlənməsi, (monoqrafiya) Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Universteti, 1-203
4. Fərzəliyev M. P (2017). Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının inkişaf problemləri", (monoqrafiya) Bakı, Azərbərbaycan Dövlət İqtisad Universtetiti, İqtisadi Araşdırmalar Elmi-tədqiqat İnstitutu, 1-210
5. Süleymanov.E.N, və Zeynalov.A.M (2018). Azərbaycan Respublikasinda qeyri-neft sektoru üzrə idxal-ixracın mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi" (monoqrafiya) Bakı, Azərnəşr, 1-278
6. https://www.stat.gov.az

Startaplara İnvestisiya Qoyuluşlarının Həyata Keçrilmə Mərhələlərinin Təhlili

İsmət Ağamirzəyev

ismet19agamirzeyev@gmail.com

Xülasə

Startaplar parlaq ideyalar əsasında yeni yaranmış və sürətlə inkişaf edən şirkətlərdir. Maliyyələşmə starataplar üçün əsas rol oynayır, çünki startapların əsas xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyə vəsaitinin çatışmazlığıdır. (bəzi hallarda startapın fəaliyyəti bazar üçün gizli xarakter daşıyır, yəni tam olaraq qeydiyyatdan keçmədən fəaliyyət göstərir.). Bu məqalədə startapların həyat dövrünə uyğun olaraq potensial maliyyələşmə mənbələri, inkişaf mərhələləri və onların növlərini təqdim edir. Eyni zamanda maliyyələşmə mənbələrini, forma və alətlərini sistemləşdirməkdir. Tətqiqatda müqayisəli üstünlük, sintez və statistik yanaşma metodlardan istifadə edilmişdir. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır. Təqdim olunan təsnifat həm dövlət qurumları, həm də özəl şirkətlər tərəfindən inkişaf proqramlarında, strategiyalarda, normativ sənədlərdə istifadə edilə bilər. Məqalə mövzusu həm yerli həm də, qlobal səviyyədə elmi əsərlərin az olduğu sahədir. Buna görə, bu tədqiqat sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirmə strategiyasını daha yaxşı başa düşməyə kömək edə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və qlobal səviyyədə startap sahəsi ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək araşdırmalar üçün faydalı bir mənbə və təşviq ola bilər. Tətqiqatın nəticələrinin tətbiqi, həmdə startap ekosisteminin formalaşmasının bir hissəsi kimi elmi tədqiqt bazasının yaranması, starataplara investisiya cəlb edilməsi zamanı elmi-statistik vasitə, tədris prosesində istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: Startap, investisya, innovasiya, startapların maliyyələşmə mərhələləri.

Giriş

İnnovativ inkişaf yolu seçən 21-ci əsrin müasir şirkətləri ənənəvi iqtisadi biznes modellərindən, analitik metodlardan və planlaşdırma metodlarından uzaqlaşırlar. Startap adlanan bu gənc innovativ şirkətlər, yeni yüksək gəlirli və sürətli böyüyən bazar seqmentlərinə girməyə imkan verən yenilikçi yanaşmalar axtarır. Yeni yanaşmalar şirkətlərə böyük maliyyə yatırımları, uzun və mürəkkəb analitik hesablamalar aparmadan sürətli böyüməyə və inkişaf etməyə imkan verir. Startaplar yeni mənbələr və alətlər vasitəsilə maliyyələşdirilir. Sürətli böyümə mərhələsində, məhdud bank kreditləşməsi alətləri ilə şirkətlər əlavə maliyyə mənbələrinə ehtiyac duyur ki, bu da yeni növ vasitəçilərin, məsələn kraudfandinq fondları və platformaları, vençur fondları, özəl fondlar, habelə iş mələkləri və strateji investorların meydana çıxması ilə nəticələndi. Bu məqalədə startapların həyat dövrünə uyğun olaraq potensial maliyyələşmə mənbələri, inkişaf mərhələləri və onların növlərini təqdim edir. Eyni zamanda maliyyələşmə mənbələrini, forma və alətlərini sistemləşdirməkdir. Bu gün startaplar bütün dünyada innovativ iqtisadiyyatın inkişafında əsas rol oynayır və yüksək inkişaf templərini göstərir. Qlobal startap iqtisadiyyatı 2016 və 2018-ci illər arasında 2.8 trilyon dollar dəyər meydana gətirərək böyüməyə davam edir. Bu, əvvəlki dövrdən 20.6% artım və cəmi beş il əvvəlkindən iki qat çoxdur. Bununla əlaqədar olaraq, son onillikdə ümumi VC (vençur kapital) sərmayələrinin həcimi 220 milyard dollar olduğunu görürük. 2008-ci ildən 2016-cı ilə qədər dövrdə startapların orta illik artımı sektor üzrə aşağdakı kimidir: Blockchain - 17,9%; müasir istehsal və robototexnika (Advanced Manufacturing & Robotics) - 15,3%; kənd təsərrüfatı texnologiyaları (Agtech & New Food) - 14,3%; süni intellekt, big data və analitika (Big Data & Analytics) - 12,9%; təhsil texnologiyası (Edtech) - 7,4%; maliyyə texnologiyası (Fintech) - 6,8%. (Moroni et al., 2015; Global Startup Ecosystem Report 2018 startupgenome.com/report2018).

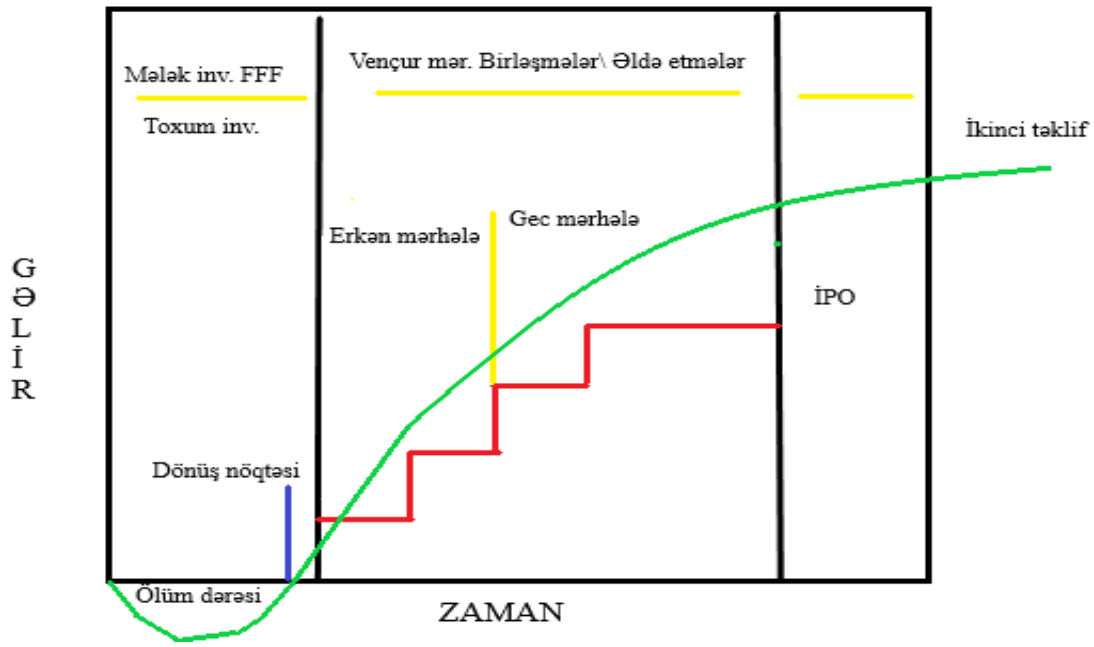
Startapların inkişaf mərhələləri və maliyyələşməsi

Bu gün startap iqtisadiyyatı anlayışı inkişafının başlanğıc mərhələsindədir, buna görə əksər elmi və praktik ədəbiyyat müəllifləri "startap" anlayışını təyin edərkən müxtəlif yanaşmaları görə bilərik. E.Ris, sahibkar və təşəbbüskar idarəetmə nəzəriyyəçisi, Qənaətcil Startap kitabında belə tərif verir: "Startap – ifrat qeyri-müəyyənlik şəraitində yeni məhsul və xidmətlər hazırlamaq üçün qurulmuş ictimai institutudur." P.Graham, təşəbbüskar və vençur kapitalist hesab edir ki, "startap sürətli inkişaf üçün yaradılan bir şirkətdir. Yeni qurulan bir şirkət özlüyündə bir startap deyil. Əhəmiyyətli olan tək şey böyümədir. Startaplarla əlaqələndirdiyimiz hər şey böyümədən qaynaqlanır. S. Blank və B. Dorf, startapların "böyüməkdə olan və genişlənə bilən bir iş modelini kimi mövcud olan müvəqqəti quruluşlar" olduğunu iddia edirlər. (Ris, 2017; Blank & Dorf , 2013).

Mauryaya görə startaplar həyat dövrü boyu üç inkişaf mərhələsindən keçirlər. Birinci mərhələ, Problem / Həll - bazarın həll edilməli olan bir problemin olub olmadığını araşdırılır. Bu vəziyyətdə ideya ən vacib element deyil. Hətta dəyəri çox az ola bilər, amma onun həyata keçirilməsi geniş həcimdə investisya tələb edə bilər. Mövcud problemin həll olunması, həmçinin startap müştərilərin / istifadəçilərin ehtiyac duyduğu məhsul və xidməti hazırlamaq və inkişaf etdirmək və bunun üçün ödəniş etməyə razı olub-olmadığını müəyyən etməlidir. Bundan sonura problem həll edilməlidir. İkinci mərhələ Məhsul/Bazar - tətbiq olunan ideyanın həqiqətən istifadəçilərə ehtiyac duyduğu sualına cavab verməlidir. Birinci mərhələdən sonura mövcud problemin həll edilməsinin məqsədini və ya qismən bir həllin qurulmasının mümkünlüyünü araşdırmaq lazımdırsa, sonrakı mərhələdə fərqli ölçüləri sınamaq və təhlil etmək vacibdir. Bu mərhələdə yeni məhsulun konkret müştəri problemlərini nə dərəcədə həll etdiyini müəyyənləşdirir. Üçüncü mərhələ Əhatəlilik/Miqays – startapın genişlənməsi və böyüməsini əhatə edir, hansı ki, işçi sayının artmasına, bazar payının artmasına və ya daha çox gəlir əldə etməsinə səbəb olur. Yatrım üçün ideal vaxt 2-ci mərhələdən sonra (məhsul / bazar uyğunluğu) və ya bazarın gələcək artımının potensialını görmək üçün məhsulun sınaqdan keçirildikdən sonradır. İkinci mərhələdən sonra startap qurucularının, eləcə də potensial investorların hədəfləri biznesin genişləndirilməsidir. (Maurya 2012).

Müəlliflər qeyd edirlər ki, məhsul və ya xidmətlərin yeniliklərinə diqqəti yönəltməyən hər hansı bir iş modeli sartap kimi qəbul olunmur. Ədəbiyyatlarda mövcud olan tərifl ər, aşağıdakı xüsusiyyətləri staratapların xarekterik xüsusiyyətlər olduğuna dair bir nəticəyə gəlməyə imkan verir: bir startap innovasiya sahəsində iş görməyə yönəlmiş, bazar seqmentində sürətli böyüyüməsi və genişlənməsi, qeyri-müəyyənlik, iflas riskinin artması; fəaliyyətində müasir texnologiyadan istifadə edir. Hər hansı bir innovativ startap gələcək satış həcmi, bazar gücü, qiymət, kapital dəyəri, maliyyələşdirmə metodları və vaxt məhdudiyyəti ilə bağlı xüsusi fərziyyələr əsasında inkişaf etdirilir. Beləliklə, bir startapın yaradılması və inkişafı yüksək risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində həyata keçirilir. Şəkil 1-də, yüksək riskli startapın toxum mərhələsinə və erkən böyümən mərhələsinə, startapın sınma nöqtəsinin həddini keçdiyi vaxta uyğun olduğunu əks etdirir. Riskin orta dərəcəsi qazanc başlandıqdan sonra erkən böyümə mərhələsinə uyğundur və sürətli inkişaf mülayim hala gəldikdə gec böyümə mərhələsinə daxil olur. Aşağı risk gec böyümə mərhələyə uyğundur. Startapın həyat dövrünün mərhələlərinin xüsusiyyətlərini xarakterizə edirik.

Şəkil 1: Startapların maliyyələşmə mərhələləri.



Mənbə: (Charles McLellan https://www.zdnet.com/article/understanding-the-enterprise-startup-lifecycle/)

1. *Toxum mərhələsi (Seed stage).* Bir şirkətin həyat dövrünün ilk mərhələlərində, bir qayda olaraq, qeyri-sabit və ya mənfi pul axını nümayiş etdirirlər və əməliyyat tarixçəsi və girovu yoxdur, bu borc maliyyələşdirməsinin ənənəvi formalarının imkanlarına uyğun gəlmir. Nəticə etibarilə bu mərhələdəki startapların investisiya ilə əlaqəli risklər ümumiyyətlə yüksək olur. Adətən bu cür şirkətlərdə kapital qohumlarından, dostlarından və ya digər insanlardan özəl sərmayə, kraudfandinq maliyyələşdirmə mexanizmi və ya işgüzar mələk sərmayələri, yəni layihənin perspektivlərinə inanan və mülk sahibi ilə birlikdə iflas riskini çəkməyə hazır olan investorlardan gəlir.

2. *Erkən mərhələ (Early grow).* Erkən mərhələdə şirkətlər məhsul və xidmətləri üçün bir bazar formalaşdırır və fəaliyyətlərindən qazanc əldə etməyə başlayırlar. Bu mərhələdə, bank kreditləri və ya vençur kapitalı kimi mənbələri cəlb etməklə əvvəlkindən daha çox maliyyə alətlərindən istifadə edə bilərsiniz. Bununla birlikdə, banklar erkən böyümə mərhələsində startaplara borc verməк üçün tələsmirlər. Bununla yanaşı, şirkətin özü üçün sürətli böyümə strategiyasının həyata keçirilməsi zamanı borcalan maliyyələşdirmə əldə etmək məsələsi əsas rol oynayır. Buna görə də bu mərhələdə dövlət və özəl müəssisə fondları, korporativ akselatorlar, kraudfandinq fondu və platformaları biznesin əsas maliyyələşmə mənbəyidir.

3. *Genişlənmə mərhələsinə və ya gec ödəmə mərhələsinə (later grow)* qədəm qoyan şirkət əməliyyat fəaliyyətlərindən, bank kreditlərindən, özəl fondlardan əldə olunan daxili pul axını hesabına maliyyələşdirmə ehtiyaclarını ödəyə bilir. Bu mərhələdə bir startap istiqraz buraxılışları yolu ilə maliyyələşdirmə üçün kapital bazarlarına müraciət edə bilər, habelə səhmlərinin açıq satışına hazırlıqlara başlaya bilər. Açıq bazara daxil olmaq şirkətlərə strateji məqsədlərini maliyyələşdirməyə, inkişaf üçün imkanlar yaratmağa, səhm sahibləri tərəfindən satılmasına və s. kömək edəcəkdir. Bu mərhələdə kapital artımı şirkətlərin daha da genişlənməsinə imkan verən maliyyələşdirməni əhatə edir.

Startaplar üçün maliyyələşdirmə mənbələri

1. ***Özünümaliyyələşdirmə*** - *(bootstrapping)* Bəzən startap şirkətlərini müstəqil olaraq, üçüncü tərəfin sərmayəsi olmadan yatırım tapmağa cəhd edirlər, buna bootstrapping deyilir. Əslində bu çox çətin bir işdir, ancaq sahibkarlığın təməllərindən biridir və yaradıcı maliyyələşdirmə strategiyasını təmsil edir. Bootstrapping təşəbbüskarın başlanğıcda müəyyən gəlir əldə etməsini nəzərdə tutur ki, bu yalnız startap üçün böyük bir investisiya tələb etmədiyi təqdirdə və üçüncü tərəflər tərəfindən heç bir maliyyə yatırımı edilməməsi halında mümkündür. Bu yanaşmanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, sahibkarlar şirkətlərini tam nəzarətdə saxlayırlar (ortaq sahibkarların olmaması), digər tərəfdən, çatışmazlıq gənc və az təcrübəlidirsə sahibkarın bir növ təcrid oluna bilməsidir və təcrübəli tərəfdaşların və işgüzar əlaqələrin köməyi yoxdur. (Lahm, Little, 2005; Lopac, 2007).

2. ***Bank kreditləri***, ehtimal ki, bir çox sahibkar üçün ən qədim rəsmi maliyyə mənbələrindən biridir və həqiqətən bir şəxsin və ya şirkətin bir və ya bir neçə bank təşkilatından kredit ala biləcəyini bildirir. bank krediti ilə startap şirkətinin davamlılığı arasında çox yüksək və müsbət bir əlaqəni göstərir. Buna baxmayaraq, bank krediti ilə davamlılıq arasında qeyd-şərtsiz bir mənfi əlaqə olur. Bu mənfi korrelyasiyanın səbəbi, başqa bir investisiya forması almış və eyni zamanda bazarda uğurla fəaliyyət göstərən startap şirkətlərin sayının artmasıdır. Çox böyük bir məlumat panelindəki son araşdırma (2007-2009 dövründə 9715 startap şirkəti), yüksək texnoloji startapların bank kreditindən istifadə edən digər sənaye sahələrində fəaliyyət göstərən şirkətlər müqayisədə azdır. (Brown, Degryse, Hoewer, Penas, 2012).

3. ***3F - Dostlar, Ailə və tanışlar*** - biznes mələkləri, müxtəlif fondlar və ya banklar kimi xarici sərmayələrə müraciət etməzdən əvvəl sahibkarlar ilkin vəsaitlərini dost və ailə kimi ən yaxın və tanış olan insanlardan toplamağa çalışmalıdırlar (qeyri-rəsmi maliyyələşdirmə mənbələri). Bu, investorların maliyyələşməsinin "ilk xətti" dir və buna çox vaxt "səfehlər" deyilir, çünki pulları startap şirkətlərərinə yatırırlar, baxmayaraq ki, bütün məlumatlar göstərir ki, çox sayda startap şirkətləri fəaliyyətinin ilk üç ilində uğursuz olur.

3. ***İş mələkləri*** *(Business angels)*- sahibkarlara biznes ideyalarını həyata keçirməkdə kömək edən investorlardır. Bundan əlavə, iş mələkləri öz biliklərini, təcrübələrini və maliyyə qaynaqlarını yalnız yeni başlayanlar ilə deyil, həm də artıq irəliləyişləri olan, lakin müvəqqəti olaraq maliyyə çətinlikləri olan iş yerləri ilə bölüşməkdə kömək edirlər. İş mələklərinin ən böyük dəyəri bacarıqlar, təcrübə və işgüzar əlaqələri təmin edən "ağıllı maliyyələşdirmə" dir, investisiya qoyuluşunun ən çox yayılan səbəbləri qazanc əldə etmək, sahibkarlığı, işgüzar fəallığı təşviq etmək və yeni dəyər yaratmaqdır. Bir şirkətə investisiya qoymadan əvvəl müqavilə investor olaraq iş mələyi ilə startapın qurucusu arasındakı əlaqəni müəyyənləşdirir. Müqavilədə ümumiyyətlə investisiya dəyəri, investisiya müddəti, investisiya qiyməti və şirkətdən çıxma strategiyası mövcuddur. (Sharifyanova, Khazhieva, 2016).

4. ***Vençur maliyyələşmə*** - Öz pullarını erkən startaplara qoyan iş mələklərindən fərqli olaraq, vençur kapitalı ilə yatırım edənlər digər insanların pullarını yatırırlar. Ən çox yayılmış quruluşda vençur kapitalının investorları məhdud ortaqlıq şəklində fondlar qururlar, institusional sərmayədarlar və ya məhdud bir ortaq olaraq varlı şəxslər bu fondlar portfel şirkətlərinə kapital qoyur. Bu kapital bazarındakı artıq vəsaitləri yüksək böyümə potensialı olan, lakin institusional investorlara birbaşa çıxışı olmayan şirkətlərlə bağlayır. Son bir neçə onillikdə vençur kapitalının investorları innovativ şirkətlər üçün dəyərli maliyyə mənbəyi olmuşdur, o cümlədən bu gün Apple, Amazon, Facebook, Google, Intel, Microsoft və s. Lakin, son zamanlarda vençur kapitalına istiqamətli tendensiyalar

dəyişməkdədir, investisiyalar startapların həyat dövrünün daha az riskli mərhələlərinə doğru yatırım edirlər. (McCahery, Vermeulen 2016).

6. ***Kraudfandinq*** *(Crowdfunding)*- Son on ildə aktuallaşan və daha erkən mərhələli maliyyələşmənin daha ənənəvi mənbələrini pozan digər potensial maliyyələşdirmə mənbəyidir. Kraudfandinq ümumiyyətlə onlayn platformalar vasitəsi ilə həyata keçirilən çox sayda şəxsdən az miqdarda pul toplamaq yolu ilə ticari müəssisələrin (və ya layihələrin) maliyyələşdirilməsi praktikasıdır.

7. ***Strateji investorlar***. İşgüzar mələklərdən fərqli olaraq strateji investorlar həm böyümənin son mərhələlərində şirkətlərin səhmlərini satın alan həm də fiziki və hüquqi şəxslər ola bilərlər. Bir payın və ya bir şirkətin bütün strateji investora satılması, bir qayda olaraq, əvvəlki turun investoru ilə innovativ şirkət arasındakı münasibətlərin son mərhələsidir. Artıq güclü və eyni zamanda əhəmiyyətli potensiala sahib olan şirkət, sinergik effekt şəklində alıcıya əhəmiyyətli fayda gətirə bilər. (Markovskaya, Burkovskaya 2017).

8**. *Portfel investorları***. Bunlar genişlənmə mərhələsində şirkət qiymətli kağızlarını alan və satan fiziki şəxslər, banklar və digər maliyyə təşkilatlarıdır.

Metod

Bu məqalədə Saunders tərəfindən izah edilən induktiv tədqiqat yanaşmasını tətbiq etdik. Bu yanaşma, tədqiqatçıya müəyyən bir mənzərədən nümunələri müəyyənləşdirmək üçün empirik məlumat toplamağa imkan verir və sonra tədqiqat sahəsi üçün ümumi bir nəticəni formalaşdırır. Tətqiqatda müqayisəli üstünlük, sintez və statistik yanaşma metodlardan istifadə edilmişdir. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır. Tədqiqat suallarımızı cavablandıra bilmək üçün bütün müvafiq mövzular daxil olmaqla ikinci dərəcəli məlumatlar toplanıb analiz edilib. İkinci dərəcəli məlumatlar əsas hissəsi, elmi mövzularla əlaqəli axtarış sözlərindən istifadə etməklə akademik verilənlər bazalarında aşkar edilmiş elmi məqalələrdən və tədqiqat işlərindən toplanmışdır. Aşağda WOS (Web of Science) və Google Scholar haqqında ikinci dərəcəli məlumatlar axtararkən istifadə olunan açar sözlər göstərilir.

Ədəbiyyat tədqiqatlarını tapmaq üçün istifadə olunan əsas açar sözlərin birləşməsi "startaplara investisya" və ya "investisya raundları" və "İnvestisiya" və ya "İnnovasiya" "startaplar" və "startapların maliyyələşmə mərhələləri" və ya " startapların maliyyələşmə mənbələri".

Analiz

Mövzular / Təchizatçılar	Maliyyə əmsalının forması	Maliyyələşmə alətləri	Startapların	həyat	mərhələləri
			Toxum(seed)	Erkən böyümə	Sonuradan böyümə
Kommersiya bankları	Hibrid	Geriqaytarılan kredit	•		
		Mənfəət krediti	•		
		Zəmanət	•		
		Subordinasiya krediti		•	•
		Təminarsız kredit		•	•
	Borc	Körpü krediti		•	•
		Bank krediti		•	•
		Bond			•
		İstiqraz			•
Ailə, dostlar, qohumlar (3F)	Kapital	Səhmdar kapitalı	•		
		Səhmlərin alınması	•		
Vençur fondları	Kapital	Səhmdar kapitalı	•	•	•
		Səhmlərin alınması	•	•	•
	Hibrid	Geriqaytarılan kredit	•		
		Mənfəət krediti	•		
		Zəmanət	•		
		Təminatsız kredit		•	•
	Borc	Bank krediti		•	•
Korporativ akselatorlar korporativ dövlət şirkətləri	Kapital	Səhmdar kapitalı	•	•	•
		Səhmlərin alınması	•	•	•
	Hibrid	Geriqaytarılan kredit	•		•
		Mənfəət krediti	•		•
Mələk İnvestorlar	Kapital	Səhmdar kapitalı	•	•	•
		Səhmlərin alınması	•	•	•
	Hibrid	Geriqaytarılan kredit	•		
		Mənfəət krediti	•		
Stratejik İnvestorlar		Səhmdar kapitalı		•	
		Səhmlərin alınması		•	
Portfel investisyalar	Borc	Bank krediti			•
		Istiqraz			•
		Bond	•	•	•
Kraudfandinq	Kapital	Səhmdar kapitalı	•	•	
		Səhmlərin alınması	•		
	Hibrid	Geriqaytarılan kredit	•		
		Mənfəət krediti	•	•	•
		ICO	•	•	•
	Borc	Bank krediti		•	•

Cədvəl 1-də həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə hər mərhələ üçün uyğun olan maliyyələşmə alətlərinin analitik kombinasiyasını görürük və nəticə olaraq bu mərhələlərdə startapın hansı maliyyələşmə alətindən istifadə etməsi əlverişli və az riskli olanı seçməklə daha uğurlu və uzunmüddətli fəaliyyət göstərə biləcək. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır.

Həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə həyata keçirilir. Maliyyələşdirmənin hibrid forması kapital və borc maliyyə alətləri elementlərini birləşdirən maliyyələşdirmə mənbəyindən, məsələn, mənfəətdə iştirak edən kreditdən və ya əvvəlcə borc götrülmüş olan bir kreditdən və sonradan əldə edilmiş borc mənbəyindən istifadə edilməsinə aiddir.

Startapın erkən böyümə mərhələsinə çatmazdan əvvəl maliyyələşdirmənin əsasən kapital forması istifadə olunur, yəni şirkət yalnız səhmlərin satılması yolu ilə vəsait cəlb edir. Bir çox sahibkar bu üsuldan yayınmağa çalışır, çünki erkən mərhələlərdə şirkətin aşağı dəyərində səhmlərini satmağa məcbur olurlar. Cəmiyyətin mülkiyyətində böyük bir payın (50% -dən çox) satılması da rəqabət qabiliyyətinin itirilməsinə səbəb olur, çünki investorların fikrincə, startap yaradıcılarının iş nəticələrinə olan marağını azaldır. Səhmdar maliyyələşdirmədən istifadə edilməsinin səbəbi, şirkətlər tərəfindən kapitalın maliyyələşdirilməsi baxımından kapitalın maliyyələşdirilməsini mahiyyətcə bərabərləşdirən borc öhdəliklərinin yüksək olmasıdır. Startap maliyyələşdirmə vasitələrinin tətbiqinin təhlili onların həyat dövrünün müxtəlif mərhələləri üçün xarakterik olan bir sıra xüsusiyyətləri aşkar etmişdir. Toxum mərhələsində: kapitala investisiya qoymaq və bir şirkətdə pay almaq kimi kapital maliyyələşdirmə vasitələrindən istifadə olunur. Hibrid alətlər kimi toxum mərhələsində maliyyələşdirmə borc forması mümükün deyil. Əsas hibrid alətlər bunlardır:

- ICO (İlkin sikkə təklifi). Startap üçün yeni və aktiv bir populyar maliyyələşmə alətidir və kriptovalyutadan istifadə üçün ən uyğun yol hesab edilir. ICO – məhsul və xidməti token (startapın özünəməxsus pul vahidi) əldə etməklə almaq olar və bu tokenlərdən əldə edilmiş maliyyə strtapın inkişafına sərf edilir. İlkin sikkə təklifi (ICO) və ya ilkin valyuta təklifi kriptovaluytadan istifadə etməklə maliyyələşdirmə növüdür. (Fisch, 2019).

- konvertasiya edilə bilən kredit. Buna əsasən, bir tərəf (borc verən) digər tərəfə (borcalana) borcalanın hissələrinə razılaşdırılmış şərtlərlə çevrilə bilən və ya geri qaytarılmalı olan borc verir. Seçmə hüququ, bir qayda olaraq, borc verəndə qalır və bir sıra şərtlər müəyyən edilə bilər. (Buzk, 2018).

- təminatsız kredit ödəməsi (mezzanin krediti)- nisbətən böyük bir kredit, bir qayda olaraq, təminatsız (əmlak girovu olmadan verilir) və ya girovun dərin bir iyerarxik quruluşuna sahibdi. Belə bir kredit, müddətin sonunda kredit orqanı tərəfindən ödənilməklə ən az üç ilə beş il müddətinə verilir. Təminatsız kredit ödəməsi, layihələrə təşəbbüs göstərən şirkətlərə əhəmiyyətli kapitala sahib olmadan böyük sərmayə qoymağa imkan verməkdir. (E. Petrikova, 2013).

Nəticə və təkliflər

Bu məqalədə, startapları həyat dövrlərini inkişaf mərhələlərini izah edir və sistemləşdirir. Həyat dövrü üç əsas mərhələni əhatə edir: toxum mərhələsi, erkən inkişaf mərhələsi və genişlənmə mərhələsi. Startapların həyat dövürlərində əsas problemli xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyə vəsaitinin çatışmazlığıdır (bəzi hallarda startapın fəaliyyəti bazar üçün gizli xarakter daşıyır, yəni tam olaraq qeydiyyatdan keçmədən fəaliyyət göstərir). Bu da startapın iflas riskini artıran əsas faktorlardan biridir. Bu tədqiqat startapların inkişaf mərhələsinə uyğun olaraq maliyyə mənbələrinə müraciəti üçün aparılmışdır. Şəkil 1-ə əsasən startaplar hansı maliyyələşmə mənbələrindən istifadə etməsi daha səmərəli və adekvat olduğnu müəyyən edə bilər. Bundan əlavə, cədvəl 1-də həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə hər mərhələ üçün uyğun olan maliyyələşmə alətlərinin analtik kombinasiyasını

görürük və nəticə olaraq bu mərhələlərdə startapın hansı maliyyələşmə alətindən istifadə etməsi əlverişli və az riskli olanı seçməklə daha uğurlu və uzunmüddətli fəaliyyət göstərə biləcək. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır. Təqdim olunan təsnifat həm dövlət qurumları, həm də özəl şirkətlər tərəfindən inkişaf proqramlarında, strategiyalarda, normativ sənədlərdə istifadə edilə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və qlobal səviyyədə startap sahəsi ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək araşdırmalar üçün faydalı bir mənbə və təşviq ola bilər. Tətqiqatın nəticələrinin tətbiqi, həmdə startap ekosisteminin formalaşmasının bir hissəsi kimi elmi tədqiqt bazasının yaranması, starataplara investisya cəlb edilməsi zamanı elmi-statistik vasitə, tədris prosesində istifadə oluna bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Alejandro C. Barbara C. (2016) “The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know” Published by John Wiley New Jersey – 199 p.
2. Blank S., Dorf B. (2012). Startup: Founder’s Handbook. The Startup Owner’s Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. Ranch Publ., 608 p.
3. Brown M., Degryse H., Hoewer D., & Penas M. (2012). How Do Banks Screen Innovative Firms? Evidence from startupPanel Data. ZEW - Centre for European Economic Research, Discussion Paper No. 12-032. http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp12032.pdf. Accessed 15 April 2013.
4. Bormotova R.V. (2017). The Essence of the Warrant and Its Application in Russia. In: Competitiveness of the Territories: Materials of the XX All-Russian Economic Forum of Young Scientists and Students, p. 191–194.
5. Ezangina I.A., Khmurova T.V. (2016). Promising Tools of Project Finance: Contemporary View. Financial analitica: Science and Experience, no. 20, p. 18–32.
6. Markovskaya E.I., Burkovskaya A.V. (2017). New Approaches to Strategic Investor Decision-Making. Russia and St. Petersburg: Economic and Education in XXI Century: conferences collected works. St. Petersburg: p. 278–285.
7. Jeannette Paschen “Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle” Business Horizons Volume 60, Issue 2, March–April 2017, p. 179.
8. Ovanesova U.S. (2015). Mezzanine Financing as a New Direction for Russia. Accounting and Financing, no. 4 (44), pp. 260–272.
9. Marmer, M., Hermann B.L., & Berman R. (2011). Startup Genome Report, A new framework for understanding why startups succeed. www.wamda.com/web/uploads/resources/Startup_Genome_Report.p df. Accessed 20 April 2013.
10. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to Plan That Works, http://www.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=j4hXPn233. Accessed 20 April 2013.
11. Marina Klačmer Čalopa Jelena Horvat Maja Lalic “Analysis Of Financing Sources For Start-Up Companies” Management, Vol. 19, 2014, 2, pp. 19-44.
12. Moroni I., Arruda A., Araujo K. (2015). The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment. no. 3, pp. 2199–2204. Available at: http://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.361.
13. Sharpe S., Cosh A., Connell D., Parnell H. (2009). Startup finance, The role of Micro Funds in the financing of new technology-based firms, http://www.nesta.org.uk/library/documents/micro-funds.pdf. Accessed 20 February 2013. 46.
14. Ries E. (2011) “The Lean Startup” Publisher: Currency - 336 p.
15. Salamzadeh A., Kawamorita H. (2015). Startup Companies: Life Cycle and Challenges. Paper at the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship. Belgrade: Available at: http://doi. org/10.13140/RG.2.1.3624.8167.
16. www.economy.gov.az - Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi.

17. www.weforum.org - Dünya İqtisadi Forumu.
18. www.stat.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi.
19. www.startup.az - Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi.
20. www.startupblink.com - StartapBlink Ranking Reportu.
21. www.startupgenome.com - Startap Genomu Reportu.
22. www.zdnet.com/article/understanding-the-enterprise-startup-lifecycle/Charles McLellan.
23. www.paulgraham.com/growth.html Startup Equals Growth / Graham Paul. September 2012.

İnvestisiyaların Səmərəliliyinin Statistik Qiymətləndirilməsi və Təhlili Üsulları

Anar Allahverdiyev

anar771@inbox.ru

Xülasə

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrə investisiyaları öyrənərkən statistikanın əsas vəzifələrindən biri investisiyaların səmərəliliyini düzgün qiymətləndirməkdir. Bu bilavasitə müəssisələrin, şirkətlərin, korporasiyaların, firmaların və başqa təsərrüfat subyektlərinin inkişaf məqsədlərindən irəli gəlir və bunlar yeni istehsalın yaradılmasına, genişləndirilməsinə, texniki yenidən qurulmasına, rekonstruksiyasına və digər ticarət fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşu ilə həyata keçirilir. Bu tədbirlərin keçirilməsinə investisiya tələbatı olduqca böyükdür, eyni zamanda investisiya ehtiyatları olduqca məhduddur. Buna görə də, investorlar, müəssisə rəhbərləri və menecerləri kapital qoyuluşlarından hansı tezliklə,nə dərəcədə gəlir əldə ediləcəklərinə, yəni, investisiyaların nə dərəcədə səmərəli olacagına qarşı laqeyd deyillər.

İnvestisiyaların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi və təhlili zamanı statistika iqtisadi nəzəriyyənin metodoloji prinsiplərinə əsaslanır. Lakin bu metodologiyanın əsas müddəaları başlıca olaraq investisiya obyektlərinin layihələndirilməsi mərhələsinin səmərəliliyinin və maliyyələşdirmə və həyata keçirilməsi üçün onların seçiminin müəyyənləşdirməsi üçün işlənib hazırlansa da, statistikanın əsas vəzifəsi investisiya obyektinin fəaliyyəti və istismarı şəraitində investisiyaların faktiki səmərəliliyini xarakterizə etməkdən ibarətdir. Buna görə investisiya layihəsinin səmərəliliyinin statistik qiymətləndirilməsi investisiya qoyuluşunun və onun həyata keçirilməsinin (fəaliyyətinin) bütün mərhələlərini əhatə edir.

Məqalədə investisiya lahiyələrinin səmərəliliyinin qiymətləndilməsi və təhlili zamanı istifadə edilən statistik və dinamik üsulların mahiyyəti və ilkin şərtləri statistik öyrənilmiş, eləcə də müasir iqtisadi şəraitdə bu metodların çatışmazlıqları müəyyən edilmiş, xalis diskontlaşdırılmış gəlir, investisiyaların rentabellik indeksi, daxili gəlirlilik norması kimi göstəricilərin hesablanması qaydaları izah edilmişdir.

Açar sözlər: investisiya,səmərəlilik, statistika ,üsul.

Giriş

İnvestisiya layihələrinin həyata keçirilməsinin əsas şərti onların investisiya siyasətinə və müəssisənin strateji məqsədlərinə uyğun olmasıdır. İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi investisiya təhlilinin əsas elementlərindən biridir; O,bir neçə investisiya layihəsindən ən səmərəlisinin düzgün seçilməsi, investisiya proqramlarının təkmilləşdirilməsi və risklərin minimuma endirilməsi üçün əsas vasitədir.

İnvestisiya layihələrinin qiymətləndirilməsi üsulları bütün hallarda vahid ola bilməz, çünki investisiya layihələri xərclərin miqyasına, faydalı istifadə müddətinə və faydalı nəticələrinə görə bir-birindən fərqlənir.

Statistikada investisiyaların səmərəliliyinin müəyyən edilməsi üsullarına iki yanaşma vardır. Birinci yanaşmanın əsasında investisiya qoyuluşu və onun nəticələrinin reallaşdırılmaı ilə baglı faktiki məlumatlar durur(vaxt faktorunu nəzərə almadan).İkinci yanaşma isə müxtəlif vaxtlarda olan xərclərin müqayisəli vəziyyətə gətirilməsinə əsaslanır. *(Ильенкова, 2004. с. 446).*

İnvestisiyaların Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi Üsulları

İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üsullarını 2 qrupa ayırmaq olar:

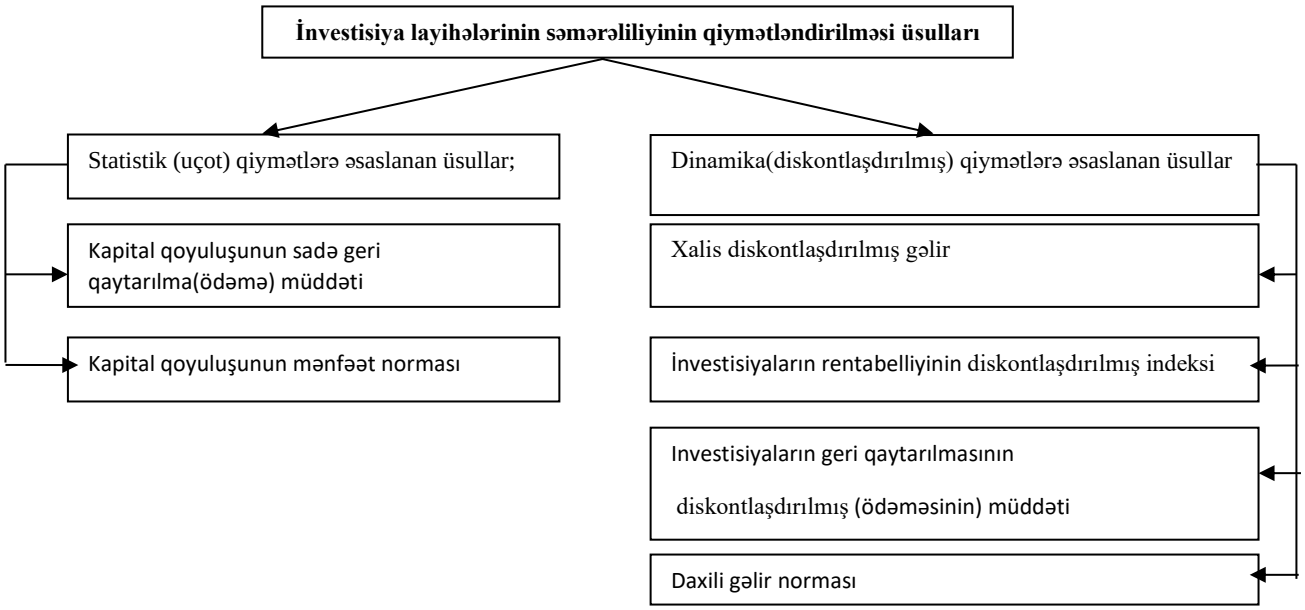
Statistik (uçot) qiymətlərə əsaslanan üsullar: Bu qrupa daxil olan üsullar vaxt amilini nəzərə almadan faktiki investisiya məlumatlarına və onların realizasiyasının nəticələrinə əsaslanır. İnvestisiya

layihələrinin qiymətləndirilməsinin başlangıc mərhələlərində istifadə edilən statistik üsullarla səmərəlilik göstəricilərinin hesablanması öz sadəliyi ilə xarakterizə olunur. Statistik hesablamalara əsaslanan üsullardan praktikada az hallarda istifadə edilir, çünki əksər layihələrin həyata keçirilməsi müddəti bir ildən çox olur.

Dinamik (diskontlaşdırılmış) qiymətlərə əsaslanan üsullar: Diskontlaşdırılmış qiymətləndirmələrə əsaslanan ikinci qrup dinamik üsullar isə zaman və məkan şəraitində investisiya layihələrinin səmərəliliyini obyektiv qiymətləndirdiyi üçün geniş yayılmışdır. İkinci qrup üsullar müxtəlif dövrlərdəki xərclərin diskont əmsalı vasitəsilə ilə müqayisəli formaya gətirilməsinə əsaslanır. Diskont əmsalı aşağıdakı ifadə ilə müəyyən edilir: *(Теслюк.,Румянцева,2014. С.39).*

$$Ə_d = \frac{1}{(1+E)^t}$$

Şəkil 1. İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üsulları



01.04.2020

Mənbə: (*Афоничкин , Журова, Михаленко , .2017 с.190).*

İnvestisiyaların sadə geri qaytarılma (ödəmə) müddəti, ilkin investisiyanın geri qaytarılacağı illərin gözlənilən sayı kimi müəyyən edilir.Kapital qoyuluşunun geri qaytarılma (ödəmə) müddəti göstəricisi adətən illərlə ölçülür.Bu göstəricidən təkcə kapital qoyuluşlarının səmərəliliyinin müəyyən edilməsində deyil, həmçinin də likvidliklə əlaqədar investisiya risklərinin səviyyəsinin qiymətləndirməsində də istifadə etmək olar (layihənin həyata keçirilməsi müddətindən onun tam geri qaytarılmasına qədərki müddət nə qədər uzun olarsa, investisiya risklərinin səviyyəsi də o qədər yüksək olar). Bu üsuldan geri qaytarılma (ödəmə) müddəti bəzi əvvəlcədən (məsələn, investor tərəfindən) müəyyən edilmiş müddətdən az olan istənilən investisiya layihəsini həyata keçirərkən istifadə olunur.

İnvestisiyalar birdəfəlik və sonrakı illik pul axınları layihə dövrü ərzində təxminən bərabər olan investisiyaların geri qaytarılma (ödənmə) müddəti aşağıdakı düsturla hesablana bilər:

$$PP = \frac{İnvestisiya\ lahiyəsinə\ qoyulan\ kapital\ qoyuluşunun\ həcmi}{illik\ pul\ axının\ (gəlirin\ )həcmi}$$

Bir qayda olaraq, pul axını kimi xalis mənfəət və amortizasiya ayırmalarının məbləgi çıxış edir. Bu üsulun əsas üstünlüyü odur ki, ən riskli layihələrin içərisindən geri qaytarılma (ödəmə) müddəti ən az olan lahiyəni seçməklə riskin nəzərə alınmasını asanlaşdırır. Bu yanaşma, investisiya layihəsinin sonrakı illərdəki pul axını haqqında müəssiələrin kifayət qədər informasiyası olmadığı halda faydalıdır.

Kapital qoyuluşunun mənfəət norması göstəricisinin əsasını orta illik xalis mənfəəti investisiyaların (kapital qoyuluşunun) orta dəyərinə bölünməsi təşkil edir.Kapital qoyuluşunun orta həcmi təhlil edilmiş biznes layihəsinin icra müddəti başa çatdıqdan sonra bütün kapital xərcləri silindiyi halda kapital qoyuluşunun ilkin həcmini ikiyə bölməklə müəyyən edilir. Təcrübədə kapital qoyuluşunun mənfəət norması göstəricisini hesablamaq üçün aşağıdakı düstur istifadə edilir:

$$ARR = \frac{XG}{\frac{1}{2}(İC - QD)}$$

Bu əmsal çox vaxt avanslaşdırılmış kapitalın rentabellik göstəricisi (müəssisənin xalis mənfəətini avanslaşdırılımış vəsaitlərin orta illik dəyərinə bölməklə hesablanır)müqayisə olunur. Bəzi hallarda müəssiəsə rəhbərliyi bu göstərici ilə müqayisə edilən olunan həddin dəyərini təyin edir.Bu üsul orta illik xalis mənfəəti eyni olan, lakin müxtəlif illər ərzində əldə edilən layihələrə fərq qoymur.

Xalis diskontlaşdırılmış dəyər (NPV) göstəricisindəki "xalis" termini aşağıdakı mənanı kəsb edir: pulun məbləgi daxil olan (müsbət) və çıxan (mənfi) axınların cəbri cəmi şəkilində müəyyən edilir. Baxılan üsulun mahiyyətinə müvafiq olaraq, bütün daxil olan pul axınlarının cari dəyəri, investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi üçün cəlb edilən kapital qoyuluşları hesabına çıxan pul axınlarının cari dəyəri ilə müqayisə olunur.Beləliklə, xalis diskontlaşdırılmış dəyər- seçilmiş faiz dərəcəsinə uyğun diskontlaşdırılmış pul axınlarının ümumi cari dəyəri ilə ilkin investisiyaların məbləği arasında olan fərqdir:

$$NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+E)^t} - IC$$

Burada:

PA_i- pul axınını;

E –diskontlaşma dərəcəsini göstərir.

Əgər layihənin NPV-nin pul ifadəsində hesablanmış kəmiyyəti müsbət olarsa (NPV> 0), bu, ilkin kapital məsrəflərinin layihənin istismar müddəti ərzində geri qaytarılacağını və artacagını göstərir. Buna uygun olaraq belə investisiya layihəsi səmərəli hesab edilir və onu həyata keçiriləbilər.Hər hansı layihə üzrə NPV-nin kəmiyyəti nə qədər böyük olarsa,səmərəlliliyi də o qədər yüksək olar.

NPV <0 olarsa, bu nəzərdə tutulan mənfəət normasının təmin edilmədiyini və layihənin zərərli olmasını göstərir.Belə layihənin həyata keçirilməsi iqtisadi

baxımdan məqsədə uygun deyil.

NPV = 0 olarsa,bu layihənin yalnız kapital xərclərini ödədiyini və heç bir gəlir gətirmədiyini göstərir. Bu çür layihələrin həyata keçirilməsi də iqtisadi baxımdan məqsədə uygun sayılmır. *(Афоничкин , Журова, Михаленко , .2017 c.192).*

Əgər investisiya layihəsi birdəfəlik investisiyanı deyil, bir neçə dövr üzrə maliyyə mənbələrinə investisiyanı nəzərdə tutursa, NPV düsturu aşağıdakı formanı alır:

$$NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+E)^t} - \sum_{i=0}^{n} \frac{İC_i}{(1+E)^t}$$

Hesablamaların sadəliyi,additivlik bu üsulun əsas üstünlükləri hesab edilsə də, NPV-nin həddən artıq böyük kəmiyyətinin iqtisadi baxımdan məqsədə uygun investisiya variantına həmişə uyğun gəlməməsi onun çatışmazlıgı hesab edilir.

Rentabellik indeksi NPV göstəricisinin davamıdır.Bununla birlikdə, mütləq kəmiyyət kimi çıxış edən xalis diskontlaşdırılmış dəyər göstəricisindən fərqli olaraq, investisiyaların rentabellik indeksi nisbi kəmiyyət kimi hesablanır və cəlb olunmuş kapital qoyuluşlarının istifadəsinin səmərəliliyini səciyyələndirir.

Əgər investisiyalar birdəfəlik həyata keçirilirsə, onda rentabellik indeksi(PI) aşagıdakı düsturla hesablanır:

$$Pİ = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+E)^t}}{İC}$$

Əgər investisiyalar müəyyən axın şəklində həyata keçirilirsə, onda düstur aşagıdakı formanı alır:

$$Pİ = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+E)^t}}{\sum_{i=0}^{n} \frac{İC_i}{(1+E)^t}}$$

PI> 1, onda o,iqtisadi cəhətdən səmərəli layihə kimi qəbul edilməlidir.Bu zaman NPV> 0 olur.

PI <1 olarsa, onda investora əlavə gəlir gətirmədiyi üçün layihə rədd edilməlidir. Bu zaman NPV <0 olur.

PI = 1 olarsa, bu o deməkdir ki,biznes layihəsinə qoyulan investisiyanın gəlirliliyi rentabellik normativinə uygun gəlir. Bu zaman NPV = 0 olur.

İnvestisiya layihələrini bu meyara müvafiq olaraq qiymətləndirərkən rentabellik indeksnin kəmiyyəti yüksək olan layihə seçilir.

Bu üsulun üstünlüklərinə aşağıdakılar daxildir:

- NPV ilə müqayisədə investisiya layihələri üzrə iqtisadi səmərəliliyi daha yaxşı şəkildə xarakterizə edir;

- bu üsul , investisiya xərclərini, investisiyalardan istifadənin iqtisadi nəticələri ilə müqayisə etməyə imkan verir.

Bu üsulun çatışmazlıqları aşağıdakılardır:

-Alternativ investisiya layihələri üzrə PI ilə hesablamaların nəticələri, NPV ilə hesablamaların nəticələri ziddiyyət təşkil edə bilər;

- bu üsul , investisiya layihələrinin miqyasını nəzərə ala bilmir.

Investisiyaların geri qaytarılmasının (ödəməsinin)diskontlaşdırılmış müddəti (DPP) diskontlaşdırılmış gəlirin məbləğinin bütün diskontlaşdırılmış kapital xərclərini kompensasiya etdiyi müddəti göstərir və o,aşagıdakı düsturla hesablanır:

$$DPP = \frac{\sum_{i=0}^{n} \frac{\text{İ}C_i}{(1+E)^t}}{\sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+E)^t}}$$

Bu düsturdan investisiya layihəsinin bütün dövrlərində diskontlaşdırılmış pul axınlarının təqribən eyni qaldığı zaman tətbiq etmək daha məqsədə uyğundur.

İllik pul daxilolmalarının miqdarı eyni olmadıqda, hesablama başqa şəkildə aparılmalıdır: ilkin xərclərin ümumi məbləğindən tədricən hər ayrı intervalda növbəti ilin pul axınları çıxılır.Bu xərclər mənfi şəklə düşənə qədər davam etditrilir.

Bu göstəricinin çatışmazlıqlarından biri, investisiya qoyuluşlarının geri qaytarılma (ödənmə) müddəti bitdikdən sonra əmələ gələn pul axınlarını nəzərə almamasıdır.

Daxili gəlirlilik normasını (İRR) investisiyanın gəlirlilik səviyyəsinin həddi kimi şərh etmək olar. Daxili gəlirlilik norması dedikdə faiz dərəcəsi(investisiya layihəsinin xalis diskontlaşdırılmış dəyərinin sıfır olduğu zaman) başa düşülür.

Daxili gəlirlilik norması birdəfəlik kapital qoyuluşu zamana aşağıdakı tənliyi həll etməklə müəyyən edilir:

$$NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+\text{İ}RR)^t} - \text{İ}C = 0$$

Burada:

$\text{İ}RR$ - daxili gəlirlilik normasını göstərir.

Bu bərabərlik investisiya layihəsinin icrasına müxtəlif vaxtlı investisiyalar cəlb edildiyi zaman başqa forma alır:

$$NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{PA_i}{(1+\text{İ}RR)^t} - \sum_{i=0}^{n} \frac{\text{İ}C_i}{(1+\text{İ}RR)^t} = 0$$

IRR üsulunun praktiki tətbiqi ardıcıl iterasiya kompleksinin yerinə yetirməsinə aparır ki, onun vasitəsilə NPV=0 bərabərliyini təmin edən diskontlaşdırılmış amil tapılır.

Belə halda diskontlaşdırma dərəcəsinin iki qiyməti (t_1 və t_2) elə seçilir ki, t_1 və $t_2$aralığında NPV öz dəyərini "+" işarəsindən "-" işarəsinə və ya əksinə dəyişsin . Hesablamalar üçün aşagıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$İRR = t_1 + \frac{NPVt_1}{NPVt_1 - NPVt_2}(t_2 - t_1)$$

Təcrübədə IRR verilmiş diskontlaşdırma dərəcəsi ilə müqayisə edilir. Əgər, IRR> r olduğu halda investisiya layihəsi səmərəli hesab edilir və NPV-nin müsbət olmasını i təmin edəcəkdir. IRR <r olması kapital xərclərinin diskontlaşdırılmış pul axınının miqdarından çox oldugunu göstərir və bu zaman layihənın faydasız oldugu qəbul edilməlidir.

İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirməsi üsullarının hesablanması

İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirməsi üsullarının hesablanmasını aşagıdakı şərti məlumatlara əsasən həyata keçirək.Tutaq ki,müəssisə yeni istehsal xəttinin alınması üçün 2 investisiya layihəsini nəzərdən keçirir və məlum olur ki, birinci xəttin dəyəri 15.000 min manat, ikincisi 14.000 min manat olmaqla, hər xəttin istismar müddəti 5 ildir. Avadanlıqların köhnəlməsi xətti amortizasiya üsulu (yəni illik 20%) ilə hesablanır. Avadanlıqların istismarı müddəti bitdikdə onların ləğvi edilməsi nəticəsində əldə edilən məbləğ onun sökülməsi xərclərini ödəməlidir. Tələb olunan mənfəət norması 16% -dir. İlkin investisiyalar müəssisənin öz şəxsi hesabına əsasən həyata keçirilir.

Aşagıdakı cədvəlin məlumatlarına əsasən diskont qiymətləndirməyə əsaslanan hesablama üsullarından istifadə etməklə səmərəli investisiya layihəsini qiymətləndirək :

Cədvəl 1.İnvestisiya layihələrinin həyata keçirildiyi dövr üzrə ilkin məlumatlar, min manat

	İllər				
Göstərici	I	II	III	IV	V
Lahiyə1					
1.Satışdan gəlir	11500	12200	13400	13000	11000
2.Əməliyyat xərcləri(amortizasiyasız)	5100	5304	5516	5537	5266
3.Amortizasiya	3000	3000	3000	3000	3000
Lahiyə2					
1.Satışdan gəlir	10 800	11400	12 800	12 200	10600
2.Əməliyyat xərcləri(amortizasiyasız)	4800	5130	5800	5840	5220
3.Amortizasiya	2800	2800	2800	2800	2800

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Yuxarıdakı cədvəlin məlumatlarına əsasən investisiya layihələrinin həyata keçirildiyi dövrdə xalis pul axınını hesablamaq üçün aşagıdakı cədvəli tərtib edək:

Cədvəl 2. İnvestisiya layihələrinin həyata keçirildiyi dövrdə xalis pul axınının hesablanması, min manat

	İllər				
Göstərici	I	II	III	IV	V
Lahiyə1					
1.Satışdan gəlir	11500	12200	13400	13000	11000
2.Əməliyyat xərcləri(amortizasiyasız)	5100	5304	5516	5537	5266
3.Amortizasiya	3000	3000	3000	3000	3000
4.Vergi tutulan gəlir	3400	3896	4884	4463	2734
5.Gəlir vergisi	680	779	977	893	547
6.Xalis mənfəət (4-5)	2720	3117	3907	3570	2187
7.Xalis pul axını (3+6)	5720	6117	6907	6570	5187
Lahiyə2					

1.Satışdan gəlir	10 800	11400	12 800	12 200	10600
2.Əməliyyat xərcləri(amortizasiyasız)	4800	5130	5800	5840	5220
3.Amortizasiya	2800	2800	2800	2800	2800
4.Vergi tutulan gəlir	3200	3470	4200	3560	2580
5.Gəlir vergisi	640	694	840	712	516
6.Xalis mənfəət (4-5)	2560	2776	3360	2848	2064
7.Xalis pul axını (3+6)	5360	5576	6160	5648	4864

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

İnvestisiyaların rentabellik indeksinin hesablanması aşagıdakı kimi hesablamaq olar:

I lahiyə üzrə

$$P\dot{I}_1 = \frac{20000,14}{15000} = 1,33$$

II lahiyə üzrə

$$P\dot{I}_2 = \frac{18146,17}{14000} = 1,30$$

Hər iki investisiya layihəsi üzrə PI> 1oldugu üçün hər 2 layihə iqtisadi cəhətdən səmərəlidir.

Onu da qeyd edək diskontlaşdırma dərəcəsi 16% olduqda NPV-nin qiyməti müsbətdir (5.000.4 min manat).İndi isə NPV-nin qiymətinin mənfi olan diskontlaşdırma dərəcəsini tapaq:

I lahiyə üzrə 26% diskontlaşdırma dərəcəsi ilə NPV-nin qiymətini təyin edək:

$NPV_1 = \frac{5720}{(1+0,26)^1} + \frac{6117}{(1+0,26)^2} + \frac{6907}{(1+0,26)^3} + \frac{6570}{(1+0,26)^4} + \frac{5187}{(1+0,26)^5}$-15000 =16085,65-15000= 1085,65 min manat

26% diskontlaşdırma dərəcəsində NPV qiymətinin müsbət olaraq qaldığından NPV-nin qiymətini 30% diskontlaşdırma dərəcəsi ilə hesablayaq

I lahiyə üzrə:

$NPV_1 = \frac{5720}{(1+0,3)^1} + \frac{6117}{(1+0,3)^2} + \frac{6907}{(1+0,3)^3} + \frac{6570}{(1+0,3)^4} + \frac{5187}{(1+0,3)^5}$-15000 =14860,88-15000= -139,12 min manat.

Hesablamalara əsasən daxili gəlirlilik normasını (İRR)müəyyən edək:

$$\dot{I}RR_{1=}\, 26 + \frac{1085,65}{1085,65 - (-139,12)}(30 - 26) = 29,55\%$$

29% faiz dərəcəsinin dəyərini almaq üçün dərəcənin kəmiyyətini dəqiqləşdirək:

$$NPV_1 = \frac{5720}{(1+0,29)^1} + \frac{6117}{(1+0,29)^2} + \frac{6907}{(1+0,29)^3} + \frac{6570}{(1+0,29)^4} + \frac{5187}{(1+0,29)^5} - 15000 = 152,16$$

$$\dot{I}RR_{1=}\, 29 + \frac{152,16}{152,16 - (-139,12)}(30 - 29) = 29,52\%$$

II lahiyə üzrə analoji hesablamaları aparaq:

26% diskontlaşdırma dərəcəsində

$NPV_2 = \frac{5360}{(1+0,26)^1} + \frac{5576}{(1+0,26)^2} + \frac{6160}{(1+0,26)^3} + \frac{5648}{(1+0,26)^4} + \frac{4864}{(1+0,26)^5}$-14000 =14618,04-14000= 618,04 min manat

II lahiyə üzrə NPV-nin qiymətini 30% diskontlaşdırma dərəcəsi ilə hesablayaq

$NPV_2 = \frac{5360}{(1+0,3)^1} + \frac{5576}{(1+0,3)^2} + \frac{6160}{(1+0,3)^3} + \frac{5648}{(1+0,3)^4} + \frac{4864}{(1+0,3)^5}$-14000 =13513,85 -14000= -486,15 min manat

Hesablamalara əsasən II lahiyə üzrə daxili gəlirlilik normasını (İRR)müəyyən edək:

$$İRR_2 = 26 + \frac{618,04}{618,04 - (-486,15)}(30 - 26) = 28,24\%$$

28 və 29%-ə bərabər faiz dərəcəsinin dəyərini almaq üçün dərəcənin kəmiyyətini dəqiqləşdirək:

$NPV_2 = \frac{5360}{(1+0,28)^1} + \frac{5576}{(1+0,28)^2} + \frac{6160}{(1+0,28)^3} + \frac{5648}{(1+0,28)^4} + \frac{4864}{(1+0,28)^5}$-14000 = 47,79 min manat

$NPV_2 = \frac{5360}{(1+0,29)^1} + \frac{5576}{(1+0,29)^2} + \frac{6160}{(1+0,29)^3} + \frac{5648}{(1+0,29)^4} + \frac{4864}{(1+0,29)^5}$-14000 = - 223,52 min manat

$$İRR_2 = 28 + \frac{47,79}{47,79 - (-223,52)}(29 - 28) = 28,17\%$$

Deməli aparılmış hesablamalara əsasən , hər 2 lahiyə səmərəli olsa da birinci layihə daha optimaldır.

Metod

Tədqiqatın məqsədi investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyini statistik qiymətləndirməkdən və təhlil etməkdən ibarətdir.Bu məqsədlə investisiyaların qiymətləndirilməsinin mahiyyətini və zəruriliyini nəzərdən keçirilmiş,investisiya təhlilinin əsas prinsiplərini öyrənilmiş, investisiyaların səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün statistik və dinamik üsullar nəzərdən keçirilmiş və investisiya layihələrinin iqtisadi səmərəliliyi göstəricilərinin hesablanması üzrə tədqiqat aparılmışdır.

İnvestisiya qoyuluşlarının səmərəliliyini statistik qiymətləndirərkən və təhlil edərkən müşahidə, qruplaşdırılma, cədvəl, indeks kimi statistik və riyazi-iqtisadi metodlardan istifadə olunmuşdur

Nəticə

İnvestisiyaların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi investisiya qərarlarının qəbul edilməsi prosesində ən vacib mərhələdir. Beləki,qoyulmuş kapitalın qaytarılma vaxtı və müəssisənin inkişafı bu qiymətləndirmənin nə dərəcədə obyektiv və hərtərəfli aparılmasından bilavasitə asılıdır. Obyektivlik və hərtərəflilik, investisiya səmərəliliyini qiymətləndirmək ücün istifadə edilən müasir metodları nəzərə almaqla müəyyən edilir.

İnvestisiya qərarlarının qəbul edilməsi prosesində bir neçə alternativ lahiyələr varsa, investora maksimum gəlir gətirən investisiya layihəsi seçilməlidir. bu zaman kapital qoyuluşundan əldə edilən xalis mənfəət , bank depozitinə vəsait qoyuluşunun həcmindən çox olmalıdır və həmişə investisiyanın rentabelliyi inflyasiya indeksindən, vaxt amili nəzərə alınmaqla investisiya layihəsinin rentabelliyi isə,alternativ layihələrin gəlirliliyindən yüksək olmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Məmmədov A.C. (2012),Müəssisələr statistikası. Dərs vəsaiti. Bakı: “İqtisad Universiteti”nəş. 240 səh.2.Афоничкин А. И., Журова Л. И., Михаленко Д.Г., (2017) Финансовый менеджмент, Часть 2. Финансовая политика предприятия 2-е изд., пер. и доп. Учеб. и прак. для академического бакалавриата,М. Юрайт,.298 с.
2. 3.Дубровин В.К., Никифоров С.А., Ердаков И.Н.. (2003) Финансовый менеджмент и маркетинг в литейном производстве: Учеб. пос. Челябинск: Изд – во ЮУрГУ, 114 с.
3. Ильенкова С. Д.(2004). Микроэкономическая статистика, Учеб. М.: Финансы и статистика, 544 с. 5.Тарловская В.А., Тарловская И.Н (2018.).Статистика инвестиций и строительства: учеб. Пос. Минск, Амалфея: Мисанта,– 453 с.
4. 6.Теслюк Л. М., Румянцева А. В., (2014).Оценка эффективности инвестиционного проекта, Екатеринбург, Учебное электронное текстовое издание, 141с.

Bərpa Olunan Enerji Sahəsində Tədqiqat Və İnkişaf Sektorunun Rolu Və İnvestisiya Qoyuluşlarının İqtisadi Əhəmiyyətinin Qiymətləndirilməsi

Elgün Almazov

elgun19951209@gmail.com

Xülasə

Dördüncü sənaye inqilabının tətbiqi dövründə baş verən iqtisadi-texniki transformasiyanın astanasında olan dünya bu gün enerji təhlükəsizliyi və təminatı məsələsində yeni innovativ yollar və alternativlər axtarışındadır.Karbohidrogen resursların fosil əsaslı olduğundan tükənmə məsələsi,karbon emissiyasının artması, dünya neft bazarındakı qiymətlərdə dalğalanmalar və ucuz enerji təchizatı məsələsi həm investorların və enerji oyunçularının həm də milli iqtisadiyyatların bərpaolunan təmiz enerji mənbələrinə olan diqqətini artırmışdır.Məhz bu səbəbdən təmiz enerji resurlarının potensialının öyrənilməsi üçün müxtəlif elmi institutlarda və beyin mərkəzlərində tədqiqatlar aparılmış və bu yeni alternativ enerji sektorundakı araşdırmalara investisiyalar və qrantlar yönəldilmişdir.Müasir dövrdə bəzi milli iqtisadiyyatlar və nəhəng milli enerji korposiyaları öz enerji portfellərində ənənəvi olmayan enerji mənbələrinin istifadəsində elmi nin tətbiqi ilə layihə sferasından əməliyyat sferasına keçidi həyata keçirə bilmişdirlər və bu prosesdə tədqiqat və inkişafın rolu danılmazdır.Bərpaolunan enerji resurslarının potensialı, bu mənbələrin iqtisadi-sosial təhlili və bu resursların gələcəkdə karbohidrogen mənbələrin başlıca əvəzləyicisi kimi rolu barədə məqalələr və araşdırma işləri aparılmışdır.Bu tədqiqat işində isə təmiz enerji mənbələri sektorunda tədqiqat və inkişaf sahəsində texniki və maliyyə dəstəyi proseslərinin iqtisadi faydaları və imkanları qiymətləndiriləcəkdir.Müqayisəli təhlil metodu vasitəsilə real təcrübələr əsasında case study və eləcə də statistik deskriptiv və reqressiya analizi yönündən araşdırma və tədqiqatın bərpaolunan enerjinin potensialının artırılması baxımından iqtisadi rolu analiz ediləcəkdir.Tədqiqatın elmi əhəmiyyəti və nəticəsi texniki beyin mərkəzlərinin təmiz enerji sektorunda yeni innovativ üsullar ortaya qoyması və kapital cəlb olunması baxımından çox önəmlidir.

Açar sözlər : Alternativ Enerji, Bərpaolunan Enerji, Tədqiqat və İnkişaf, İnvestisiya.

Giriş

Enerji tələbatının sürətlə artdığı eyni zamanda karbon əsaslı mənbələrin hasilatının və istifadəsinin hüquqi-yurisdik yolla məhdudlaşdırıldığı bir dövrdə yeni, xərc baxımından daha sərfəli və təmiz enerji mənbələrinin axtarışları və onlar üzərində tədqiqatlar son onillikdə xeyli canlanmışdır.Bərpaolunan təmiz mənbələrin karbohidrogen resursların hasilatının balanslaşdırılmasında və rezervlərin qorunmasında eyni zamanda karbon emissiyasının azaldılmasında rolu olduqca böyükdür.Ətraf mühit maliyyəçisi Curleyə görə investorlar üçün enerji sektorunda əsas risk qeyri müəyyənliklərin olmasıdır və bu qeyri müəyyənliklər layihələrin irəlidə uğursuz olması ilə nəticələnə bilər. (Curley, 2014).

Mələk investorlar (layihənin ilkin əməliyyat dövründə kapital qoyuluşu edən investor) üçün bir digər qeyri müəyyənlik isə təmiz enerji sektorunda enerjinin depolanması sahəsində hələ də optimal və səmərəli texniki layihələrin və fikirlərin ortaya qoyulmamasıdır.Məhz bu səbəblərdən bərpaolunan enerji sektoru dövlət subsidiyalarına və qrantlara ilkin biznesin inkişafında çox böyük ehtiyac duyur çünki dövlət bu layihələrin reallaşmasında kommersiya marağı deyil ictimai rifahı əsas götürür.Lakin böyük miqdarda dövlət subsidiyalarının və maliyyə vəsaitlərinin də daimi olaraq bərpaolunan enerji sektoruna yönləndirilməsi makroqtisadi səbəblər (yanacağın bahalaşması,neft-qaz sektorunun əmək potensialının azalması,inflyasiya və s) üzündən daimi xarakter daşıya bilməz.Bu da o deməkdir ki, şirkətlərin və enerji sahibkarlarının bu sektoru ayaqda tutmaq üçün yeni qeyri-maliyyə alətlərinə və

texniki insan kapitalının bacarıqlarına , bilik iqtisadiyatının innovativ ideyalarına ehtiyac duyulur.Bütün bu amilləri özündə birləşdirən sahə isə biznes və sahibkarlıq fəaliyyətlərini daim texniki yöndən dəstəkləyən 21-ci əsrin sürətlə inkişaf edən və rəqəmsallaşan sektoru Tədqiqat və İnkişafdır. Tədqiqat və inkişaf konsepti dövlət və özəl sektordakı şirkətlər və korporasiyalar tərəfindən yeni məhsul qrupunun və xidmət sisteminin yaradılması və ya mövcud vəziyyətin daha da təkmilləşdirilməsi və səmərəliliyin artırılması üçün həyata keçirilən innovativ və bilik əsaslı texniki fəaliyyətlərdir. (Hall, 2006).

Tədqiqat və inkişafın iqtisadi baxımdan əhəmiyyəti kommersiya məqsədilə həyata keçirilən layihələrdə xərclərin azaldılması və ya gəlirlərin artırılması yönündən biznesin ümumi qazancını artırmaqdırsa , dövlətin həyata keçirdiyi və dəstəklədiyi tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin əsas məqsədi isə yeni bir sektorun inkişafı,ümumi ictimai faydanın artırılması və ya insanların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsidir. (Noailly & Ryfisch, 2015).

Xüsusilədə təmiz bərpaolunan enerji sektorundakı tədqiqat və inkişaf fəaliyyətləri həyata keçirilməsi baxımından intensiv formada olur və təkcə investisiya şəklində deyil ,digər texnoloji bacarıqlar, know-howlar , və bilik iqtisadiyyatının digər faktorları kimi resurların tətbiqini tələb edir.İqtisadi və texniki baxımdan strateji əhəmiyyəti olan bir sahə olduğundan dövlət, biznes strukturları(şirkətlər,korporasiyalar) və elmi mərkəzlərin(araşdırma institutları,milli və beynəlxalq və milli tədqiqat laboratoriyalar) enerji layihələrində birgə professional və təşkilati səviyyədə əlaqələrin qurulmasında əhəmiyyətli rol oynayır. (Dowd, 2016).

Fiskal dövlət siyasəti vasitəsilə tədqiqat və inkişaf sektorunun fəaliyyətinin genişlənməsi üçün qəbul edilən qanunlar içərisində 2000-ci ildə qəbul edilən Böyük Britaniyanın Tədqiqat və İnkişaf sektorunda vergi güzəşti qanunu şirkətlərin araşdırmaya və inkişafa yönəlməsini təşviq etmək funksiyasını daşıyır.Elmi araşdırma sahəsində şirkətlərin dəstəklənməsi və vergi güzəştlərinin tətbiqi,tədqiqata ayrılan vəsaitlərə görə güzəştli kreditlərin ,qrantların verilməsi bu qanunda öz əksini tapmışdır.Qanunun ən ideal cəhəti tədqiqat və inkişaf sektorunda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrini əsas götürürək bu sahibkarlıq subyektlərinin dəstəklənməsi ilə , onların iri korporasiyalarla rəqabətqabiliyyətliyinin artırılması əsas hədəflərdən biri olmuşdur.Dövlət dəstəyi və güzəştlər şirkətlərin ümumi dövrü araşdırma və tədqiqata qoyduqları vəsaitin miqdarına görə müəyyənləşir. (Kringelholt, Sousa and Duncan, 2015)

Diaqram 1.Tədqiqat və inkişaf sahəsində fəaliyyətə cəlb olunan tərəflərin prosesə dəstək istiqamətləri.

Mənbə : Müəllif tərəfindən hazırlanıb**.**

Metod

Tədqiqatın aparılmasında və analiz hissəsində həm kəmiyyət həm də keyfiyyət metodlarından birgə istifadə ediləcəkdir.Məlumatlar əsasən ikincil mənbələrdən əldə ediləcəkdir və informasiyanın toplanılmasında qruplaşdırma, induksiya metodundan istifadə olunacaqdır və verilənlər təhlil edilərkən ümumi bir fikir və ya nəzəriyyədən faktlara doğru informasiyanın təhlili həyata keçiriləcəkdir.Analiz mərhələsində isə keyfiyyət metodlarından başlıca olaraq case study və SWOT (strength,weaknesses,opportunities,threats) analiz metodlarından istifadə olunacaqdır.Kəmiyyət metodlarından isə deskriptiv analiz və reqressiya analizindən istifadə olunacaqdır.

Analiz

Təmiz enerji sektorunda tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin və investisiyalarının iqtisadi əhəmiyyəti

Araşdırma və inkişafda innovativ fəaliyyətlərin maliyyələşdirilməsi yalnızca dövlət və ya korporativ şirkətlərin hesabına deyil,mələk investorların , qeyri hökumət təşkilatlarının , maliyyə-kredit institutları və təşkilatlarının eləcə də müasir dövrdə əsasən riskli informasiya texnologiyaları və yeni alternativ enerji sektoruna investisiya qoyan vençur maliyyəçilərin hesabına həyata keçirilir. Fiskal tənzimləyicilərin sayının bu qədər çox və fərqli olması sektorun kapital və bilik tutumu və enerji əməliyyatların iqtisadi baxımdan optimallaşdırılmasındakı iqtisadi səmərə ilə bağlıdır. (Ghosh & Nanda, 2010).

Bərpa olunan enerji mənbələri sektorunda tədqiqat və inkişafa qoyulan investisiyaların vəziyyətini müşahidə etdikdə dövlət və özəl korporativ şirkətlərin investisiyalarının fərqli şəkildə inkişaf etdiyi müşahidə olunur.Bloomberg maliyyə agentliyinin apardığı araşdırmaya görə investisya miqdarı 2018-ci ildə rekord həddə çataraq 13.1 milyard $ olmuşdur və bu da ötən illə müqayisədə 10% lik artım deməkdir.Artımın əsas səbəbi korporativ şirkətlərin investisiya həcminin 46% artaraq təqribən 7.5 milyard $ olması,dövlət sektorunun investisiyasının isə 8% artaraq 5.5 milyard $-a çatması olmuşdur.Mənbə olaraq 2018-ci ildə günəş enerjisi sektorundakı tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinə 6.6 milyard $, külək enerjisində 2.7 milyard $, bioyanacaqda 1.8 milyard $, biokütlədə və sənaye tullantılarının enerji sektorunda isə 1 milyard $, geotermal , hidroenerji və dəniz enerjisində isə müvafiq olaraq 0.6,0.2 və 0.2 milyard $ investisiya qoyulmuşdur.2018-ci il üçün Bərpa Olunan Enerji Agentliyi tərəfindən enerji mənbələrinin elektrik enerjisi istehsalına görə səviyyələndirilmiş enerji xərci(və ya maya dəyəri) statistikasıda yenilənmişdir.2009-cu illə müqayisədə günəş enerjisində hər Meqavat/saat enerjinin xərci 304$-dan 60$-a qədər azalmışdır,külək enejisində isə bu rəqəm 93$-dan 52$-a enmişdir.Bu isə külək enerjisində elektrik enerjisin xərcinin 80% ,külək enerjisində isə 55%-ə qədər azalması deməkdir ki, bu rəqəmlər tədqiqat və inkişafın bariz statistik sübutu və nəticələridir

Qrafik 1.Bərpa olunan enerji sektorunda tədqiqat və inkişafa ayrılan ümumi investisiya həcminin zamanla inkişaf dinamikası (Dünya üzrə)

Mənbə : https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/29752/GTR2019.pdf (30.03.2020)

İllər üzrə 2004-2018-ci illər üçün göstəricilərin deskriptiv analizi ilə investisiya miqdarlarındakı ümumi artım tempi izlənilə bilər.Deskriptiv analiz metodundan istifadə etmək üçün EXCEL proqramında verilənlərin analizi bölməsindən istifadə olunacaqdır.

Cədvəl 1.İllər üzrə bərpa olunan enerji sektorunda tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinə qoyulan investisiya həcminin deskriptiv statistik üsulla analizi.

llər	İnvestisiya həcmi (milyard $ ilə)	İnvestisiyaların faizlə artım tempi (%)	Deskriptiv analiz	Nəticələr
2004	3.8			
2005	3.9	2.63	Orta göstərici	7.96
2006	4.4	12.82	Standard xəta	0.718384431
2007	5	13.64	Median	8.7
2008	6.1	22.00	Moda	#N/A
2009	8.7	42.62	Standart kənarlaşma	2.782290937
2010	8.6	(1.15)	Qrupun dispersiyası	7.741142857
2011	9.1	5.81	Paylanmanın dikliyi	-0.523964443
2012	8.9	(2.20)	Paylanmanın meyilliliyi	-0.041403428
2013	9.2	3.37	Sərhəd aralığı	9.3
2014	8.8	(4.35)	Minimum	3.8
2015	8.5	(3.41)	Maksimum	13.1
2016	9.4	10.59	Cəm	119.4
2017	11.9	26.60	Müşahidələrin sayı	15
2018	13.1	10.08	İnam intervalı (95.0%)	1.540781364

Mənbə :Müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Cədvəldən göründüyü kimi investisiya miqdarlarının orta göstəricisi 7.96 standard kənarlaşma isə 2.7 olmuşdur.İnvestisiya miqdarları üçün orta əmsal 8.7 milyard $ olmuşdur.Maraqlı məqam isə artım templərini analiz etdikdə 2 yerdə standart kənarlaşmanın təsiri açıq şəkildə görsənir.2008-2009 arası artım tempi 42% 2016-2017-ci illlərdə isə 26% olmuşdur.Bu statistik göstəricilərin əsas səbəbi

kimi 2008 ci il beynəlxalq maliyyə böhranı çərçivəsində neft-qaz sektorundakı iqtisadi dalğalanmalar və yanacaq qiymətlərinin bahalaşması , 2015 ci ildə isə imzalanan Paris İqlim Razılaşmasının iqtisadi-sosial(təmiz enerji resurslarından istifadə ilə bağlı beynəlxalq öhdəliklər) nəticələri qeyd oluna bilər.

Bərpaolunan enerji sektorunda tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin iqtisadi sektor olaraq mövcud vəziyyətinin daxili olaraq analizi və gələcəkdəki yeni imkanların və məhdudiyyətlərin (iqtisadi və qeyri-iqtisadi təhdidlər) müəyyənləşdirilməsi üçün SWOT analizi tətbiq edilərək bu sektorun mövcud iqtisadi-sosial vəziyyətinin üstün və qeyri üstün tərəfləri təhlil edilmişdir.

1.Tədqiqat və araşdırmanın təmiz enerji sektorundakı güclü tərəfləri.

- Araşdırma fəaliyyətlərində üstün insan kapitalının və texnoloji resursların daimi tətbiqi.
- Dövlət və elmi institutların daimi maddi-texniki baza ilə bu sektoru təmin etməsi.
- Dövlətin müxtəlif tənzimləmə siyasətləri ilə tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin sferasının genişlənməsi.
- Sektorda fəaliyyətlərin stimullaşdırılması üçün dövlətin fiskal siyasətinin fərqli formalarda tətbiqi.
- Yanacaq resurslarının qiymətinin yüksək olduğu regionlarda bu fəaliyyətlərin icrasına büdcədən böyük məbləğdə maliyyə kapitalının ayrılması(Şimali Avropa, Yaponiya və s.).
- Ətraf mühit və iqlim dəyişikliyi məsələlərinə görə qeyri hökumət təşkilatlarının və beynəlxalq təşkilatların(BMT, BBEA, BEA və s.)bu fəaliyyətlərə ictimai dəstəyi.

2. Tədqiqat və araşdırmanın təmiz enerji sektorundakı üstün olmayan tərəfləri.

- Bu sektorun elmi-texniki fəaliyyətlərinin yüksək xərci və risk faktorunun yüksək olması (texniki uğursuzluqlar,maliyyə itkiləri, proseslərdəki kordinasiyanın pozulması və s).
- Təmiz enerji sektorunda Tədqiqat və inkişafın proses olaraq qeyri-müəyyənliyinə(texniki nəticələrin öncədən proqnozunun çətinliyi) görə investorların bu sahəni yüksək riskli investisiya sektoru kimi qiymətləndirməsi.
- Yanacaq resurslarının qiymətinin azalmasının tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin sayına mənfi təsiri(yeni alternativ enerji növü üzərində elmi işlərə marağın itməsi).
- Tədqiqat və araşdırmanın təmiz enerji sektorundakı gələcək imkanları və potensialları.
- Karbohidrogen rezervlərin tükənmə prosesinin sürətlənməsinin gələcəkdə yeni araşdırmalar üçün təkan olması.
- Yeni şirkətlərin və xammal tədarükçülərinin bərpaolunan enerji sektoruna qoşulması və nəticə olaraq Tədqiqat və İnkişaf prosesində hissədarların sayının artma gözləntisi.
- 4 cü Sənaye İnqilabı ilə ETT(Elmi Texniki Tərəqqi)-nin rəqəmsallaşması ilə sektordakı texniki laboratoriya araşdırmalarının sürətlənməsi ehtimalı və bununlada zaman itkisinin aradan qaldırılması.

4. Tədqiqat və araşdırmanın təmiz enerji sektorundakı gələcək məhdudiyyətləri və təhdidlər.

- Karbohidrogen sektorundakı nəhəng monopolist şirkətlərin təmiz enerji mənbələri ilə bağlı araşdırma fəaliyyətlərinə gələcəkdə bürokratik əngəl törədə bilməsi.(ABŞ da kömür şirkətləri nümunəsində).

- İnsan kapitalının dəyər qazanması ilə tədqiqat və inkişafda əmək resurslarının xərcinin artma məsələsi.
- Tədqiqat və inkişaf sektoruna təmiz enerji mənbələri ilə bağlı araşdırmalarda qoyulan investisiyanın digər iqtisadi dəyişənlərlə arasında əlaqənin olub-olmadığını müəyyənləşdirmək üçün regressiya analizindən istifadə olunacaqdır.Nümunə kimi illik toplam CO_2 emissiyası ilə investisiyalar arasında əlaqəni izah edə bilərik.Toplam Karbon emissiyasının həcmi dünya timsalında 2004-2018 ci illər arası dövrü əhatə edir. (https://ourworldindata.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions).

Nəzəri baxımdan tədqiqat və inkişaf sektoruna qoyulan investisiyalar yeni təmiz enerji texnologiyalarının istifadəsini artırmaqla CO_2 emissiyasını azaltmaq üçün vasitə olmalıdır.Reqressiya analizində İllik CO_2 emissiyası və investisiyalar arasında əlaqənin səviyyəsi müəyyənləşdiriləcək

Cədvəl 2.İnvestisiya miqdarları və CO_2 emissiyasının illik həcmi arasında statistik reqressiya əlaqəsi (Dünya nümunəsində)

İllər	İnvestisiya həcmi (milyard $ ilə)	İllik CO2 emissiyası (milyard ton ilə)
2004	3.8	28.2
2005	3.9	29.3
2006	4.4	30.3
2007	5	30.9
2008	6.1	31.9
2009	8.7	31.5
2010	8.6	33.1
2011	9.1	34.4
2012	8.9	34.9
2013	9.2	35.2
2014	8.8	35.5
2015	8.5	35.4
2016	9.4	35.7
2017	11.9	36.2
2018	13.1	36.8

Analizin nəticəsi	
Reqressiya statistikası	
Çoxdəyişənli R	0.912134
R-kvadrat	0.831988
Dəqiqləşdirilmiş R	0.819064
Standart xəta	1.17E+09
Müşahidələrin sayı	15

Mənbə : Müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Reqressiya analizində y əmsalı karbon emissiyasının miqdarı , x əmsalı isə təmiz enerji mənbələrinin araşdırılması və inkişafı sahəsinə qoyulan investisiyalardır.Riyazi-iqtisadi baxımdan investisya miqdarları kabon emissiyasının azalmasına təsir göstərməlidir.Lakin regressiya analizinin nəticəsi fərqli bir əlaqəni göstərir. R-square əmsalı 0.83-ə bərabərdir.Yəni x dəyişəni reqressiya xətti ətrafında y dəyişəninin dəyişməsini 83% nisbətində izah edir. R əmsalının statistik baxımdan 0 və 1 arasında yer tutduğunu bilərəkdən y və x dəyişəni arasındakı əlaqənin R=0.83 olmaqla müsbət yönümlü əhəmiyyətli güclü əlaqə olduğu görünür.Bu isə bizim öncədən ehtimal etdiyimiz əlaqə formasının

əksini göstərir.Çünki investisiya miqdarı kabon emissiyasının azalmasına təsir göstərməli idi.Deməli təmiz enerji sektorundakı tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinə qoyulan investisiya miqdarı ümumi nəticədə karbon emissiyasının azalmasına təsir göstərə bilməyib.Analiz nəticəsi iqtisadi baxımdan x faktoru ilə y faktoru arasında iqtisadi əlaqənin olmadığını göstərir.Bunu səbəbi investisiya miqdarı artsada, eyni zamanda əhali sayının artması və sürətli urbanizasiya karbon emissiyasının illər üzrə miqdarının artmasına səbəb olmuşdur.

Azərbaycanda bərpa olunan enerji sektorunda görülən fəaliyyətlərin təhlili

Respublikamızda bərpaolunan enerji potensialından istifadə üçün böyük imkanlar vardır , xüsusilədə külək və günəş enerjisinin potensialının yüksək olması elektrik enerjisinin istehsalında bu enerji növlərindən istifadəni mümkün edir.2004-cü ildə Prezident İlham Əliyev tərəfindən "Azərbaycan Respublikasında alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə olunması üzrə Dövlət Proqramı" sərəncamı təsdiq edilmiş və bununlada bu sahədə aparılacaq araşdırmalar və tədqiqatlar üçün imkanlar yaradılmışdır.(http://www.e-qanun.az/framework/5796).

Sərəncam bərpaolunan enerji potensialının respublikamızda araşdırılması və istifadə imkanlarının öyrənilməsini özündə ehtiva edirdi.Bu sərəncamın qəbulu ilə ölkəmizin enerji portfelində enerji təminatının diversifikasiyası həyata keçirildi.Bərpa olunan enerji mənbələri sahəsində fəaliyyətləri və elmi-texniki tədqiqatları həyata keçirmək üçün isə Alternativ və Bərpa Olunan Enerji Mənbələri üzrə Dövlət Agentliyi yaradıldı.(Qasımlı, Vəliyev, Hümbətov, və Hacıyev, 2014).

Azərbaycanda təmizenerji sahəsinə dövlət tərəfindən qoyulan investisiyanın 2030 u ilə qədər 500 milyona çatdırılması planlaşdırılır. Bu investisiyalar əsasən günəş və külək enerjisinin potensialının araşdırılması ,yeni stansiyaların və tədqiqat poliqonlarının yaradılmasına yönləndirilir.Günəş və külək enerjisindən istifadə üçün Qobustanda eksperimental poliqonda hibrid elektirk stansiyaları tikilmişdir.Samuxda kənd təsərrüfatında alternativ enerjidən istifadə etmək üçün hibrid günəş və külək elektirk stansiyalarının tikintisi planlaşdırılır. Digər planlaşdırılan layihələr içərisində Qobustan ağıllı enerji şəbəkəsi Bakı külək adası , və Hövsanda çirkab tullantılarından enerjinin əldə edilməsi üçün bioenerji stansiyasının yaradılması planlaşdırılır.2020-ci il üçün inkişaf konsepsiyasında alternativ və bərpaolunan təmiz enerji resurslarından istifadədə yeni elmi texniki potensialın artırılması üçün kadr hazırlığı və özəl sektorunda bu sahəyə cəlb edilməsi planlaşdırılır. (https://president.az/files/future_az.pdf).

Nəticə

Təmiz enerji sektorunda tədqiqat və inkişafın mövud vəziyyəti və gələcək imkanlarla bağlı bu araşdırma işində gəlinən nəticə odur ki, 21-ci əsrin əvvəllərindən başlayaraq bu sektor öz əhəmiyyətini qazansada bu sahəyə olan maraq çox zaman digər iqtisadi faktorlarla bağlı olmuşdur(yanacağın qiymətinin bahalaşması, beynəlxalq enerji müqavilələri, karbohidrogen rezervlərin saxlanılması və s).İnvestisiya fəaliyyətləri son illər artsada, dövlətlər səviyyəsində bu rəqəm özəl sektordan geri qalmışdır.Azərbaycanda isə əksinə özəl sektorun bu sahəyə marağı xeyli azdır və bütün layihələr demək olar ki, dövlət səviyyəsində həyata keçirilir.

Araşdırma nəticəsinə əsasən bərpa olunan enerji sahəsində Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərində investisiya həcmində əhəmiyyətli artımın olduğu dövrlər 2008-ci ildə neft qiymətlərinin kəskin artdığı və 2015-ci il Paris İqlim Razılaşmasının qəbul olunduğu dövrlərdir.İnvestisiya həcmində əsasən külək və günəş sektorunda ciddi irəliləyişin olduğu görsənir.Araşdırma fəaliyyətlərinə

qoyulan investisiya həcminin artması isə 2018-ci ildə həm günəş həm də külək enerjisinin maya dəyərində 10 il ərzində müvafiq olaraq təqribən 70-80% və 55% nisbətində azalmaya səbəb olmuşdur.

Bununla belə bərpa olunan enerji mənbələri sahəsində araşdırma fəaliyyətlərinə qoyulan investisiyalar bərpa olunan enerji miqdarını artırmaqla karbon emissiyasının azalmasına təsir göstərə bilməmişdir.Bunun əsas səbəblərindən biri də bəzi ölkələrin karbohidrogen resurslarının intensiv hasilatını və istifadəsini həyata keçirməsidir.Bu sahədə elmi institutların və araşdırma mərkəzlərinin yaradılması,kadrların hazırlanması , patentlərin və lisenziyaların alınması prosesinin asanlaşdırılması və elmi təcrübələrə maliyyə dəstəyi fondlarının yaradılması ilə ucuz bərpa olunan enerji sistemi yaratmaqla dünyanın karbohidrogen resurslardan asılılığının aradan qaldırılmasına , karbon emissiyasının azaldılmasına və istixana effektinin təsirinin minimuma endirilməsinə nail olmaq olar.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin 2004-cü il 21 oktyabr tarixli 462 №-li ərəncamı“Azərbaycan Respublikasında alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə olunması üzrə Dövlət Proqramı” http://www.e-qanun.az/framework/5796.
2. “Azərbaycan 2020 Gələcəyə Baxış İnkişaf Konsepsiyası” https://president.az/files/future_az.pdf.
3. Qasımlı,V.,Vəliyev, Z., Hümbətov, M. və Hacıyev, Ş.(2014). Yaşil Inkişaf: Enerji Səmərəliliyi və Alternativ Mənbələr,Bakı.Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Strateji Araşdırmalar Mərkəzi(SAM), səh 69-70 , 144.
4. Curley, M.(2014).Finance policy in Renewable energy and a Sustainable environment,London C&C group , pp 203-204 , 260.
5. Bronwyn, H.H.(2006).Research and Development, Contribution to the International Encyclopedia of the Social Sciences, 2nd edition, 6, 1-4.
6. Noailly, J. and Ryfisch, D.(2015). Multinational firms and the internationalization of green R&D: review of the evidence and policy implications. Energy Policy, Volume No.83, pp.218–228.
7. Dowd, J. (2016).Aggregate Return on Investment for R&D Investments in the U.S. DOE Office of Energy Efficiency and Renewable Energy, US DOE, 4, 1-3.
8. Kringelholt, R.F., Sousa, J., and Duncan, N. (2015). Evaluation of Research and Development Tax Credit, HMRC Knowledge, Analysis, and Intelligence, pp 5-6, 50.
9. Ghosh,S. and Nanda, R. (2010).Venture Capital Investment in the Clean Energy Sector, Harvard Business School.pp 2-3, 55.
10. https://ourworldindata.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions.

Kiçik İnnovativ Sahibkarlığın İnkişafının Elmi Əsasları

Nərmin Əmiraslanova

nerminamiraslanova@gmail.com

Xülasə

Kiçik biznes innovativ sahibkarlığı ayırd etməlidir. Kiçik biznes yenilikçi olmaya bilər. İnnovasiya, sənaye və ya istehlak məqsədləri üçün istifadə mövzusuna çevrilən bir yenilikdir. Jozef schumpeter qeyd edib ki, sahibkarlığın əvəzedilməz xüsusiyyəti maksimum nəticə əldə etmək üçün məhdud mənbələrdən istifadə etməkdə daimi yaradıcılığı özündə cəmləşdirən yenilikdir. Buna görə, innovativ işin xarakterik bir xüsusiyyəti, bazarın potensial ehtiyaclarını mümkün qədər ödəmək üçün yeni yanaşmaların, fikirlərin, məhsulların mənfəət üçün istifadə edilməsidir.

Kiçik biznes və sahibkarlıq fəaliyyətinin dinamik inkişafını təmin edən mühüm amildir, həmçinin innovativ iqtisadiyyatın fəaliyyət göstərməsi üçün vacib şərtdir. Xüsusilə yenilikçi fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin. Onların fəaliyyəti yenilikçi bir məhsul yaratmağa, onların uğurlu ticarələndirilməsinə yönəlmişdir. Kiçik innovativ müəssisələr yeni bazar seqmentləri açmalı, yeni məhsul və texnologiyaları inkişaf etdirməli və tətbiq etməli, məhsulların əsas tədarükçüləri olmalı, bununla da elmi cəhətdən intensiv və rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalını artırmış və yeni texnoloji sifarişin formalaşmasına töhfə verməlidirlər.

Mövcud iqtisadi vəziyyət iş prinsiplərini və iş sahələrini dəyişdirməyə yönəlmiş iştirakçılardan aktiv yenilikçi hərəkətlər tələb edir. Eyni zamanda, strategiya 2020, innovasiya prosesinin əsas iştirakçılarının davranış prinsiplərinin dəyişdirilməsini tələb edən sürətli dəyişikliklər sürətini təyin edir.

Beləliklə, son onilliklərdə innovativ kiçik sahibkarlığın öyrənilməsinə neoklassik yanaşma ilə yanaşı, kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün zəruri şərt kimi qurumların nəzəri və empirik tədqiqatlarına əsaslanan yanaşmalar hazırlanmışdır.

Açar sözləri: biznes, sahibkarliğ, texnologiya, firma

Giriş

Kiçik firmaların fəaliyyətinin prioritet sahəsi yüksək texnoloji sahələrdir. Bu cür sahələrin xarakterik xüsusiyyətlərinə aşağıdakılar daxildir: yüksək artım templəri və işçilərin əmək haqqı; böyük ixrac həcmləri və ən əsası yüksək innovativ potensial. Yüksək texnologiyalı sənaye sahələri yüksək texnologiyalara əsaslanır və bunun üçün sənayenin potensialının yüksək səviyyəli texnoloji quruluşa aid edilməsi tələb olunur. Sənayenin elmi intensivliyi elmi-tədqiqat xərclərinin sənayenin satışına nisbəti və ya innovasiya prosesində iştirak edən alimlərin satış həcminə nisbət kimi ölçülə bilər.

Kişik İnnovativ Sahibkarlıq ilə Bağlı İqtisadi Nəzəriyyə

Daxili iqtisadi və hüquqi lüğətdə “yenilik” termini keçən əsrin 80-ci illərin əvvəllərində ortaya çıxdı. Bir çox səbəbə görə təsnif edilən yüzdən çox yeniliyin tərifini saymaq olar, məsələn, təsir genişliyi və miqyası, radikalizm dərəcəsi, fikir mənbəyi, yenilik növü, mövcud analoqların əvəzlənməsi üsulu, müxtəlif elmi biliklərin materiallaşma dərəcəsidir.

İqtisadi nəzəriyyədə, bu günə qədər iqtisadiyyatın dövri inkişafının hansı dövrdə innovativ fəaliyyətin həyata keçirilməsi, yeniliklərin tətbiqi və inkişafı üçün ən əlverişli şərtlərin olması barədə müzakirə davam edir. İnnovativ yeniliklərin tətbiq olunduğu bir qayda olaraq, rəqabətin təzyiqi ən ağır olduqda və sənaye mühiti aşağı səviyyədə olduqda geniş yayılmışdır. Eyni zamanda, əlverişli iqtisadi şəraitdə, bu görüşə görə, müəssisə yeni innovativ layihələrin təxirə salınmasına çalışır, çünki onları həyata keçirmək üçün iqtisadi stimul yoxdur.

İnnovasiya prosesinin ikinci mərhələsi tətbiq olunan tədqiqatlardır. Onların aparılmasında məqsəd elmi biliklərin fundamental tədqiqatı mərhələsində əldə edilmiş praktik tətbiq yollarını, habelə əvvəllər aşkar edilmiş hadisələr və prosesləri tapmaqdır. Tətbiqi tədqiqat mərhələsində elmi tədqiqat işləri aparıla bilər, bunun çərçivəsində tətbiq olunan təbiətin müəyyən texniki problemləri həll olunur, eksperimental dizayn işlərində elmi-texniki ehtiyat rolunu oynaya bilən xüsusi bir elmi nəticə əldə etməyə yönəldilir. Bundan əlavə, tətbiqi tədqiqat mərhələsində informasiya tədqiqatları aparıla bilər, xüsusən də əməyin və idarəetmənin təşkili metodlarını inkişaf etdirən məzmuna sahib olan patent tədqiqatları, təşkilati və iqtisadi işlər kimi müxtəlif işlər həyata keçirilə bilər.

İnnovasiya prosesinin üçüncü mərhələsi tərkibində eksperimental dizayn işlərinin aparılmasıdır. Bu növ işin məqsədi tətbiq olunan tədqiqatların nəticələrinə, yeni avadanlıqların, materialların nümunələrini və yeni texnoloji proseslərin inkişafına əsaslanaraq yaratmaq və ya təkmilləşdirməkdir. Təcrübə dizayn işlərinin strukturunda iki növ fərqlənir: dizayn işi və texnoloji iş.

Dizayn işi bir mühəndislik qurğusunun və ya texniki sistemin müəyyən bir dizaynının işlənməsini əhatə edir. Texnoloji iş fiziki, kimyəvi, texniki prosesləri əmək prosesləri ilə vahid sistemə birləşdirmək üçün metodların işlənməsini əhatə edir. İnkişaf işləri mərhələsində tətbiq olunan tədqiqatların nəticələrinin son yoxlanılması aparılır, müvafiq texniki sənədlərin hazırlanması aparılır, yeni avadanlıqların nümunələri hazırlanır və sınaqdan keçirilir.

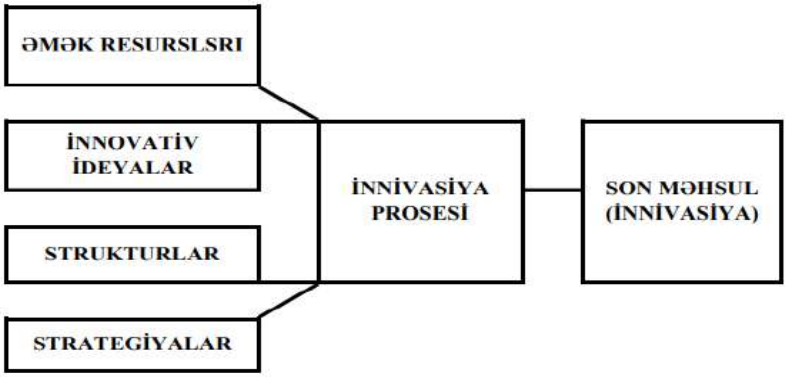
İnnovasiya prosesinin dördüncü mərhələsi yeni məhsulların sənaye istehsalının inkişafıdır. Bu mərhələdə yeni avadanlıq və yeni texnoloji proseslərin prototiplərini sınaqdan keçirmək məqsədi ilə pilot və təcrübi işlər aparılır. Təcrübə işlərinə gəldikdə, bunlar elmi tədqiqat və inkişaf üçün zəruri olan xüsusi (standart olmayan) avadanlıq, aparat, alət, qurğu, stend, istehkam və s. Istehsalına, təmirinə və saxlanmasına yönəldilmişdir.

İnkişaf mərhələsi başa çatdıqdan sonra sənaye istehsal mərhələsi adlanan innovasiya prosesinin beşinci mərhələsi başlayır. Bu mərhələ yeni avadanlıqların geniş miqyasda istehsalı və yeni texnologiyaların tətbiqi ilə xarakterizə olunur və maddi yenilikləri istehlakçıya çatdırmağı hədəfləyir (Ильенкова, 2009: s.8).

Biz belə hesab edirik ki, müasir dövrdə iqtisadiyyatın əlifbası mahiyyətini daşıyan ilkin iqtisadi potensial haqqında, yəni istehsal və ya xidmət sahəsində fəaliyyət göstərməsi nəzərdə tutulan hər hansı bir müəssisənin yaradılması üçün lazım gələn ilkin ehtiyaclarla bağlı uzun-uzadı danışmağa və onları şərh etməyə ehtiyac yoxdur. Qısaca olaraq belə demək mümkündür ki, istənilən bir qurum və ya müəssisənin fəaliyyətə başlaması üçün ehtiyac duyduğu ən vacib ilkin ehtiyaclar onun ilkin iqtisadi potensialı kimi qəbul edilir (Əliyev T.N., Babayev L.B., 2013: s. 272).

İnnovasiya potensialı dedikdə isə, konkret bir müəssisənin, qurum və ya quruluşun, eləcə də ümumilikdə ölkənin iqtisadiyyatının və cəmiyyətin həm texnoloji, həm də sosial baxımdan innovasiyalara hazırlıq səviyyəsi nəzərdə tutulur. İnnovasiya potensialı maddi-istehsal, maliyyə, intellektual, elmi-texniki, eləcə də innovasiya fəaliyyətlərini həyata keçirməyə xidmət edən resursların məcmusudur ki, onları sxematik olaraq aşağıdakı kimi göstərə bilərik (Sxem 1.). Bütün ölkələrdə bu resurslar milli mülkiyyət və ya dəyərlər kateqoriyasına aid edilir və hətta bir sıra ölkələrdə onları qoruyan xüsusi qanunvericilik aktları da mövcuddur.

Sxem 1. İnnovasiya potensialı



Mənbə: Əliyev T.N., Babayev L.B., (2013) "Regional innovasiya sisteminin təşkili və idarə edilməsi." Bakı, materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur

İnnovasiya potensialı fəaliyyətdə olan təsərrüfat subyektlərinin innovativ aktivliyini, yəni onların innovasiyaları istehsal, tətbiq və qəbul etmək imkanlarını müəyyən edir. Bu da öz növbəsində innovativ xarakterli iqtisadiyyatın vacib şərtidir.

İnnovasiya potensialı mövcud imkanların reallaşdırılmasının nəticəsi, real innovasiya məhsulu (yeni məmulat, lisenziya, patent və s.) kimi də nəzərdən keçirilə bilər. İnnovasiya potensialının elmi-texniki potensial və sahibkarlıq potensialı kimi iki tərkibi elementdən ibarət olduğunu söyləmək mümkündür. Elmi-texniki potensial ümumi innovasiya potensialının sadəcə bir hissəsidir və mövcud (yaxud da yaradılan) sistem tərəfindən müxtəlif innovasiyaların kəşf, ixtira və ya istehsal edilməsi imkanını formalaşdırır. Elmi-texniki potensial elm sahələrinə aid resursların məcmusu, eləcə də elmi fəaliyyətin ixtira, kəşf, səmərələşdirici təklif və nou-hau mahiyyəti daşıyan müxtəlif növlərinin məcmusu kimi də xarakterizə edilə bilər. Elmi-texniki potensial özünün elmi tutumu və dərinliyi ilə xarakterizə olunur.

Elmi-texniki potensialın göstəricisi – istehsal edilən hazır məhsulun və ya xidmətin hər vahidində elmi-texniki fəaliyyətlərə qoyulan xərclərin, onların ümumi istehsalına qoyulan xərclərə nisbəti şəklində və eyni zamanda, həmin məhsul və xidmətin istehsalı ilə bağlı elmi-texniki fəaliyyətlərlə məşğul olanların sayının, onların istehsalı ilə bağlı müəssisə və ya sahə üzrə çalışan əməkdaşların ümumi sayına nisbəti şəklində müəyyən olunur. Hər hansı məhsulun və ya xidmətin elmi tutumu və dəyəri deyərkən, bir qayda olaraq, müəssisə tərəfindən onların tədqiqinə və hazırlanmasına çəkilən xərclərin il ərzində həyata keçirilən satış və ya hazır məhsul həcminə olan nisbəti nəzərdə tutulur.

İnnovativ sahibkarlıq potensialı idarə və ya müəssisənin istehsal və satış imkanlarının, eləcə də humanitar sahələrinin yenilənməsi işinə yönələn ümumi proses kimi nəzərdən keçirilir. Sahibkarlıq komponentinin yoxluğu və ya zəifliyi idarə və müəssisələrin ümumi potensialında hər hansı dinamizmin yaranmasına imkan vermir. (http://www.danielearchibugi.org/downloads/papers/Archi-Coco.Menu _for_Choice.pdf - 2019)

Yenilikçi məhsullar. İnnovativ məhsullar adətən yeni və ya yeni təqdim olunan məhsullar, eləcə də təkmilləşdirilmiş məhsullar və ya yeni və ya əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılmış istehsal metodlarına əsaslanan məhsul yeniliklərinin tətbiqi nəticəsində başa düşülür (Гохберг, 2006: s.76).

Bununla yanaşı, qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi elmdə innovativ məhsullar (yeni məhsul) anlayışı ən mübahisəlidir, çünki innovativ fəaliyyətin nəticəsi yalnız bu və ya digər maddi forma ilə deyil, həm də yaradıcı fəaliyyətin ideal məhsulları ilə əlaqələndirilir (Медынский, Скамай, 2010: s.33).

Yeni və ya təkmilləşdirilmiş bir məhsulun və ya prosesin ortaya çıxması üçün elmi, sənaye və texnoloji, təşkilati, maliyyə və digər tədbirlər dəsti verilməlidir. Müvafiq olaraq, yenilikçi bir infrastruktur da yaranır, bunların təşkilati elementləri, xüsusən də (Кравченко, 2009: s.67-):

- Məlumat dəstəyi;
- Ekspert və analitik dəstək;
- Maliyyə və iqtisadi dəstək;
- Marketinq və reklam dəstəyi;
- Patent lisenziyalı və patent-tədqiqat dəstəyi;
- Hüquqi dəstək.

Yeniliyin üçüncü əlaməti onun hədəflənmiş təbiətidir. Məqsəd, bazarda satılan yeni və ya təkmilləşdirilmiş bir məhsulun görünüşü və ya praktikada istifadə edilən yeni və ya təkmilləşdirilmiş bir prosesdir.

Yeniliyin dördüncü əlaməti və bəlkə də ən barizi onun riskli təbiətidir.

İnnovasiya fəaliyyəti digər mülki fəaliyyətlərə nisbətən ən böyük dərəcədə risk faktorlarına məruz qalır, bu fəaliyyətin aralıq və yekun nəticələrinə təsiri dəqiq müəyyənləşdirilə bilməz.

Müəssisənin İnkişaf Strategiyası

Müəssisənin inkişaf strategiyasının praktik icrası onun ətraflı inkişafı və əsaslandırılmasından əvvəl olmalıdır. Lakin, hazırda müəssisənin inkişaf strategiyasının vahid nəzəriyyəsi mövcud deyil. Əsasən fərdi problemlərin həlli üçün empirik alqoritmlər dəsti kimi istifadə olunan çoxlu səpələnmiş bilik var. Ancaq bitmiş bir görünüşə sahib olmadıqları üçün və ya tez-tez bir-birlərinə zidd olduqda və ya müasir iqtisadi şərtlərə uyğun gəlmədikləri üçün vahid bir nəzəriyyə meydana gətirmirlər (Макконелл, Брю, 2007: s.129).

Ekspert qiymətləndirmələrinə görə, müasir iqtisadiyyatın inkişafına innovasiyanın töhfəsi 60-70% -ə qədər ola bilər (müəyyən bir dövlətin xüsusi şərtlərindən asılı olaraq). Buna görə müasir iqtisadiyyat bəzən yüksək texnoloji adlanır (Ильенкова, 2009, s.14).

Bundan əlavə, biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatda iqtisadi artım mal və xidmətlərin istehsal və istehlakının fiziki həcmlərinin dinamikasıdır. Yüksək keyfiyyətli iqtisadi böyümə bir dövlətin və qalanların arasındakı inkişafın fərqi kimi başa düşülməlidir (Овчинников, 2009: s.84 -85). Bu istifadəçiyə əlavə iqtisadi qazanc verməsi ilə diqqət çəkən yeniliklər vasitəsilə təmin edilir. Bu əlavə mənfəət dövlətlər arasındakı inkişaf fərqini müəyyənləşdirir, çünki istənilən iqtisadi inkişaf maliyyə mənbələrinə əsaslanır.

İnnovasiya tədqiqat və kəşf nəticəsində yaranır, elmi və praktik həll yollarını materializə edir. Onun əsas xüsusiyyəti həm texniki parametrlər, həm tətbiqetmə, həm də bazar mövqelərindən kommersiya göstəriciləri ilə qiymətləndirilən yenilikdir (Nadirov, 2010: s.244).

Yeniliklərin inkişafı müxtəlif növ təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilə bilər:

- Müstəqil daxili bölmələr;
- Müvəqqəti elmi-texniki qruplar;
- İxtisaslaşmış müstəqil tədqiqat firmaları;
- Dövlət tədqiqat mərkəzləri;

- Universitetlərdəki texnoparklar;
- İxtisaslaşmış dərnəklər.

Xaricdə innovasiyanın təşkili üçün ən çox yayılmış formalar ortaqlıq, daxili müəssisə, bir texnoloji mərkəz, xarici müəssisə şirkəti, kiçik bir innovasiya şirkəti, spin-off, elm parkı və təsis mərkəzidir. Yuxarıdakı formaları daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Tərəfdaşlıq, innovativ sahibkarlıq fəaliyyətinin sadə bir daxili təşkilati formasıdır. İşçinin administrasiyanın köməyi ilə yeniliklər tətbiq etməsi və müsbət nəticə verərək onları bazara müstəqil bir tərəf kimi təqdim etməyə çalışmasıdır.

Daxili müəssisə xüsusi bir xidmət tərəfindən seçilmiş işçilərin elmi fikirlərini həyata keçirmək üçün hazırlanmış inzibati və iqtisadi cəhətdən muxtar bir vahiddir. Eyni zamanda yeni ideyalar və yeniliklərin istehsalata tətbiqi üçün bir layihə hazırlanır.

Bu bölmələri yaratmaqla təşkilat əhəmiyyətli dərəcədə fayda əldə edir, çünki ilk növbədə təşkilatın rəqabət qabiliyyəti və xarici mühitə uyğunlaşması artır.

Texnologiya mərkəzi, universitetlərdə və böyük tədqiqat təşkilatlarında innovativ fəaliyyətin təşkili üçün yaradılan bir mərkəzdir. Yeniliklər yaratmaq və onları orta qiymətə bina, avadanlıq və köməkçi heyət ilə təmin edərək elm adamlarını özünə cəlb edir (Howard, 2011: s.36).

Xarici bir müəssisə firması ya investisiya ya da kommersiya formasına malikdir. Bu tip bir şirkət alimlər və ixtiraçılar tərəfindən müstəqil və ya köməkçi bir şirkət olaraq yaradılır. Bu təşkilat öz fəaliyyətində tətbiqi tədqiqatlara və müxtəlif təbiətin inkişafına əsaslanır. Bu cür təşkilatlar özləri yenilik yaratmayan, lakin bunun üçün səy göstərən böyük şirkətlərin vençur kapitalı köməyi ilə fəaliyyət göstərirlər (Веснин, 2012: s.488-489).

Xüsusilə böyük üstünlüklərə əsasən mühəndislik və inkişaf müddətinin qısa olması, istehsalın inkişafı və məhsulların yüksək keyfiyyətli üstünlüyü səbəb ola bilər ki, bu da yeni bazarlara çıxmaq və ya heç olmasa dayanmaq imkanı verir. Bu anda yeni bir məhsulun ömrünün yarısı, bundan sonra istehsalının iqtisadi səmərəliliyinin azalması və təqlid məhsullarından artan rəqabət başlayır, üç il və ya daha az olacaqdır. Bu dövr bazara ilk dəfə daxil olan şirkət tərəfindən yeni məhsulun satış qiymətinin 50% -ni təşkil edir (Агарков, Кузнецова, Грязнова, 2013: s.91).

İnnovasiya istehsalının sürətlə artması və iqtisadiyyatın strukturundakı mövqeyinin genişlənməsi dünyanın bir çox ölkələrində iqtisadi inkişafın əsas istiqamətlərindən biridir. İqtisadiyyatın bu sektorunun yüksək dinamizminin mərkəzində cəmiyyətin inkişafının əsas qanunauyğunluğu dayanır - məhsuldar qüvvələrin irəlilədikcə ehtiyaclarının artması, iqtisadiyyat daha mürəkkəbləşir, əhalinin həyat səviyyəsi, təhsili və mədəniyyəti yüksəlir və müvafiq olaraq istehlak və istehsal ehtiyaclarının innovasiyalara, eləcə də sosial ehtiyaclara davamı genişlənir. Müxtəlif dövrlərdə bu əsas səbəbin hərəkəti bir sıra amillərin - iqtisadi, texnoloji, sosial, demoqrafik və digər növlərin təsiri altında güclənmiş və ya zəifləmişdir (Nizami, 2012: s.6).

Bununla birlikdə, müasir tədqiqatlarda, kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün institusional şəraitin rolu və sistemi, onun innovativ inkişafdakı əhəmiyyəti barədə sual açıq qalır. Qeyd etmək lazımdır ki, innovasiya fəaliyyəti, ilk növbədə, mütərəqqi yeniliklərin tətbiqinə yönəldilmiş bir fəaliyyət kimi, bir növ və ya sahə deyil, fəaliyyət xarakteridir (Stepanenko, 2012: s.68).

Beləliklə, yenilik yalnız iri müəssisələr üçün xarakterik deyil, kiçik müəssisələr innovasiyaların fəal iştirakçısına çevrilə bilər, yəni bəzi bölgələr üçün inkişaf mühərrikinə çevrilə bilən kiçik müəssisələrdir.

İnstitusional yanaşmaya uyğun olaraq, innovativ kiçik sahibkarlığın inkişafı müxtəlif növ məhdudiyyətlərin təsirini nəzərə almalıdır. Aşağıdakı analiz sahələri belə bir sistem üçün əsas ola bilər: mülkiyyət hüquqları və əməliyyat xərcləri sistemi; dövlət iqtisadi qurumları, ilk növbədə vergitutma və rəqabətin qorunması və sosial-mədəni amillər (Nadirov, 2010: s.44).

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlar qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Məqələnin yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardan da istifadə oluna bilər, bunlara nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə etməklə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Bu konsepsiya, yeniliyin sistematik nəzəri əsaslarını qoyan, yeniliklərin rolunu da nümayiş etdirən məşhur avstriya iqtisadçısı josef schumpeter tərəfindən ilk dəfə elmi istifadəyə verilmiş “innovasiya” (ingiliscə innovasiya - “yenilik”) termini texnoloji dəyişiklik və idarəetmə üzərində qurulmuşdur. J. Schumpeterin fikirlərinə görə, "innovasiya" termini yeni istehlak mallarının, yeni istehsal və nəqliyyat vasitələrinin, bazarlarda və təşkilati formaların tətbiqi və istifadəsi üçün bir dəyişiklik deməkdir (шумпетер, 2007: s.12). Eyni zamanda, j. Schumpeter ixtiraçılıq və yenilik arasında bir təşəbbüskarın simasını bağlayıcı bir əlaqə kimi aparıcı rolu təyin etdi.

Nəticə

Bütün inkişaf etmiş ölkələrdə dövlət siyasətinin vacib elementi innovativ fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatlar üçün vergi güzəştləridir. Onlar kompleksdir və kütləvi istehsalın inkişafı və qurulmasından tutmuş xarici məhsullar da daxil olmaqla istehlakçıya çatdırılma mərhələsinə qədər yenilikçi məhsulları müşayiət edirlər.

Sosial-mədəni amillər cəmiyyətin dəyərlər sistemini, biznesin qeyri-rəsmi qaydalarının məcmusunu əks etdirir, onları “sahibkarlıq keyfiyyətlərinin formalaşması və inkişafı, ətrafdakı sosial-iqtisadi mühitlə qarşılıqlı əlaqə yolları” sistemi kimi şərh etmək olar. Bu institusional amillərə: cəmiyyətdə bir sahibkarın müsbət imici, sahibkarlıq fəaliyyətinin yaradıcı təbiəti, sahibkarlıq fəaliyyətinə müsbət

münasibət və sahibkarların müsbət mənlik şüurunun inkişafı daxildir. Fikrimizcə, sosiologiya, sahibkarlıq tarixi bu amillər qrupunun öyrənilməsində böyük rol oynayır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Howard m., (2011) public sector economics for developing countries. Univercity of the west india, press 211
2. Nadirov a., (2010) “akademiyada regionların sosial-iqtisadi inkişaf problemləri üzrə tədqiqatların ümumi qısa tarixi səlnaməs”. Elm, bakı, 532 səh.
3. Nizami i., (2012) kiçik və orta biznes: beynəlxalq təcrübə. Cəmiyyət e-jurnalı
4. Агарков, с.а., кузнецова, е.с., грязнова м.о., (2013) инновационный менеджемент и государственная инновационная политика/уакадемия естествознания. - москва 20 и.-с. 132 стр.
5. Кравченко и.с. (2009) инновации и экономический рост: проблемы измерения // инновации. № 8. , 2009, стр. 65-67
6. Веснин в.р. (2012) менеджмент: учебник. - москва: проспект, 616 стр.
7. Гохберга. Л.м. (2006) статистика науки и инноваций: краткий терминологический словарь, м.: вектор, 266 стр.
8. Ильенкова с.д. (2009) инновационный менеджмент. - 2-е изд., перераб. И доп. - м.: юнити-дана, 361 стр..
9. Ильенкова с.д. (2009) руководство по изучению дисциплины «инновационный менеджмент». 3-е изд. - м.: клувер, 297 стр.
10. Макконелл к.р., Брю с.л. (2007) экономикс: принципы, проблемы и политика. - м.: инфра-м, 367 стр.
11. Медынский в.г., Скамай л.г. (2010) инновационное предпринимательство. - м.: спутник, 288 стр.
12. Шумпетер й. (2007) теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капиталов, кредита, процента и цикла конъюнктуры). - м.: директ-медиа, 297 стр.

İxrac potensialından istifadənin stimullaşdırılmasının institutsional təminatı məsələləri

Aytəkin Verdiyeva

ayden.verdiyeva@gmail.com

Xülasə

Bazar münasibətləri şəraitində və milli iqtisadiyyatın dünya iqtisadi təsərrüfatına qoşulduğu bir dövrdə mühüm məsələlərdən biri də rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində ölkənin xarici iqtisadi əlaqələri, ixrac potensialıdır. Çünki istənilən ölkənin rəqabətə davamlı məhsul istehsalı və ixracı üçün ilk öncə ixrac potensialının inkişaf istiqamətləri ön planda olmalı, sıx xarici iqtisadi əlaqələr qurulmalıdır. Hal-hazırda ölkəmizin xarici iqtisadi strategiyası qarşısında duran vacib məsələlərdən bir neçəsini qeyd etmək olar ki, buraya ixrac imkanlarının artırılması, təkcə ixracın deyil, həmçinin idxal əməliyyatlarının da strukturunun təkmilləşdirilməsi, eyni zamanda dünya bazarının tələb və standartlarına uyğun rəqabət qabiliyyətli məhsulların çıxarılması da daxildir. Bu məqsədlə xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi istiqamətində aparılan iqtisadi siyasət və ixraca yönümlü müəssisələrə dövlət dəstəyi öz əhəmiyyəti ilə seçilir. İxrac potensialının daha səmərəli istifadə yönlərini öyrənilmək, təkmilləşdirilmiş ekoloji siyasət həyata keçirmək, elmi-texniki tərəqqini inkişaf baxımdan əsaslandırmaq ixrac potensialını daha düzgün qiymətləndirməyi şərtləndirir. Hazırki dövrdə əksər dünya ölkələrində ixrac potensialı iqtisadi baxımdan kəmiyyətlə qiymətləndirilir. Elə bu səbəblə ixrac imkanlarının qiymətləndirilməsi praktikasında qeyd olunan ümumi məqsədlər və parametrlər iqtisadi qiymətləndirmə metodunun əsas meyarı rolunda qəbul edilir. Eyni zamanda onu da nəzərə almaq labüddür ki, hər bir dövlətin ixracat imkanlarının inkişafı və artırılması problem ilə paralel, ölkənin idxal siyasətinə də xüsusi fikir vermək vacibdir. Belə ki, ümumilikdə ixrac potensialının inkişaf etdirilməsi istiqamətində idxalatı əvəz etmə strategiyası önəmli rola malikdir.

Açar sözlər: Bazar iqtisadiyyatı, İxrac potensialı, diversifikasiya, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı.

Giriş

Geniş qloballaşma prosesinin baş verdiyi müasir dövrdə hər bir dövlətin davamlı sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminə, əsas da onun aparıcı və ilkin forması olan xarici ticarət sisteminə səmərəli inteqrasiyadan asılıdır. Belə ki, xarici ticarətdə fəal iştirak edən dövlət, bir yöndən cəmiyyətin tələbini daha dolğun ödəməsi, ölkə iqtisadiyyatının səmərəli strukturunu formalaşdırması, yeni texnika və texnologiyalar əldə etməsi və bu yöndə önə çıxan problemləri həll etməsi imkanına malik olur. Həmçinin ölkə olaraq beynəlxalq əmək bölgüsündə malik olduğu üstünlükləri reallaşdırması imkanı qazanmış olur. Elə bu səbəblə, hal-hazırda Respublikamız ikitərəfli ticari-iqtisadi əlaqələri inkişaf etdirməklə bərabər, çoxtərəfli xarici ticarət sazişlərinə qoşulmaqla beynəlxalq ticarət sisteminə səmərəli formada inteqrasiya olmağa çalışır. Respublikamız üçün xüsusən də indiki dövrdə xarici iqtisadi əlaqələr mühüm əhəmiyyətə malikdir. Hazırki mövcud vəziyyətdə neftdən asılılığı azaltmaq və bu asılılıqdan azad olmaq istiqamətində bir sıra addımlar atılır. Bu istiqamətdə ilk növbədə qeyri-neft sektorunda stimullaşdırma tədbirləri həyata keçirilir. Həyata keçirilən tədbirlərin nəticəsi olaraq qeyd etmək olar ki, 2020-ci ilin yanvar ayı ərzində ölkəmizin ixracı 2,1 milyard ABŞ dolları təşkil etmiş və 2019-cu ilin müvafiq dövrünə nisbətən 851 milyon ABŞ dolları və ya 66,5% artmışdır. Bu müddətdə qeyri-neft sektoru üzrə 141 milyon ABŞ dolları dəyərində ixrac reallaşdırılmışdır. 2019-cu ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2020-ci ilin yanvar ayı ərzində qeyri-neft sektoru üzrə ixrac 3,4 milyon ABŞ dolları və ya 2,5% artmışdır (http://www.iqtisadiislahat.org/). Beynəlxalq ticarətin, həmçinin onun tərkib elementləri olan idxal və ixracın düzgün müəyyən olunması ölkənin inkişafına şərait yaradır. Ölkəmizin geniş ixrac potensialına malik olması müsbət perespektivlərə malik olmasına işarət edir. Hazırki bazar iqtisadiyyatı dövründə mövcud vəziyyət və qəbul olunacaq qərarlar gələcək iqtisadiyyatın formalaşmasına şərait yaradır. Prioritet istiqamətlərin

tədqiqi, ixrac və idxal istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi, bu sahədə kompleks tədbirlərin hazırlanması ölkəmizin gələcək iqtisadi inkişafı yönündə mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Metod

Qarşıya qoyulmuş məsələnin həlli istiqamətində bir neçə metoddan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə nəzəri metodların tətbiqi ilə ixrac, ixrac potensialı və ona təsir edən amillər təhlil olunmuşdur. Ümumilikdə isə müşahidə, qruplaşdırma, müqayisə, sistemli təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur. Tədqiqat işinin tərtibində "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi", "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi", İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin məlumatlarından, statistik məcmuələrdən, elmi məqalələrdən və.s istifadə olunmuşdur.

Analiz

İxrac potensialı dedikdə, ölkənin iqtisadi potensialının bir hissəsi olaraq, xalq təsərrüfatının, eləcə də onun ayrı-ayrı sahələrinin istehsal vasitələrindən tam şəkildə istifadə edilməsi nəticəsində xarici bazar istehlakçılarının tələblərinə müvafiq miqdar və keyfiyyətdə müxtəlif növ maddi nemət və xidmət istehsalı və ixrac etmə qabiliyyəti nəzərdə tutulur. İxrac potensialının daxili məzmunu ilə bərabər mürəkkəb quruluşu da çox sayda müxtəlif elementlərin təsiri nəticəsində formalaşır. Belə ki, bu elementlərə elmi-texniki tərəqqi, istehsal fondlarından istifadənin keyfiyyətcə yaxşılaşdırılması, işçi qüvvəsinin təkmilləşdirilməsi, yeni və daha səmərəli faydalı qazıntı mənbələrinin aşkara çıxarılması, istehsal vəsaitələrinin keyfiyyətinin artırılması, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın inkişafı və bir çox digərləri daxil edilir. Bu elementlərin ixrac potensialına təsiri ayrı-ayrılıqda əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Qeyd etmək labüddür ki, bu elementlərin hər biri ilk olaraq ümumilikdə birbaşa ixrac potensialına yox, onu təşkil edən ayrı-ayrı tərkib hissələrinə təsir göstərir. Yekunda, ölkənin ixrac potensialının daha yüksək və yeni səviyyəsi onun daxili tərkib hissələrinin təisi nəticəsində formalaşır. İxrac potensialının inkişafı və formalaşmasını müəyyən edən əsas elementlərdən biri ölkədə təbii ehtiyatların mövcud olması və onların hansı formada istifadə səviyyəsidir. Ölkədə təbii ehtiyatların mövcud olması və onların mənimsənilmə dərəcəsi həmin ölkənin məhsuldar qüvvələrinin, xüsusən maddi istehsal vasitələrinin, bunun da əsasında ixrac imkanlarının inkişaf etməsini şərtləndirir. Elə bu səbəbdən, hər hansı ölkənin ixrac imkanları bilavasitə həmin ölkənin sahib olduğu və kəşf olunub mənimsənilmiş təbii ehtiyatlarının həcmi və təbii şəraitdən asılıdır. Bütün qeyd olunanları nəzərə alaraq belə nəticəyə gəlmək olar ki, hər hansı dövr intervalında mövcud ixrac imkanlarının əsasını istifadədə olan və eyni zamanda hələ mənimsənilməmiş ümumi təbii sərvətlər təşkil edir. (Sultanov, 2008)

İxrac potensialına təsir edən elementlərdən biri də bir sıra kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri sistemi ilə şərtlənən əmək resurslarıdır. Buraya elmi kadrlar, sənayenin ayrı-ayrı fəaliyyət sahələrində çalışan işçilər, məhsulların ixracı prosesi və xarici bazarda reallaşdırılması ilə əlaqədar təşkilati və idarəetmə işləri üzrə fəaliyyət göstərən şəxslər aiddir. Son dövrlərdə Azərbaycan Respublikasının dünyanın bir sıra ölkələri ilə xarici iqtisadi əlaqələri genişlənmişdir. Bu isə idxal-ixrac əlaqələrinin artmasına səbəb olmuşdur. Qeyd etmək lazımdır ki, hal-hazırda respublikanın ixrac potensialı strukturunda əsas hissəni neftçıxarma və neft məhsulları təşkil edir. Azərbaycanın ixrac potensialında həmçinin kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı da xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. (Sultanov, 2008)

İxrac potensialının inkişafı və ixracın stimullaşdırılması konsepsiyasının yerli xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla aşağıdakı göstərilən mərhələlər üzrə aparılması daha məqsədəuyğundur:

1-ci mərhələdə əsas məqsəd ölkənin təbii ehtiyatlarının fəal surətdə təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi və keyfiyyətli məhsul istehsal edən sahələrin mövcud potensialından tam və səmərəli istifadə edilməsi hesabına ixracın artırılmasına nail olunmasıdır. Qeyd edilir ki hazırda təbii ehtiyatlar kimi karbohidrogen və əlvan metal ehtiyatlarının təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi istiqamətində görülən işlər müsbət bir hal kimi qiymətləndirilməlidir. Nəzərə almaq lazımdır ki, ixracın təkcə neft və neft məhsulları kimi yanacaq və xammal hesabına genişləndiriməsi davamlı inkişaf perspektivi baxımından da ölkə iqtisadiyyatının uzunmüddətli inkişaf strategiyası kimi seçilə bilməz. Belə ki, məlum olduğu kimi, ixracın yalnız bir və yaxud az sayda xammal məhsullarına bağlılığı ölkə iqtisadiyyatına dünya bazarından və orada baş verən konyuktur dəyişikliklərindən asılı vəziyyətə sala bilər.

2-ci mərhələdə yanacaq-energetika, kənd təsərrüfatı,kimya və neft-kimya, maşınqayırma, metallurgiya, yüngül və yeyinti sənayesi sahələri üzrə texniki-istehsal potensialının mütərəqqi texnika və texnologiya əsasında yeniləşdirilməsi, genişləndirilməsi və bu əsasda ixrac olunan xammal və aralıq məhsullarının emal dərinliyinin artırılması yolu ilə ixracın əmtəə tərkibində dünya bazarında rəqabətə davamlı son məhsulun payının və çeşidinin artırılması Azərbaycanda ixrac potensialının inkişafı və ixracın stimullaşdırılması konsepsiyasının əsas hədəflərindən biri kimi çıxış etməlidir.

3-cü mərhələdə əvvləki mərhələlərdən fərqli olaraq yeni, qabaqcıl texnologiyalara əsaslanan rəqabətqabiliyyətli sahələrin inkişafına diqqət artırılmalı və bu sahələrin bazasında elmtutumlu məhsul istehsalına üstünlük verilməlidir. Burada qeyri- səmərəli olan sahələrin aradan qaldırılması və bütövlükdə milli iqtisadiyyatın beynəlxalq əmək bülgüsünün obyektiv qanunları əsasında inkişaf etməsinə nail olunması əsas məqsəd kimi qoyulmalıdır.

Müasir şəraitdə bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçid alan ölkələrin milli iqtisadiyyatlarının formalaşması və inkişafı yalnız daxili imkanlarla deyil, əhəmiyyətli dərəcədə xarici amillərlə, xüsusilə xarici ticarət əlaqələrindən daha geniş və səmərəli şəkildə istifadə edilməsi ilə mümkündür ki, bu da xarici ticarətin inkişafını şərtləndirən amillərdən hesab edilir. Dünya ölkələri resurslarla fərqli təmin olunduğuna görə müxtəlif məhsullar istehsalı zamanı müxtəlif resurslar nisbətini tələb edir ki, beləliklə də qarşılıqlı faydalı mübadilə üçün şərait və ilkin şərtlər yaradır. Ölkənin xarici ticarət əlaqələrində fəal iştirakı onun müəyyən üstünlüklər əldə etməsinə şərait yaratmaqla iqtisadi inkişafın yüksəldilməsi üçün geniş imkanlar yaradır. Ona görə də dünya təsərrüfatı sistemində xarici ticarət münasibətləri daim diqqət mərkəzindədir. Dünya dövlətləri arasında yaranan xarici ticarət beynəlxalq əmək bölgüsünün daha da genişlənməsinə və dərinləşməsinə, mövcud maddi və mənəvi potensiallardan səmərəli istifadə edilməsinə, müasir elm və texnikanın ən yeni nailiyyətlərindən lazımi səviyyədə yararlanmağa, əsaslı struktur dəyişikliklərinin həyata keçirilməsinə, dövlətlərarası sıx dostluq və işgüzar münasibətlərin inkişafına, əhalinin tələbatının tam və hərtərəfli ödənilməsinə real imkanlar yaradır. Xarici faktorlardan təcrid olunmanın birmənalı şəkildə inkar edilməsi və onun alternativi kimi daxili və xarici amillərdən istifadənin dialektik vəhdəti prinsipinin irəli sürülməsi müasir iqtisadi inkişafın əsas məzmununu ifadə edir. Dünya bazarı ilə münasibətlərin formalaşdırılmasının müasir mərhələsində olan Azərbaycan Respublikasının xarici iqtisadi strategiyası qarşısında ixrac imkanlarının artırılması, nəinki ixracın həmçinin idxal əməliyyatlarının strukturunun təkmilləşdirilməsi, o cümlədən dünya bazarına onun tələb və standartlarına uyğun rəqabətə davamlı

məhsullar çıxara bilmək kimi məqsədlər dayanmışdır. Aparılmış təhlillərdən belə nəticəyə gəlmək olar ki, sənaye və aqrar ixrac potensialının struktur dinamikası istehsal həcmindən, gəlir formalaşmasından irəli gəlir. Yeni məhsul növlərinin istehsalın, onların keyfiyyətinin dərəcələrinin yüksəldilməsinin, eyni zamanda xarici bazarda yüksək qiymətlərlə reallaşmasına yönələn ixracat ölkə iqtisadiyyatına effektiv təsir edir. Ölkəmizdə aqrar və sənaye sahələrində ixrac potensialının effektivlik baxımından qiymətləndirilməsi zamanı ixracat və idxalat ilə ÜDM artımı, istehlak bazarında ixracatın xüsusi çəkisi, ixracatın istehsal resurslarının inkişafında rolu qiymətləndirilir. (Əliyev, 2003)

İxracın səmərəliliyinin yüksəldilməsinin vacib şərtlərindən biri onun beynəlxalq ixtisaslaşmaya və beynəlxalq ticarətə uyğun diversifikasiyalaşmasıdır ki, bu da yüksək səviyyədə emal olunmuş hazır məhsulun xüsusi çəkisinin artırılmasını, idxalın diversifikasiyalaşması isə ərzaq və istehlak mallarının idxaldan az asılılığını tələb edir. Bu planda turizm kimi xüsusi xidmət növü xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bir sıra ölkələr (ABŞ, İspaniya, Yunanıstan, İtaliya, Fransa, Avstriya, Türkiyə, Kipr, transformasiya olunan ölkələrdən isə Bolqarıstan, Çexiya, Baltikyanı ölkələr və s.) beynəlxalq turizmi xarici iqtisadi əlaqələrin ən güclü sahəsinə çevirmişlər. "Turizm sənayesi" bir çox ölkələrdə ölkəyə valyuta axınını və tədiyyə balansının vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasını təmin edir. Bu mənada Azərbaycanda aşağıdakı işlər görülməlidir:

- daxili və xarici turizmin inkişafına dövlət yardımı;
- turizm sahələri obyektlərinin özəlləşdirilməsinin sürətlənməsi;
- təbii və tarixi-mədəni mühitin bərpası və rasional istifadəsi;
- beynəlxalq təcrübəyə uyğun olaraq viza, rüsum və sərhədyanı rəsmiləşmənin sadələşdirilməsi.

İxracın inkişafı və onun səmərəliliyinin yüksəldilməsində beynəlxalq sərgi, yarmarka, seminar və konfransların təşkili və onların keçirilməsinin xüsusi əhəmiyyəti vardır. Ölkəyə və onun regionlarına xarici investisiyaların cəlb edilməsinin üsullarından biri xarici tərəfdaşlarla mümkün səviyyələrdə, yəni, region, vilayət, şəhərlər səviyyəsində əlaqələrin təhlili və danışıqların aparılmasıdır. Dövlətin uğurlu qlobal brendinin mövcudluğu ölkənin tanınması və iqtisadi inkişafına böyük töhfələr verdiyindən bir çox dövlətlər brendlərin inkişafına dəstək verərək onların maraqlarını qoruyurlar. Elə buna görə də ilk növbədə müxtəlif devizlərlə təşviqat kampaniyaları başladılaraq beynəlxalq aləmdə ölkənin imicini yüksəltmək üçün tədbirləri həyata keçirilir. Bu istiqamətdə Almaniya "İdeyalar ölkəsi" (Germany: Land of Ideas), İngiltərə "Elit Britaniya" (The Cool Britannia), Fransa "İnnovasiyalar ölkəsi" (France: Land of innovation), ABŞ "Brend Amerika" (Brand America), İtaliya "İtalyan mükəmməlliyi" (Italian excellence), Hindistan "İnanılmaz Hindistan" (Incredible India), Estoniya "Estoniya brendi: Müsbətə dəyişərək" (Brand Estonia - Positively Transforming) təşviqat kompaniyaları ilə məhsullarını tanıdaraq ölkənin turistik imkanlarını artırmağa çalışırlar (https://brandirectory.com). Eyni zamanda, Avropanın 21 ölkəsindən 1800 üzv şirkəti birləşdirən Avropa Brendlər Assosiasiyası (European Brands Association) fəaliyyət göstərir. Burada əsas məqsəd isə brendlər üçün ədalətli rəqabət mühitinin yaradılması, innovasiyanın dəstəklənməsi, istehlakçılar və gələcək nəsillər üçün yüksək dəyərlərin təmin olunmasıdır. Assosiasiyanın prioritet istiqamətlərinə ədalətli və səmərəli bazarın yaradılması, istehlakçı kommunikasiyalarının yaxşılaşdırılması, Vahid Avropa Bazarının yaradılması, innovasiya və intlektual mülkiyyətin dəstəklənməsi, elektron satış bazarına etimadın yüksəldilməsi və brendlərin fasiləsiz inkişafının təmin olunması aiddir.(İmamquliyev, 2017).

Bu istiqamətdə Yaponiya, İsveçrə, Türkiyə və.s kimi ölkələrin də təcrübəsindən yararlanmaq olar. Yaponiya dövlətinin qarşısına qoyulmuş vəzifələrdən biri ölkənin yüksək mədəni potensialından istifadə etməklə yerli brendlərin cəlbediciliyini artırmaqdır. Bu məqsədlə həyata keçirilən "Yaponiya

brendi" (Japan Brand) və "Yaponiyanı səyahət et" (Visit Japan) dövlət proqramları büdcə vəsaitləri hesabına maliyyələşir. "Japan Brand" yardım proqramının reallaşdırılması 2004-cü ildən etibarən Yaponiyanın İqtisadiyyat, Əmək və Sənaye Nazirliyi tərəfindən başladılmışdır. Proqram çərçivəsində Yaponiya Xarici Ticarət Təşkilatı (JETRO) vasitəsilə şirkətlərin sərgiyarmarka, tanıtım fəaliyyətlərinin, marketinq araşdırmalarının aparılmasına maliyyə yardımı göstərilir. Eyni zamanda, proqramın davamı olaraq yaradılmış Yapon brendləri üzrə İşçi Qrupunun (The Japan Brand Working Group) əsas məqsədləri milli mədəniyyəti təbliğ etmək, çeşidli və dayanıqlı yerli brendlərin yaranmasını dəstəkləmək və qlobal brend kimi Yapon Dəbi (Japanese Fashion) yaratmaqdan ibarətdir. Yaponiyanın Dövlət Torpaqları, İnfrastruktur və Nəqliyyat Nazirliyi tərəfindən 2003-ci ildən etibarən həyata keçirilən "Visit Japan" proqramı çərçivəsində yapon xalqının həyatı, mədəniyyəti, mətbəxi, məhsulları geniş təbliğ olunaraq ölkəyə gələn xarici turistlərin cəlb olunması təmin edilir (www.brandhorizons.com).

Yerli brendlərə dövlət dəstəyinin qanunvericiliklə həyata keçirildiyi ölkələrdən biri də İsveçrədir. Belə ki, "Əmtəə nişanlarının və coğrafi göstəricilərin qorunması haqqında" Federal Qanun və saatlara, yeyinti məhsullarına "İsveçrə" adının verilməsinin tənzimlənməsi, məhsulların üzərində İsveçrə gerbinin istifadəsinin tənzimlənməsi haqqında Qərarlarla bir sıra minimal standartlar müəyyənləşdirilir. Dövlət tərəfindən yerli məhsulların keyfiyyət və standartlara uyğunluğuna ciddi nəzarətinin nəticəsidir ki, hazırda məhsulun "Swiss" markası ilə satılması qiyməti 20%- 50% daha yüksək müəyyən etməyə imkan verir. İsveçrə qanunvericiliyi ilə tənzimlənən "Swissness" konsepsiyasına əsasən, yeyinti məhsullarının xammalının minimum 80%-i (süd məhsulları üçün 100%) yerli məhsullar olduqda, sənaye məhsullarının istehsal xərclərinin dəyərinin minimum 60 %-nin İsveçrədə yarandığı təqdirdə İsveçrə brendi kimi satıla bilər. İsveçrə brendi ilə xidmət göstərmək istəyən şirkətlərin qarşısına qoyulan əsas tələb isə qərargahın və əsas inzibati ofisin İsveçrədə yerləşməsinin labüdlüyüdür (https://www.s-ge.com).

Həmçinin Türkiyə hazırda aktiv brendləşmə siyasəti aparan ölkələr sırasındadır və tekstil, qida, inşaat, turizm, xidmət sahələrində bir çox məşhur brendləri ilə fərqlənir. Həmçinin, Türkiyənin İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən yerli brendlərin gücləndirilməsi və təbliği məqsədilə bir sıra dəstək tədbirləri həyata keçirilir ki, bunlara da aiddir:

- Brendləşmə və Turquality Dəstəyi (Markalaşma və Turquality Desteği) (https://www.turquality.com) ;
- Ölkə xaricində Bölmə, Brend və Reklam Dəstəyi (Yurtdışı Birim, Marka və Tanıtım Desteği) (https://ticaret.gov.tr);
- Sərgilərdə iştirak Dəstəyi (Fuar Katılım Desteği) (https://ticaret.gov.tr).

Dünya miqyasında sağlamlıq turizminə tələbatın artmaqda olduğu indiki dövrdə Naftalan nefti əsasında mövcud və yeni sağlamlıq məhsullarının təşviqi ön plana çəkilməlidir. Bununla bağlı "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi"-də tədbirlər planı qeyd olunmuşdur. Belə ki, Turizm Şurası tərəfindən Naftalan neftindən istifadə edilərək yaradılacaq yeni kosmetika məhsullarının (məsələn, pilinq kremləri, azotqliserin və s.) növlərini müəyyən etmək üçün alimlərdən və digər aidiyyəti mütəxəssislərdən ibarət Naftalan neft-tədqiqat qrupu yaradılacaqdır. Bundan sonra, hazırda istehsal edilən məhsullar da daxil olmaqla, müxtəlif məhsul qruplarının yaradılması və onların aidiyyəti üzrə brendləşdirilməsi işində iştirak edən şirkətlərin təklifləri və fəaliyyəti dəstəklənəcəkdir. Beynəlxalq institutlardan Naftalan neftinin müalicəvi əhəmiyyətini təsdiqləyən sertifikatın alınması təmin ediləcəkdir. Həm yeni, həm də mövcud

məhsulların istehsalının həyata keçirilməsinə və genişləndirilməsinə özəl sektorun da cəlb edilməsi məqsədilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən müxtəlif təşviqat mexanizmləri ilə bağlı təkliflər hazırlanacaqdır. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bu növ məhsulların Azərbaycandakı və beynəlxalq sağlamlıq mərkəzlərindəki turizm məkanları arasında paylanılmasının təmin edilməsi istiqamətində əməli addımlar atacaqdır. Belə ki, həm xarici, həm də yerli turistləri cəlb etmək məqsədilə müəyyən marketinq tədbirləri aparılmaqla, eləcə də Naftalan nefti 61 mənşəli gözəllik məhsullarının bir neçə pulsuz nümunələri təqdim edilməklə masaj və spa müalicəsi ilə maraqlanan xarici turistlərə Bakıdan Naftalana kimi subsidiyalı səfərlər təklif ediləcəkdir. Ölkənin turizm məkanları barədə məlumatlılıq səviyyəsini yüksəltmək məqsədilə bu növ məhsulların üzərində Azərbaycan mədəniyyətinə və xüsusi cəlbedici turizm məkanlarına dair kiçik təsvirlərin də əlavə olunması məqsədəuyğundur. Məhsulların Azərbaycandakı digər sağlamlıq komplekslərində də satışına dəstək verilməsinə, həmçinin Naftalanda qısamüddətli (üç gün və ya daha az) sağlamlıq turlarının təklif edilməsinə şərait yaradılacaqdır. Eyni zamanda onu da qeyd etmək lazımdır ki, Naftalan və Duzdağa aid investisiya, turizm tələbləri və kosmetika məhsulları ilə bağlı məlumatlar onlayn platformalarda mütəmadi şəkildə yenilənəcəkdir (https://president.az/articles/22134).

Nəticə

Beləliklə, Azərbaycan Respublikasında rəqabət qabilliyyətli ixrac potensialının inkişaf etdirilməsi və idxalın strukturunun diversifikasiyası bir tərəfdən yerli ixrac əhəmiyyətli məhsulların dünya bazarına daxil olması üçün əlverişli şərtlər formalasdırmaqla yanaşı, digər tərəfdən yerli istehsalçıların xarici rəqabətin təsirindən şüurlu müdafiəsini təmin edir, ixracın diversifikasiyası maksimal effektiv və optimal struktura malik ixraca nail olmağa, ölkə ərazisindən çıxarılan məhsulların çesidinin genişləndirilməsinə və tədricən ixracın struturunda yüksək texnologiyalı məhsulların payının artırılmasına imkan verir.

Azərbaycan üçün ixracın stimullaşdırılmasının bir neçə metodu tətbiq oluna bilər:

- Vergi və gömrük güzəştlərinin tətbiqi;
- İnhisarlarla sənayenin prioritet sahələri arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənmək;
- Beynəlxalq ticarətlə əlaqədar prioritet sahələrə məqsədli investisiya yönəldilməsi üçün proqramlar işləyib hazırlamaq;
- İxracın stimullaşdırılmasının mühüm şərti həmçinin lizinqin inkişaf etdirilməsi ola bilər;
- İdxal-ixrac əməliyyatlarının kreditləşməsinin təmin edə biləcək güclü kredit müəssisələrinin formalaşdırılması;
- Azad iqtisadi zonaların bir növü kimi xüsusi ixrac yönümlü və elmi-texniki zonaların yaradılması.

Ümumilikdə ölkədə ixracının gücləndirilməsi və genişləndirilməsi, həmiçinin ixrac potensialının yüksəldilməsi üçün aşağıdakı tədbirlərin reallaşdırılması vacibdir:

- Azərbaycan mənşəli müqayisəli üstünlüyə malik məhsulların dünya bazarlarına çıxış imkanlarını artırmaq məqsədi ilə ixracatçı müəssisə və firmaların beynəlxalq sərgi və yarmarkalarda iştirakını stimullaşdırılmaq;
- tarif dərəcələrini optimallaşdırılmaq, qeyri-tarif məhdudiyyətlərinin azaltmaq, ölkədaxili istehsalın artımını dəstəkləyə biləcək və iqtisadi təhlükəsizliyi təmin edə biləcək idxal siyasəti tətbiq etmək;

- ticarət prosesini asanlaşdırmaq, o cümlədən ticarət zamanı rəsmiləşdirmə müddətini qısaltmaq, eyni zamanda bununla bağlı xərclərin azaldılması üzrə işləri davam etdirmək;
- hazırda ixrac olunan, həmçinin ixrac potensialına malik olan məhsul və xidmətləri keyfiyyət standartlarına uyğunlaşdırmaq, yüksək keyfiyyətdə məhsul istehsal edən müəssisələri stimullaşdırmaq və milli brendlərin yaradılmasını dəstəkləmək;
- beynəlxalq ticarət sferasında xarici təcrübəni öyrənmək və xarici ticarət siyasətinin təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə milli maraqlara uyğun müasir ticari siyasət metodları işləyib hazırlamaq;
- Yerli kənd təsərrüfatı mənşəli məhsullara xarici bazarlarda tətbiq edilən diskriminasiya tədbirlərini araşdırmaq, ehtiyac olarsa müvafiq tədbirlər görmək.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimlənməsi qaydaları. AR Prezidentinin 24 iyun 1997-ci il tarixli, 609 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq olunmuşdur. Bakı, 1997.
2. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir, Bakı, 2016
3. Əliyev Aydın "Azərbaycanın iqtisadi siyasəti. Azərbaycanın xarici ticarət iqtisadi əlaqələri". Qanun, Bakı,2003.
4. Cəmil Sultanov. İxrac potensialı sisteminin strukturu və inkişaf xüsusiyyətləri. "Hüquqi dövlət və qanun". Bakı, 2008.
5. B.İmanquliyev, Dünya bazarında yeni brend "Made in Azerbaijan" [Mətn],2017,8 aprel
6. http://www.economy.gov.az
7. http://president.az
8. https://customs.gov.az
9. www.azpromo.az
10. www.iqtisadiislahat.org
11. http://wto.az
12. https://brandirectory.com
13. www.brandhorizons.com
14. https://www.s-ge.com
15. https://www.turquality.com
16. https://ticaret.gov.tr

Dünyada və Azərbaycanda İxrac Potensialının Yüksəldilməsi və Onların İnkişafına Təsir Göstərən Amillər

Aydan Əlili

aydan.alili.97@gmail.com

Xülasə

Meqalə Azərbaycanda eyni zamanda, dünyada olan ixrac potensialının və onun inkişafını və onun inkışaf prosesinə daxil olan amilləri, bu amillərindən daha çox hansının struktiv cəhətdən daha təsirli olması və eyni zamanda ixrac prosesində perspektivli inkişaf yollarından bu yolların semereliliyi haqqında məlumat verir.

Məqalənin analiz bölmündə daha çox yer onun inkişaf prosesinə ayrılmışdır, bu proses ya onun inkişaf prosesinə mane olan digər məsələr haqqında irili xırdalı misallar verilmişdir. Məqalənin irəliləyən bölmərində ixrac prosesinin uğurlu və uğursuz yönləri haqqında ətraflı məlumat verərəkdən, bu səhənin inkişafının daha çox başqa aspektlərdən asılı olduğu vurğulanır. Lakin bu sahənin inkişafının başqa amillərdən asılı olduğu izah olunur, bu sahənin ətraflı araşdırılması üçün tam dəqiq metodologiyanın olmamasını isə oxucu verilən misalların, göstərilən amillərin fərqliliyindən daha çox yaxşı anlaya bilər.

Eyni zamanda məqalədə daha çox yer verilən hissələrdən biri isə Azərbaycanda ən çox inkişaf etmiş ixracat sahələridir, və bu sahələrin dövlət sektorları strukturu ilə müəyyən planlaşdırılmaya əsasən olduğunu və bu planlaşdırılmaların heç bir metodikaya aid olmadığını, o cümlədən dövlətin iqtisadi proseslərin onun ixracat prosesinə və onun sürətli inkişafından da qeyd olunmuşdur.

Meqalədə ən çox adı keçən hissələrdən biri də ixracat potensialının əsas məqsədi və sənaye müəssisələrinin inkişafı, iqtisadi sistemlərin potensialının qarşılıqlı əlaqəsindən, milli iqtisadi, sənaye, bölgə, sənaye müəssisələrinin, iqtisadi qərarların ixrac potensialına olan təsirləridir.

Hətta daha çox inkişaf eden ixracat sahələrinin hansı seçimləri edərəkdən, daha çox inkişaf perspektivi elde etmişlərdir və bu seçimlərin digər sahələr üçün perspektivliyi də göstərilmişdir.

Açar sözlər: ixracat, inkişaf, sənaye müəssisələri

Giriş

Keçmiş dövrlərdən bu günə kimi müasir dovrə qədər böyük inkişaf yolu keçmiş istehsalat sahəsi oz inkişaf yolunda böyük payı daim və hər zaman ixrac sahəsindən almışdır. İxrac sahəsi bir sözlə əgər mövcud olmasa idi. Bu günlərdə istehsalatın və onun inkişafını bu terzdə globallaşmasını görmək mümkün olmazdı. Bunun üçün ixrac potensialı daim oz yerində durmayıb ölkədən ölkəyə inkişaf etmişdir. Bu potensial daim özünü göstərmişdir. Yəni coğrafi şəraitdən ölkənin struktiv yapısından fərqli olaraq bu sahə artıq ölkərin inkişaf potensialında böyük rol oynamağa başlamışdır ki, ele bu sahə özünü global şəkildə büruzə verməyə 20-ci əsrin əvvəllərindən başlamışdır. Bu günkü gündə bir sıra ölkələrdə daxili ixracda bir sıra meyllər artıq formalaşmışdır: xammalın inkişafı imkanları artıq tükənir; ixracın strukturunda mühəndislərin və xammalların xammala olan payı arasındakı boşluqlar genişlənməyə başlayır; maşınqayırma müəssisələrində öz ixrac potensiallarından kifayət qədər istifadə edilmir və inkişaf etdirilmir; ÜTT standartlarına cavab verən sənayenin ixrac yönümlü sektorunda sənayenin inkişafını stimullaşdıran effektiv mexanizm yoxdur. İxracdakı olan potensialdan səmərəli istifadə etdikdə, şirkətə beynəlxalq ticarətdə, beynəlxalq əmək bölgüsündə də iştirakdan əlavə qazanc əldə etməyə daim imkan yaradacaqdır. Müasir Azərbaycan iş şəraitində müəssisələrdəki ixrac imkanlarında olan inkişafı onların fəaliyyətinin prioritet sahələrindən əsaslarından biridir, çünki bele bu tipli sahələr, yerli istehsalçılara keyfiyyətcə yeni fəaliyyət səviyyəsinə çatmaq üçün və

fəaliyyətlərinin səmərəliliyini artırmaq üçün bu imkanı verən ixrac məhsullarının istehsalı və onların uğurlu icrası olacaqdır.

Beləliklə, bu neəticəyə gəlmək olar ki, Azərbaycanın ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətlərində olan yerli istehsalat sektorunundakı ixrac potensialının inkişafı çox böyük xüsusi əhəmiyyəti kəsb edir.

Azərbaycanda İxrac Potesialının Yüksəldilməsi İstiqamətləri

İndiyə qədər bu sahədə bir çox müəlliflər daha çox bu sahədəç bazarda olan iri şirkətlərin, kampaniyaların, firmaların, məhsulların bu sahədə rəqabetliliyini xidmət istehsal etmək qabiliyəti kimi qələmə verirlər. Digər tərəfdən başqa müəlliflər isə bunu potensial bir qabiliyyət, müəyyən bir ölkənin mövcud və ya cari istehsal olunan resurslarını, məhsullarını ixrac etmək qabiliyyəti olaraq təyin edirlər. Hal-hazırki yanaşmalara və araşdırmalara əsasən bu konseptə aşağıdakı tərifi verə bilərik. Müəssisələrdə olan mövcud ixrac potensialı, istehsal, maliyyə, insan və bazar potensialındakı birləşmə ilə müəyyən edilən müəssisələrin endogen (daxili) və ekzogen (xarici) amillərin təsiri altında xarici bazarda ticarət fəaliyyətini başlatmaq qabiliyyətidir. Ən yaxın tam tərifi Y.A. Savinov və A.Y. Migunov təklif etdilər. Buna uyğun olaraq, ixrac potensialı, milli iqtisadiyyatın, onun sektorlarının, sənayelərinin, müəssisələrin və şirkətlərinin, firmaların elm və elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinə əsaslanmış müqayisəli cari üstünlüklərdən və yeni rəqabət üstünlüklərindən istifadə edərəkdən dünya bazarı üçün rəqabətli malları və xidmətləri istehsal etmək qabiliyyətidir. Nəhayət bu nəticəyə gəlirik ki, ixrac potensialı təbii sərvətlər və resurslar, kapital, nəqliyyat və rabitə resursları, texnologiyalar, texnoloji avadanlıqlar və əmək ehtiyatları da daxil olaraqdan bütöv cari kompleksdir və rəqabət konsepsiyası gələcək inkişaf perspektivləri ilə sıx bir şəkildə bağlı olur.

Cədvəl 1. Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat

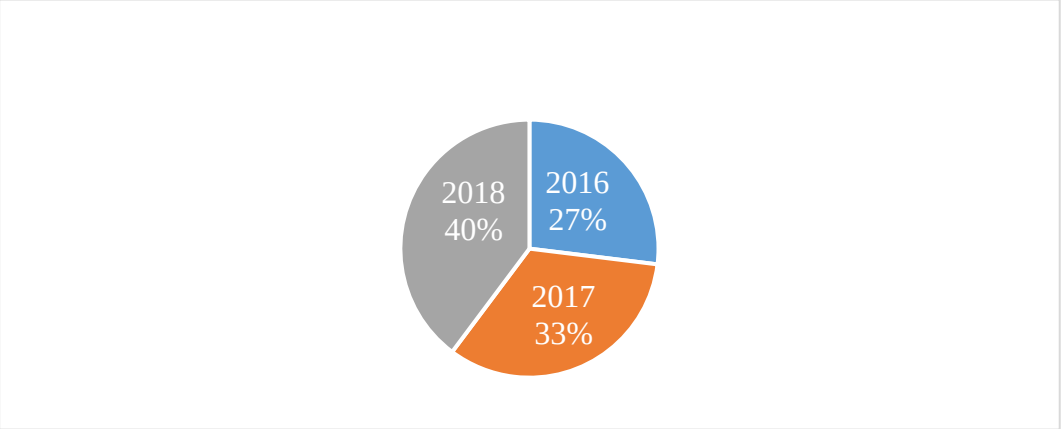
	2016	**2017**	**2018**
Bütün sənaye	32300,2	39892,5	47677,0
dövlət sektoru	6328,4	7714,6	7986,1
qeyri-dövlət sektoru	25971,8	32177,9	39690,9
Mədənçıxarma sənayesi	21191,9	28033,5	34931,5
Emal sənayesi	8899,5	9723,5	10465,4
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	1937,8	1839,8	1961,2
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	271,0	295,7	318,9

Mənbə: Link: https://www.stat.gov.az/source/industry/

Cədvəl 1-də göstərilmişdir ki, 2018-ci ildə sənayedə ümumi məhsul buraxılışının həcmi 47677,0 milyon manat təşkil etmişdir. 2017-ci il ilə müqayisədə 2018-ci ildə mədənçıxarma sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 24,6%-lik artım qeydə alınmış və 34931,5 milyon manat, emal sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 7,6%-lik artım qeydə alınmış və 10465,4 milyon manat, elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 6,5%-lik artım qeydə alınmış və 1961,2 milyon manat, su

təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 7,8%-lik artım qeydə alınmış və 318,9 milyon manat dəyərində sənaye məhsulu istehsal olunmuşdur.

Sxem 1. Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat



Mənbə: Cədvəl 1.-in məlumatlarına əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

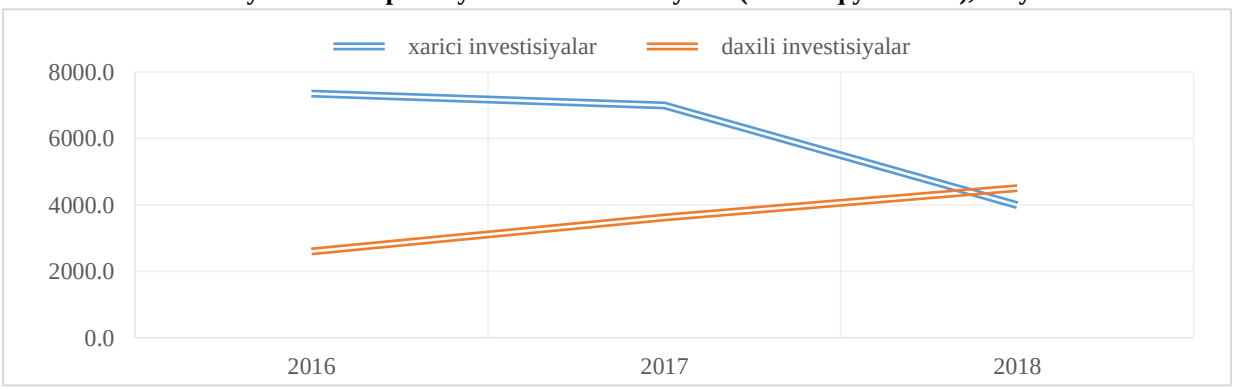
Yuxarıdakı sxemdən də göründüyü kimi bütün sənayelər üzrə sənaye məhsullarının həcmi 2018-ci ildə artım göstərmişdir.

Əlbəttə, həm sənaye, həm kənd təsərrüfatı, həm də digər sahələrdə məhsul buraxılışının həcminin artırılmasında investisiya qoyuluşları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Buna görə, xüsusən də, sənayedə xarici investisiya qoyuluşlarının təsiri çox böyükdür. İllər boyu mədənçıxarma sənayesinə, daha dəqiq desək, neft və qaz sektoruna yönəldilən xarici investisiyaların təsiri ilə ümumi sənaye məhsulu buraxılışının həcmində müsbət irəliləyişlər qeydə alınmışdır. Aşağıdakı cədvəldə sənayedə əsas kapitala yönəldilən investisiyaların faktiki olaraq illər ərzində dəyişməsi göstərilmişdir.

İxrac potensialının inkişafına təsir göstərən amillər

Aşağıdakı sxemdən də göründüyü kimi illər üzrə bütün sənaye üzrə xarici investisiyalarda azalma, daxili investisiyalarda artma baş vermişdir.

Sxem 2. Sənayedə əsas kapitala yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat



Mənbə: Cədvəl 1.-in məlumatlarına əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu gün dünyanın bir çox ölkəsində yüksək iqtisadi inkişafa nail olmaq, eyni zamanda, milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün sənaye sahələrinin inkişaf etməsi prioritet istiqamət kimi müəyyən edilmişdir.

Hər hansı bir ölkənin ixrac olunan potensialının araşdırılan toplu göstəricilər olaraqdan bir birindən ayırmaq olar:

- istehsalın səviyyəsi, tutumu və xarakteri, onun inkişaf tendensiyası
- ixracın dinamikliyi
- real və obyektiv olan ixrac imkanları, onun genişləndiridiyi imkanlar
- qarşı tərəflərlə mövcud olan münasibətlərin səmərəliliyi imkanları
- ixrac olunmuş və olunacaq məhsulların rəqabət qabiliyyəti və xarici bazarda onalara olan tələbat;
- hər bir məhsul növü üçün movcud da işğal olunmuş bazar payı;
- daxili və xarici bazarın cari tutumu.

Burada sadəcə marketinq mühütinə əsaslanaraq daimi olaraqdan bu kimi amilləri vurğulamaqdır əsas məqsəd, Hal-Hazırda faktorların bir neçə qrupu var:

- şirkətin xüsusiyyətləri:
  (ölçüsü, beynəlxalq səriştəsi,beynəlxalq təcrübəyə malik menecerlərin sayı və s.)
- məhsul;
- sənaye və ixrac bazarı;
- idarəetmənin psixoloji xüsusiyyətləri və üstünlükləri;
- hədəf bazar və seqment seçimi.

İxrac potensialına təsir edən bu amilləri təhlil etmək üçün onlar idarə olunan və idarə olunmayan olaraq iki hissəyə bölünür. İdarə olunan müəssisələrin ehtiyac olduğu istiqamətdə dəyişə bildiyi amillər hesab edə bilirlər.

Yalnız başqa bir qurumun ixrac potensialının inkişaf etməsində rolu olan amilləri ayırd edə bilərik: həm də sənaye müəssisələri qrupları: adekvat insan resursları (əsaslı olaraqda xarici dilləri bilmək, xarici iqtisadi sahədə təhsil və s.); araşdırma və inkişaf və innovasiya xərcləri; marketinq gedişatı; məhsulun keyfiyyəti, dəyəri; tarif və qeyri-tarif maneələri; dövlət tərəfindən birbaşa ixrac subsidiyaları; milli valyutadakı dalğalanmalar; və s.

Global iqtisadi sistemi subyektlərinin müasir inkişafı mal və xidmətlər bazarlarının qloballaşması şəraitində həyata keçir. Bu səbəbdən də ölkənin istehsal və ərzaq resursları beynəlxalq hərəkətində iştirakı onun ekanomik inkişaf səviyyəsinin göstəricisidir. Ölkənin yaratdığı ixrac çoxluğu, öz növbəsində,hər-hansı müəssisələrin ixrac potensialından daimi olaraq asılıdır. Məhsulların ixraca olan tələbat potensialını təmin etmək üçün, davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi üçün nəqliyyat təmin etmək, infrastruktur məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaq, enerji təchizatı, mühəndislik infrastrukturu və sosial inkişafı yaxşılaşdırmaq üçün tərəfdaş ölkələrin iqtisadi zonalarına və onların birgə dövlətlərarası birliklərinə inteqrasiya etmək lazımdır, dövlətlər arası əlaqələri yaxşılaşdırmaq da lazımdır. (Барышева , 2013:32).

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsinin nəzəri əsaslarının inkişaf vəziyyətinin təhlili onu formalaşma mərhələsindəki və gələcək inkişafa ehtiyac duyduğunu müəyyən etməyə imkan verir (Корнейко, 2015: 123).

Elə bu baxımdan da deyə bilərik ki, ölkələrdə də daimi olaraq hər hansı bir biznes potensialının üzə çıxmasını təmin etmək məqsədi ilə, bunu uyğun olaraq biznes və iqtisadi ön planlaşdırmalar gedir ki,

hansı ki, həmin təməli atılacaq ixrac potensialı üzə çıxsın və onun reallığı tam fikirlərə hakim olsun. Elə buna əsasən daha sonra həmin ixrac potensialı üçün hazırlanmış planlaşdırılmalarda əksiklər və çatışmazlıqlar üzə çıxır, və özünü göstərir.

Bu günlərdə ixrac potensialının inkişafı, iqtisadi inkişafın hal-hazırki mərhələsində mütləq dərəcə vacib və aktual bir məsələdir. Azərbaycan ixracatı ölkə iqtisadiyyatının böyük bir hissəsidir, və onun köməyi vasitəsilə ölkənin ÜDM-nin 2/5-i satılır. İxracın məhsullarının inkişafı Azərbaycan üçün vacib olan malların idxalı və xarici borcun ödənilməsi üçün valyuta ehtiyatlarının çoxalmasını təmin edəcəkdir.

1) idarəetmə prosesinin məzmununu müəyyən edən məlumat;

2) idarəetmə prosesinin təkmilləşdirilməsi üçün olan məlumat;

3) idarəetmə problemlərinin həll yolunda əsas yeri olan məlumat;

4) idarəetmə prosesinin başlanması zamanı ortaya çıxan məlumatlar.

Verilmiş Müəssisənin ixrac potensialının iqtisadi inkişafını idarəetmə prosesinin quruluşu hər biri həm muxtar, həm də sistem movcudluluğunda ola biləcək verilmiş hərəkətlərdən, yollardan (addımlardan). Cari Sistem rejimində müəssisənin ixrac potensialının inkişafını yönəltmək üçün prosesin əsas elementləri, usulları (mərhələləri) bunlardır: strateji monitorinq (strateji müşahidə, izləmə), strateji təhlil (diaqnostika və proqnozlaşdırma, analiz), strateji dizayn (proqramlaşdırma və planlaşdırma, sistemləşdirmə), strateji dəyişikliklər (dəyişikliklər və həyata keçirmə, çevrilmələr) və strateji nəzarət (dəyişikliklərin effektivliyinin təhlili və qiymətləndirilməsi və dəyərləndirilməsi).

Aşağıdakı ən vacib sepsifik prinsiplər müəssisənin ixrac potensialının inkışafına aiddir:

1) ixrac potensialının inkişafının strateji kontekstinin nəzərə alınmasını tələb edən planlaşdırma prinsipi;

2) müəssisənin beynəlxalq rəqabət bacarığının vəziyətinə təsir dərəcəsi nəzərə alınmaqla müəssisənin ixrac potensialının inkişafı problemlərinin həlli ardıcıllığının prinsipi;

3) vaxtında yönətlmə qərarlarının hazırlanmasının icrasında ekoloji dəyişikliklərə cəld cavab verilməsini asanlaşdıran səmərəlilik prinsipi;

4) idarəetmə iş gedişatının müəyyən hissələrində məzmunun və idarəetmə üsullarının, daxili və xarici ətrafdakı dəyişikliklərə effektiv uyğunlaşması məqsədi ilə tənzim edilməsini təmin edən çeviklik (dəyişkənlik) prinsipi.

Hər bir müəssisə ixrac potensialını inkişafını iki istiqamətdə edə bilər:

- Əmtəə istiqaməti. Burada istehsalda mövcud olan malların bir-birile rəqabət qabiliyyətinin çoxalması, ya da yeni tiplərin əsasının qoyulması və ixrac növlərinin genişləndirilməsi haqqında olan inkişaf.
- Coğrafi istiqamət. Burada isə yeni bazarların, yeni strukturların kəşf edilməsi və ya artıq inkişaf etmiş və ya inkişafda olan bazarlarda məhsul satışının artması, perspektivlərin çoxalması səbəbindən ixrac potensialının artmasını nəzərdə olur.

Buradan asələ olaraqdan müəssisənin ixrac potensialının dörd dəyişənini ayırmaq olar: mövcudda olan, cari mallar, yeni gəlmiş mallar, inkişaf etmiş bazarlar və perspektivi olub genişləyən

bazarlar. Bu dəyişənlərin toplu halda olması, bizə bir sənaye müəssisəsisələrinin, yerli ixrac potensialının inkişafının dörd başqa sahəsini müəyyən etməyə yol açır:

- inkişaf etmiş bazarda mövcudda olan, cari malların ixracı potensialı;
- perspektivli olan bazarda mövcudda olan, cari malların ixrac potensialı;
- inkişaf etmiş bazarda yeni bir perspektivi olan məhsulun ixrac potensialı;
- perspektivli bir bazarda yeni bir potensialı olan məhsulun ixrac potensialı.

Səmərəli bir usulda idarə edilən və inkişaf etdirən perspektivli ixrac potensialına sahib olan müəssisələrç və sənayelər, yüksək rəqabətli qloballaşan və genişləyən dünya bazarında öz müasir iş şəraitində daha sabit və rəqabətli olacaqdır. İxracın özündə olan potensialdan səmərəli istifadə şirkətə beynəlxalq iri ticarətdə, beynəlxalq əmək bölünməsində iştirakdan əvvəl əlavə qazanc əldə etməyə daim imkan verəcəkdir. Satış üçün yararlı olan bazarlarının genişlənməsi, xarici tərəfdaşlıqlarla yeni ticarət və əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması məhsuldarlığın və perpektivin artmasına, istehsal və satışın artmasına və nəticədə daha çox qazancın olmasına zəmanət verəcəkdir.

İxracdakı mövcud olan potensialın əsas daşıdığı məqsəd sənaye və sənaye müəssisələrini, iri firmaları inkişaf etdirmək, istehsalın intensivləşdirilməsidir və perspektivli bir yola qoyulmasıdır.

Müxtəlif yanaşma üsulları ilə müəssisənin ixrac potensialını tapmaq mümkündür. Onların əksəriyyəti köhnəlmişdir və müəssisələr qloballaşan iqtisadi məkanda ÜTT uyğunluqları və tələbləri ilə uyğun fəaliyyət göstərdikdə müasir iqtisadi şərtlərə heç uyğun gəlmir. Müəssisənin ixrac potensialının müəyyənləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi və idarəetmə metodlarının işlənməsi , dəyərləndirilməsi üçün hərtərəfli metodologiya hələ ki, mövcud deyil. Mühüm bir məqamda, adekvat idarə olunma mexanizmlərinin inkişafı və ÜTT şərtlərinə cavab verən və təsdiqləyən müəssisənin ixrac potensialın inkişafıdır.

Müəssisənin ixrac potensialı kimi mürəkkəb iqtisadi obyekti idarə edərkən, təsiri həm xarici mühitin müəssisəyə, həm də müəssisənin daxili vəziyyətinə təsir edən makro, mezo- və mikro səviyyənin ixrac potensialının ən müxtəlif göstəricilərini nəzərə almaq lazımdır (Sultanov, 2008:34).

Metod

Dövlətin inkişaf strukturunda əsas rolu ixrac sahəsi tutmasının əsas gostərgəsi, global əlaqələrin dövlətin struktiv yapısına olan təsiridir, xarici əlaqələrin təsiri nəticəsində əsasən böyümə üz tutan bəzi sahələr vardır ki, bu sahələrdən elə ən böyüyü İxrac sahəsidir. Bir müəssisədəki “ixrac potensialı” iqtisadi olaraqdan 90-cı illərin əvvəllərindən bu günə elmi ədəbiyyatda daim yaxın vaxtlarda nəzərdən keçirilənlərdən olmuşdur. Müasir iqtisadi ədəbiyyatda ixrac potensialının deyərləndirilməsində iki fərqli yanaşma tipi mövcuddur: o ya özü, ya da müəssisənin daxildən kənar, xarici ticarət fəaliyyətinin bütün mövcud potensialı ilə qiymətləndirilirsin. Lakin, bir çox vaxtlar bu anlayışlar müəyyən edilir yadaki “ixrac potensialı” anlayışı “xarici iqtisadi potensial” anlayışı ilə tez-tez əvəz olunur.

Analiz

Ümumi olaraq bütün müəssisələrin ixrac potensialına təsir edən amillər:

- sənaye müəssisələrinin ixrac potensialına təsir edən ümumi xarici amillər (elmi-texniki tərəqqi, siyasi amillər, dünya bazarı şərtləri, dövlət tənzimlənməsi və beynəlxalq təşkilatlar, sosial situasiya, iqtisadi dövlət tənzimlənməsi və s);

- müəssisənin ixrac potensialına birbaşa təsir göstərən amillər (istehlakçılar, rəqiblər, milli hökumətin tənzimlənməsi və milli ixracatçıların dəstəyi, idxal olunan komponentlər və komponentlərin tədarükçüləri, beynəlxalq sənaye əməkdaşlıq tərəfdaşları, infrastruktur, iqtisadi tenzimlənmələrin təsiri, dövlət strukturunda dəyişikliklər və s);
- sənaye müəssisəsinin ixrac potensialını formalaşmasına kömək edən amillər (müasir idxal olunan avadanlıqların mövcudluğu, innovativ məhsulların mövcudluğu, beynəlxalq əməkdaşlıq və sənaye proseslərində iştirak, beynəlxalq təşkilatların rolu, beynəlxalq qurumların dəstəyi və s).

İxrac potensialının modeli müasir bir müəssisənin ixrac potensialının strukturunu sxematik şəkildə təmsil etməyə, daxili komponentləri və artım ehtiyatlarını, ixrac potensialını müəyyən etməyə, ixrac potensialına təsir edən amilləri müəyyənləşdirməyə və müvafiq olaraq onları idarə etməyəimkan verir (Hacıyev, 2017:49).

Nəticə

Belə bir nəticəyə gəlmək mümkündür ki, hər hansı bir müəssisə, bir dövlət sektoru bir işə başlayarkən daha çox o məhsulu bazara çıxarmaqdan savayı ona daha çox hansı perpektivdən dəyər verməsidir əsas olan, çünki satilacaq məhsul digər reqib məhsullari ilə rəqabətdə uduza bilər vı ya heç bir şəkildə özünü dogrulda bilməz, buna görə də yuxarida bir çox amilləri bir effektlərin adları çəkilmişdir, lakijn bunların hamısı o demək deyilki bunlar hamısı hər hansı ixrac potensialı olacaq bir malı satmaq üçün verilmiş düzgün analitik usullardır sadece bu amilləri nəzərə alaraq qarşıya çıxacaq və ya çıxma ehtimalı ola biləcək riskləri qabaqcadan sezek və bunlara qarşı tədbir alaq və ya bu ixrac potensiallı işi düzgün yönləndirək. Yuxarı da vurğuladımız kimi hələki heç bir düzgün metodoloji tehlil yoxdur bu sahədə, amma bunu deyə bilərik ki, müxtəlif amilləri nəzərə alaraqdan işə başlamaq mümkündür.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “Azərbaycanda məşğulluq: cari və potensial müqayisəli üstünlüklərin tədqiqi” jurnal 2006-cı il
2. Azərbaycan xarici ticarət əlaqələri 2004-2008-ci illərdə tərtib olunmuş məcmular -2010 ДСК.
3. Əlirzayev Ə.H., (2002) “İqtisadiyyat: düşüncələr, baxışlar” Bakı, 254 səh.
4. Həsənov Ə., (2005) “Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti” Bakı, 635 səh
5. Eurochambers Economic Survey 2007 // Commerce International 007. January-February. p. 150-158
6. Бабак Л.М., Веретеникова О.А., Осипов В.А. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2016, № 7-6. - стр. 1011-1015;
7. Барышева Е.А., Определение направлений повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий // Российское предпринимательство. 2013 № 12 (234). стр. 32-38

Xüsusi İqtisadi Zonaların Fəaliyyətinin Sosial-İqtisadi Təsir Effektləri

Sənan Kərimov

senankarimov666@gmail.com

Xülasə

Bu məqalədə azad iqtisadi zonaların dünyada və Azərbaycandakı inkişafı nəzərə alınaraq Xüsusi İqtisadi Zonaların növləri, faydası və sosial-iqtisadi təsirləri araşdırılmışdır. Azad İqtisadi Zonalar milli iqtisadiyyata böyük gəlir gətirir. Xüsusilə yeni məşğulluq imkanlarının yaradılması, ölkəyə valyuta gəlirlərinin təmin edilməsi, ixrac və idxal potensialının artırılması və həmçinin yerləşdiyi bölgəni həm iqtisadi, həm də mədəni cəhətdən inkişaf etdirmək Azad İqtisadi Zonaların ən vacib təsir effektlərindəndir. Dünyada azad zonaların dəyəri yalnız 1970-ci illərdən sonra bilinməyə başlandı. 1950-ci illərdən sonra başlayan ixrac yönümlü inkişafa cəhd bu baxımdan mühüm rol oynadı. Azərbaycanda isə bu məsələ müstəqillik illərinin ilk dövrlərində prioritet məsələ olmasada, son illərdə bu sahədə bir sıra böyük işlərə imza atılmışdır. Təsadüfi deyil ki, 14 aprel 2009-cu ildə Xüsusi İqtsadi Zonalar haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu qüvvəyə minmişdir. Qitələrarası bir körpü mövqeyində olan Azərbaycan, yalnız bu xüsusiyyəti ilə belə xüsusi iqtisadi zona tətbiqlərindən dünyanın ən çox gəlir əldə edən ölkələrindən biri olmaq məcburiyyətindədir. Adekvat investisiya ilə gücləndirilmiş, xarici sərmayə üçün cazibədar hala gətirilmiş və yaxşı nəzarət altına alınmış Azad İqtisadi Zonalarla Azərbaycanın layiq olduğu qazancı təmin etməsi heç də çətin olmayacaqdır.

Açar sözlər : Xüsusi İqtisadi Zonalar, Azad İqtisadi Zonalar, Sosial-İqtisadi Effekt.

Giriş

Azad İqtisadi Zonaların makroiqtisadi təsiri beynəlxalq iqtisadi və inkişaf ədəbiyyatında əsas mübahisələrdən biridir. Kommersiya qloballaşması prosesində Azad zonaların iqtisadi təsirləri alimlər üçün yalnız əsas maraq sahəsi olmayıb, həm də ticarət və inkişaf siyasətinin əsas dayağı olmuşdur.

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra yaranan dünya ticarətinin liberallaşma meylləri bu gün də davam edir. Ümumdünya səviyyəsində dünya ticarətinin liberallaşdırılması səyləri dünyanı vahid bazar halına gətirmək məqsədi daşıyır. Qloballaşma dünyada 1980-ci illərin sonu - 1990-cı illərin əvvəllərindən bəri geniş yayılmış bir anlayışdır. İqtisadi mənada qloballaşmanın ölçülərindən biri olan ticarət qloballaşması, Dünya Ticarət Təşkilatının formalaşması ilə nəticələnən GATT(General Agreement on Tariffs and Trade - Tariflər və Ticarət haqqında ümumi razılaşma) çərçivəsində mal və xidmətlərin beynəlxalq ticarəti üzrə tarif və kvotaların tədricən ləğvi və beynəlxalq ticarətin universal liberallaşdırılması ilə başladı (Seyidoğlu, 1999).

Dünya ticarətində qloballaşma səylərinə əlavə olaraq, bəzi xüsusi hallarda bəzi malların ölkə sərhədlərinə daxil edilməsində adi gömrük rejimlərinin tətbiq edilmədiyi hallar da mövcuddur. Xüsusi gömrük rejimləri adlanan bu istisnalar; anbar rejimi, müvəqqəti giriş rejimi, tranzit ticarət rejimi, sərhəd və sahilyanı ticarət rejimi və Azad zona rejimidir (Sönmez, 1995). Tədqiqatda bu beş xüsusi gömrük rejimindən biri, Azad zona rejimi nəzərdən keçirilir.

Azad zonalar ölkənin siyasi sərhədləri içərisindədir və xarici ticarət, vergi və gömrük qanunvericiliyinin tətbiqi baxımından gömrük xəttindən kənarda olduğu üçün ölkədə qüvvədə olan ticarət, maliyyə və iqtisadi sahələrə aid qanuni tənzimləmələr tətbiq edilmir, sənaye və ticarət fəaliyyəti üçün daha geniş azadlıqlar və stimullar verilir. Ölkənin digər bölgələrindən fiziki olaraq ayrılmış və ticarət, istehsal və xidmət fəaliyyətlərinin həyata keçirildiyi yerlər kimi də müəyyən edilə bilər (Gasbaş, 2007).

Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün xüsusi zonalar makroiqtisadi təsirlər yaratdığından daha da vacib hal almağa başlamışdır. Bu zonaların yaradılmasında məqsəd ölkə iqtisadiyyatının prioritet sahələrinin inkişafını sürətləndirmək, yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsinə daha əlverişli şərait yaratmaq, ixracatı genişləndirmək, istehsalda yeni müasir texnika və texnologiyanın tətbiqinə nail olmaq, rəqabət qabiliyyətli, səmərəli istehsal və xidmət sahələrinin təşkilini dəstəkləmək, yeni iş yerlərinin açılmasına şərait yaratmaq və nəticədə ölkənin kompleks sosial-iqtisadi inkişafına nail olmaqdır.

Metod

Mövzu ilə bağlı təhlilin aparılmasında qarşıya qoyulan məsələlərin həllinə nail olmaq üçün müqayisəli təhlil, statistik, funksional, məntiqi, struktur, qruplaşdırma və müşahidə və s. metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqat metodu seçmə prosesindən, məlumatların toplanması metodundan və vasitəsindən, tədqiqatın necə aparılacağını, məlumatların toplanması və qiymətləndirilməsini izah edən konseptual çərçivədən ibarətdir.

Məlumat toplama metodu və tədqiqat üçün tələb olunan məlumatlar geniş ədəbiyyat araşdırması və bu sahədəki ekspert rəyləri nəzərə alınmaqla müəyyən edilmişdir.

Analiz

Azad zona anlayışı və azad zonaların qurulmasında rol oynayan amillər

Azad zonalar yarandıqları dövrdən 1960-cı illərə qədər ticarət xarakteri daşıyırdılar. Alterə görə ölkənin və ya bölgənin makroiqtisadi şərtləri və xarici iqtisadi mühiti xüsusi zonaların uğurunda iki vacib amildir. Xüsusi iqtisadi zonaların uğur qazanmasında ölkənin və ya bölgənin yerləşdiyi sosial-iqtisadi şərait təsir göstərir. Xarici iqtisadi çərçivədəki dəyişikliklər, məsələn, ixrac tələbinin azalması azad zonaların inkişafına birbaşa təsir edə bilər. Bu baxımdan azad zonalar aşağıdakı kimi müəyyən edilə bilər: Bir tərifə görə, bir ölkənin siyasi hüdudları içində olmaqla birlikdə, gömrük sərhədləri xaricində sayılan seçilmiş sənaye və ticarət fəaliyyətlərinin ölkənin digər seqmentlərinə görə daha çox təşviq edildiyi, bürokratiyanın ən aza endirilməyə çalışıldığı yerlərdir. Başqa bir tərifə görə isə "bir ölkənin suverenlik sərhədləri içində qalan, ancaq gömrük sərhədlərinin daxilində olmayan və dövlət müdaxiləsinin minimum səviyyədə olduğu ticarət və sənaye funksiyalarının yerinə yetirildiyi xüsusi məqsədli bir tətbiq sahəsidir".

Bu tərifl ərdən sonra xüsusiyyətlərinə görə azad zonalar bu cür ifadə edilə bilər. Azad iqtisadi zonalar ümumiyyətlə beynəlxalq limana və ya hava limanına yaxın ərazilərdə qurulur. Gömrük sahəsindən ayrı icra olunan bölgələrdir. Başqa sözlə, onlar xüsusi məqsədlər üçün qorunur. Bölgəyə daxil olan mallar gömrük prosedurlarına məruz qalmır və idxal olunan mallar saxlanıla, işlənə və istehsalatda istifadə edilə bilər. Bu mallar gömrük daxilində olmadıqda vergi ödəməyə ehtiyac yoxdur.

Xüsusi zonaların qurulmasında rol oynayan amilləri aşağıdakı kimi sadalamaq olar: 1) xarici ticarət siyasətində tətbiq olunan məhdudlaşdırıcı tədbirlər müəyyən dərəcədə yumşaldıla bilər və xarici dünyaya bir pəncərə açıla bilər; 2) ölkənin valyuta qazancı artırıla bilər; 3) tranzit xarici ticarət və avtomobil nəqliyyatı yaxşılaşdırıla bilər; 4) idxalat asanlığı təmin edilə bilər və bölgəyə gələn yerli sənayeçinin giriş xərclərini aşağı sala bilər; 5) saxlanma, ixrac və keçid fəaliyyətlərini təşviq edə

bilər; 6) xarici sərmayə və turizmi təşviq edə bilər; 7) məşğulluq imkanı təmin edə bilər; 8) sənayeləşmə və yeni texnologiya axışını təmin edə bilər.

Ancaq bu amillər fonunda ölkəyə xarici kapital cəlb etmək asan olmaya bilər. Ölkəyə xarici kapital cəlb etmək üçün asanlıqla demək olar ki, investisiya qoyacaq investorlar ilk növbədə ölkənin iqtisadi və siyasi sabitliyinə böyük əhəmiyyət verirlər. Siyasi qeyri-sabitlik səhmdarın milliləşdirmə və ictimailəşdirmə mövzusunda həssas nöqtəsidir. Burada meydana gələn qeyri-müəyyənlik qərar vermə müddətinə təsir edər.

Azad zonalar siyasi baxımdan tam müstəqil deyil. Bu bölgələr hökumət, yerli idarələr, qurumlar və qanunla müəyyən edilmiş fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən idarə olunur. Lakin ölkədəki mövcud qanunlar, gömrük qaydaları və xarici ticarət rejimi qismən və ya tamamilə etibarsızdır. Xüsusi iqtisadi zonalarda fəaliyyət istiqamətlərini bu cür ifadə edə bilərik. Ümumiyyətlə bura saxlama, qablaşdırma, çeşidləmə, yükləmə, boşaltma, yığma, sökmə, bank sığortası, memarlıq, mühəndislik, məsləhət, agentlik, broker, icarə, nəqliyyat vasitəsinə texniki xidmət və təmir kimi sənaye xidmətləri daxil ola bilər.

Xüsusi iqtisadi zonaların makroiqtisadi təsirləri

Azad iqtisadi zonaların dünya tarixində olduqca uzun bir keçmişi olmasına baxmayaraq, 1970-ci illərdən etibarən dünya ticarətində əhəmiyyətli bir rol oynamağa və iqtisad ədəbiyyatında iştirak etməyə başlamışdır.

İqtisad ədəbiyyatında azad zonaların xüsusilə İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə xarici sərmayələri və xarici ticarəti artırmaq, yerli istehsalçıların dünya bazarlarındakı qiymətlərə əsasən davranaraq beynəlxalq rəqabətə davam gətirmələrini təmin etmək, ixraca meyilli sənayelərin inkişafını təşviq edərək ixracı artırmaq, valyuta girişini artırmaq, yeni iş imkanları yaradaraq məşğulluq probleminin həllinə köməkçi olmaq, inkişaf etmiş istehsal texnikalarının xaricdən ölkəyə gətirilməsiylə iqtisadi standartları yüksəltmək kimi müxtəlif məqsədlərlə yaradıldığı qəbul edilməkdədir (Dabour, 1999).

Azad zonaların makroiqtisadi təsirlərini aşağıdakı kimi yazmaq mümkündür (Tüzmen, 2007):

- Azad zonalarda istehsal fəaliyyətlərində istifadə edilməsi üçün, yerli bazardan ixrac edilən xammal, yarı işlənmiş və hazır məhsullarla ölkə istehsalının artmasında iştirak etmək,

- Təmin etdikləri üstünlüklərlə ölkə ixracını və valyuta mədaxilini artırmaq,

- İdxal mallarından istifadə edərək istehsalını həyata keçirən yerli istehsalçılara gömrük vergisi və ƏDV olmadan malların daxil olmasına fürsət yaradaraq, xaricdəki rəqibləri ilə eyni şərtlərdə istehsal şəraiti yaratmaq,

- Ölkədə istifadə edilməsi düşünülən yeni ticari və iqtisadi siyasətlərin sınana bilməsini təmin etmək,

- Xarici investisiya firmalarının risk faktorunun aşağı, qazanclılığın yüksək olduğu xüsusi iqtisadi zonalara sərmayə qoymalarını təşviq etmək və beləcə ölkəyə yeni texnologiyaların girməsini sürətləndirmək,

- Azad zonada yaratdığı məşğulluğun yanında, bölgədəki istehsal və ticari fəaliyyətlərlə ölkə içindəki digər fəaliyyətlərə təsir edərək bilavasitə məşğulluq yaratmaq,

- Böyük hissələr halında Xüsusi İqtisadi Zonalara gətirilən malların lazım olduqda kiçik hissələr halında ölkəyə idxal edilməsini təmin edərək istehsal xərclərini aşağı salmaqdır.

Bu əhatədə azad zonaların iqtisadi təsirləri ilə əlaqədar olaraq iqtisad ədəbiyyatında iştirak edən ancaq məlumat məhdudiyyəti səbəbiylə az sayda olan müəyyən işlərdə azad zonaların xarici sərmayə qoyuluşlarını, xarici ticarəti, rəqabət gücünü, ixracatı və məşğulluğu artırmaq kimi təsirlərə sahib olduğu istiqamətində tapıntılar əldə edilmişdir. Bununla birlikdə, Hamada (1974:225-241) Hamilton və Svensson (1982:45-64) və Young (1987:369-384) tərəfindən tədqiq edilən işlərdə azad zonaların ölkə rifahına və milli gəlirə mənfi təsir etdiyi nəticəsinə gəlinmişdir. Bənzər şəkildə Chaudhuri və Adhikari (1993:157-162) tərəfindən tədqiq edilən işdə isə xüsusi iqtisadi zonaların kənddən şəhərə köçü sürətləndirərək işsizliyin artmasına səbəb olduğu irəli sürülmüşdür.

Yekunlaşdırılacaq olsa, nəzəri və tətbiqli işlərin böyük əksəriyyətində Xüsusi İqtisadi Zonaların rifah və milli gəlir üzərində müsbət makroiqtisadi təsirlərinin olduğu nəticəsinə gəlindiyini və işlərin böyük nisbətdə bir-birini tamamlayıcı xüsusiyyətdə olduğunu söyləmək mümkündür. Bununla birlikdə xatırlanan işlərdə məlumat çətinliyi səbəbiylə fərqli makroiqtisadi təsirlərin araşdırılması fərqli nəticələrin əldə edilməsinə səbəb olmaqdadır. Bu problemi ortadan qaldıra bilmək üçün, azad zonalarla bağlı statistik məlumatların kafi səviyyədə yığılmasının və nəşr olunmasının azad zonaların makroiqtisadi təsirlərini açıqlamaqda daha təsirli ola biləcəyi ifadə edilə bilər.

Azad zonaların yerləşdiyi ölkəyə təmin etdiyi faydalar

İdxalatda Təmin edilən Faydalar: Bu məzmundakı faydalar 4 qrupda toplana bilər.

Birincisi vaxt baxımından; yəni azad zonalar idxalın birbaşa və zamanında edilməsini təmin edə bilər. Ölkə daxilində yerli istehsal üçün istifadə ediləcək xammal və ara malları və ya birbaşa istehlak malları azad zonalardakı təşəbbüskarlar tərəfindən daha əvvəl bu zonaya gətirilə bilər. Buna görə yerli təşəbbüskarlar çox vaxt itkisi olmadan ehtiyac duyduqları idxal məhsullarını asanlıqla əldə edə bilərlər.

İkinci olaraq anbar və anbarlama xərci baxımından. Yerli təşəbbüskarlar idxal əməliyyatları sırasında malların uzun müddət anbarlanmasından və bundan nəticələnən maddi öhdəlikdən xilas ola bilərlər.

Üçüncü olaraq idxal rüsumları baxımından. Yerli istehsalçılar ehtiyac duyduqları malları azad iqtisadi zonalardakı anbarlarda saxlayarlar və bunlara ehtiyacları olduqca kiçik hissələr şəklində idxal edərlər. Xüsusi zonalardan mal idxal edərkən bir miqdar vergi ödənə bilər. Ediləcək olan idxalat kiçik partiyalar halında olsa vergi məbləği də daha aşağı olacaq. Bu vəziyyətdə idxal edən yerli təşəbbüskarlar istehsal mallarını bir dəfədə ölkəyə daxil edib vergisini bir dəfədə ödəmək yerinə, həm idxal etmək istədiyi malları rahat əldə edə biləcək, həm də bu zonalarda edilən əməliyyatlardan alınan idxal rüsumunun azlığından faydalana biləcək.

Dördüncü olaraq isə keyfiyyət zəmanətidir. İstehsalçılar xüsusi iqtisadi zonalar sayəsində mədaxil edəcəkləri məhsulları yerində görüb araşdıra biləcəklər.

İxracatdan Təmin ediləcək Faydalar: Bu vəziyyəti ikiyə ayıra bilərik. Birincisi rəqabət üstünlüyü. Bu zonalardan idxal edilən mallar dünya bazarlarına satılarkən qiymət baxımından bir üstünlüyə sahibdirlər. Azad zonalara gələn malların idxal malı sayılmaması, ixrac edilən malların xərclərini aşağı salacaq. Bununla birlikdə ölkədə bol və ucuz olan qaynaqlar, təşəbbüskarlar tərəfindən üstünlüklü bir şəkildə dünya bazarına təqdim edilə bilər. İstehsalçılar bu malları xüsusi zonalara gələn yeni texnologiyalarla birləşdirib ucuza işləyərək dünya bazarına çıxara bilərlər. Son olaraq ölkədən azad zonaya edilən mal satışları ixracat sayılacağından və azad zonalardakı istehsalın heç

olmasa bir qisiminin yerli xammal və mədaxil həcmini artıracağından ölkənin ixracı təbii olaraq artırıla bilər.

İkinci olaraq zamanlamanı göstərə bilərik. Xüsusi iqtisadi zonalarda fəaliyyət göstərən firmalar ölkədən dünya bazarına satmağı planladıqları məhsulları əvvəl bu zonalara ixrac edərlər. Daha sonra burada yığılan məhsullar uyğun satış imkanları və satış razılaşmaları ilə vaxt itirmədən bazara çıxarıla bilər. Bu yol izlənildiyində ixracatçıların sürətli manevr qabiliyyətinə sahib olmaları mütləqdir.

Xarici kapital axını: Bir ölkənin xarici kapital cəlb etmək qabiliyyəti transmilli şirkətləri xüsusi imkanlarla təmin etmək qabiliyyətindən asılıdır. Çünki xarici kapital rahat fürsətlərə gəlir. Bu azad iqtisadi zonaların cəlbedici cəhətlərindən biridir. Bu xüsusi imkanları aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar (Alpar, 1985: 25): 1) ölkə daxilində ictimai və siyasi sabitlik, milliləşdirmə zəmanəti verilə bilər; 2) mənfəət köçürmə hüququ verilə bilər; 3) ev sahibi ölkələrin kvotalarından istifadə etmə imkanı; 4) AİZ-in yerləşdiyi ölkəyə və ya şirkətlərin məxsus olduğu ölkəyə ixrac edə bilmə imkanı təmin edilə bilər; 5) qəbul edən ölkədə tətbiq edilən vergi azadolunmalarından faydalanma imkanları; 6) hazır infrastruktur təmin edilə bilər; 7) ödənişlər aşağı və həmkarlar ittifaqı hüquqları məhdudlaşdırıla bilər; 8) investisiya və ixrac təşviqləri təmin edilə bilər; 9) valyuta dəyişkənliyindən yaranan risklərdən qorunma tədbirləri görülə bilər.

İşsizlik probleminin azalması: Azad iqtisadi zonalar yerləşdikləri ölkələrin işsizlik problemini tam olaraq həll etməsə belə iş gücü potensialı ilə müəyyən bir işsizlik nisbətini azaltmaları cəhətdən müvəffəqiyyətli sayıla bilər. Kiçik AİZ bunu təmin etməyə bilər. Lakin çoxfunksiyalı bir xüsusi zonanın bu vəziyyətə təsiri inkar edilə bilməz. Burada kiçik bir detal, ev sahibi ölkələrin belə zonalara xaricdən işçi gətirilməsinə qarşı qabaqlayıcı tədbirlər görülməsinə ehtiyac duyula bilər. Məsələn, Türkiyədə fəaliyyət göstərən cəmi 18 sərbəst zonalarda 52640 işçi, 10957 ofis heyəti, 3387 da digər işlərlə məşğul olan personal var. Bu zonalarda ümumi 66984 nəfər işləyir (https://ticaret.gov.tr/ , 31.12.2017).

Azad iqtisadi zonaların məşğulluğa birbaşa olduğu kimi dolayı yolla da təsir etmə imkanı vardır. Belə ki, xüsusi iqtisadi zonalarda işləyənlərin ehtiyacı bu zonalara yaxın bölgələrdən təmin edildiyinə görə, həmin rayonlarda yeni iş imkanları yaranır (Alpar, 1985: 42). Burada ortaya çıxan ən vacib problem məşğulluq strukturunun balanssızlığıdır.

Tranzit ticarət: Yaradılmış azad iqtisadi zonaların beynəlxalq nəqliyyat mərkəzlərinə yaxın olması ölkəyə beynəlxalq daşımaları cəlb edəcək və daxili və xarici valyutada nəqliyyat gəlirlərinin artmasında təsirli ola bilər.

Xarici valyuta gəlirlərini artırmaqla tədiyyə balansının bağlanması: Azad iqtisadi zonaların daha çox inkişaf etməkdə olan ölkələrə bu baxımdan faydası böyükdür. İxracatın artırılması və digər bəzi yollar vasitəsi ilə ölkənin valyuta qazancından artımlar təmin edərək ticarət balansının kəsrini müəyyən dərəcədə bağlamaq məqsədi daşıyır. Azad zonalarda satılan mallar, xidmətlər və əmək haqqları şəklində qazanc birbaşa xarici valyuta qazanclarıdır. Bundan başqa əlavə dəyər elementlərini də (torpaq icarəsi, bina icarəsi, kredit faizi, vergi və rüsumlar) qeyd etmək olar.

Texnologiya transferi: İstehsala meyilli azad iqtisadi zonalarda xarici kapital transferi ilə yanaşı bu ölkəyə yeni texnologiyalar da təklif edilə bilər. Burada əsas məsələ texnologiyanın milli iqtisadiyyat ilə birlikdə sahibkarların, mühəndislərin və işçilərin bilik səviyyələrinin də artmasına fayda verə bilməsidir. Bir tərəfdən də yeni texnologiyalar insanların işlə təmin edilməsinə mane olur. Amma ümumilikdə əmək tələb edən mallar daha çox istehsal edildiyi üçün bu elə də böyük problem deyil.

Nəticə

Dünya iqtisadiyyatında artan rəqabət səbəbiylə çox sürətli yer dəyişdirə bilən beynəlxalq investisiya böyük əhəmiyyət qazanmışdır. Bəzi ölkələr bu sərmayəni özlərinə çəkə bilmək məqsədiylə müxtəlif qanuni tənzimləmələr yerinə yetirirlər. Xarici sərmayənin hansı ölkəni seçəcəyi mövzusunda yalnız yerinə yetirilən bu qanuni tənzimləmə və təşviqlər deyil, eyni zamanda o ölkənin siyasi və iqtisadi sabitliyi başda olmaq üzrə bir çox fərqli meyar da əhəmiyyət qazanmaqdadır. Xarici sərmayəni ölkəyə çəkə bilən faktorlardan biri Xüsusi İqtisadi Zona tətbiqidir. Xüsusi zonalar kafi idarə mexanizmləri təmin edildiyi təqdirdə, xarici sərmayəni ölkəyə çəkmənin yanında, ixracı asanlaşdırmaq və artırmaq, valyuta daxilolmalarını yüksəltmək, texnologiya transferini təmin etmək və yeni məşğulluq imkanları yaratmaq kimi mövzularda da əhəmiyyətli iqtisadi qatqılar təmin edəcək. Administrativ tənzimləmə və idarəetmənin yaxşı edilmədiyi azad zonaların qaçaqçılığı artırma, ətraf mühiti çirkləndirməsi, yerli firmalara xarici bazarda rəqib yaratma, idxal təzyiqi yaratması kimi qorxuları da mövcuddur. Buradakı qorxu xüsusi zonanın özündən deyil, vəzifəsini yerinə yetirməyən rəhbərlikdən qaynaqlanmaqdadır. Xüsusi zona əməliyyatlarından hər il təxminən 60 milyon $ ümumi büdcəyə köçürülməkdədir. Dünya ticarətinin təxminən %15-ni idarə edən xüsusi zonalar, bu baxımdan baxıldığında xüsusilə məşğulluq istiqamətiylə iqtisadiyyata böyük bir qatqı təmin etməkdədir.

Azərbaycan Respublikasında xüsusi iqtisadi rayonların qurulması və inkişaf etdirilməsi üçün kompleks tədbirlərin işlənib hazırlanması lazımdır. İlk növbədə vergi, gömrük və digər güzəştlərinin nələrdən ibarət olunmasına açıqlıq gətirilməlidir və qanunlarla tənzimlənməlidir. Bundan əlavə burada fəaliyyət göstərən müəssisələrin hansı şərtlərə əsasən qurulması bu planda tam şəkildə öz əksini tapmalıdır. Bilindiyi kimi dünyada XİZ-lər xarakter və funksional baxımdan üç yerə - özəl, dövlət və qarışıq formalara bölünürlər. Dünyada ən çox tətbiq edilən qarışıq XİZ formalarıdır. Azərbaycan Respublikasında qurulan Sumqayıt texnoparka və Balaxanı EkoSənaye Parkına nəzər yetirsək görərik ki, burada əsasən dövlət müəssisələrin rolu genişdir. Əlbəttə, istər bu zonalarda istərsədə digər qurulacaq XİZ-lərdə xüsusi mülkiyyətin, yerli və xarici özəl müəssisələrin, həmçinin universitetlərin, tədqiqat institutların da bu işə cəlb olunması istiqamətində addımların atılması vacibdir. Bunun üçün bizə daha yaxın olan Türkiyənin təcrübəsi tədqiq olunmalı və dünya təcrübəsindən də istifadə edərək yeni konsepsiya hazırlanmalıdır. Bundan başqa XİZ-lərin regionlarda qurulması üçün ayrı tədqiqatlar aparılmalı və əsaslandırılmış xüsusi təkliflər paketi hazırlanmalıdır. Azad İqtisadi Zonaların qurulması məsələləri ortaya çıxdığı zaman ən çox müzakirə olunan ərazilər Sumqayıt şəhəri, Naxçıvan MR-nın Sədərək rayonu, Lənkəran şəhəri olmuşdur. Lakin hal-hazırda əsasən Bakı şəhəri və Abşeron iqtisadi rayonunda qurulmasına daha çox diqqət yetirilir. Azərbaycanın təbii və coğrafi mövqeyi ölkəmizin digər ərazilərində də bir çox XİZ formalarının qurulması imkanlarını ortaya çıxarır. Əsasən sərhədyanı və liman ərazilərdə (xüsusəndə İran, Türkiyə və Rusiya ilə) azad ticarət zonaların qurulması məsələlərinə baxıla bilər.

Göründüyü kimi Xüsusi İqtisadi Zonaların ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu çox böyükdür. Bu vasitələrdən istifadə etmək köhnə ərazilərdə yeni təsərrüfatçılıq sahələrinin inkişaf etdirilməsinə və ya yeni təsərrüfat sahələrinin formalaşmasına gətirib çıxaracaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Ayhan Orhan (2003), Serbest Bölgelerin Sağladığı avantajlar, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (5), 117-131
2. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycan Respublikasında xüsusi iqtisadi zonaların yaradılması haqqında" 2007-ci il 6 mart tarixli, 538 nömrəli Fərmanı
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Xüsusi iqtisadi zonalar haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə 2009-cu il 3 iyun tarixli, 101 nömrəli Fərmanı
4. Carl Hamilton and Lars Svensson (1982), "On the welfare effects of a duty-free zone, Journal of İnternational Economics, 45-64
5. Cem Alpar (1985), Dünyada ve Türkiye'de Serbest Bölgeler. Ankara, səh.18
6. Chaudhuri , T.D. and S. Adhikari (1993), "Free trade zones with Harris-Todaro unemployment: a note on Young-Miyagiwa, Journnal of development economic, 157-162
7. Dabour Nassra (1999), "Free trade zones in the aftermath of the Uruguay round: experience of selected OIC member countries, Journal of Economic Cooperation, 1-33
8. Əliyev Şəfa (2012) "Xüsusi iqtisadi zonaların tətbiqi problemləri", Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondu, Bakı, səh.360
9. GASBAŞ (2004), "Sık sorulan sorular: serbest bölge nedir?" , www.gasbas.com.tr
10. Halil Seyidoğlu (1999), "*Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulam*", İstanbul, səh.189
11. "Xüsusi iqtisadi zonalar haqqında" Azərbaycan Respublikasının 2009-cu il 14 aprel tarixli Qanunu
12. Rasim Abutalıbov (2012), "Xüsusi iqtisadi zonalarin sosial-iqtisadi inkişafa təsiri", Bakı, 37-38
13. Sönmez Muammer (1995), "Sınır ve Kıyı ticareti", Erzurum, 1995, 22-23
14. Tüzmen Kürşad (2007), "Serbest bölgeler, Türkiye bilim sitesi", http://www.genbilim.com/
15. Young Leslie (1987), "İntermediate goods and the foundation of duty free-zones, Journal of development econimics, 369-384
16. **https://portofbaku.com/az/Free-Zone/**
17. **https://ticaret.gov.tr/**

Qeyri-Neft Sektorunun İxrac Potensialının Qiymətləndirilməsi

Razi Novruzov

razi.novruzov.97@mail.ru

Xülasə

Bu məqalədə qeyri-neft sahəsinin ixracının nəzəri əsasları öyrənilmiş və təhlil edilmişdir. Xüsusən qeyri-neft sektorunun ixrac anlayışının təkamül və mahiyyəti araşdırılmış ,bu yöndə müxtəlif fikirlərə, mövcud tədqiqatlara, mülahizələrə nəzər salınmışdır.Qeyd olunan bu fikirlərdə əsas diqqət xarici ticarət faktoruna yetirilmişdir.Həmçinin Azərbaycan Respublikasının ixrac imkanları təhlil edilmişdir.Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq miqyaslı mühüm vəzifələrindən biri də xarici ticarət dövriyyəsinin diversifikasiyalaşdırılması hesab olunur.Qeyri-neft sektorunun iqtisadiyyatda yüksək ixrac potensalına sahib olmasına baxmayaraq,bu sahənin ixracda olduqca az paya sahib olması ölkə iqtisadiyyatının xarici şoklar qarşısında həssaslığını artırır və iqtisadiyyatda müəyyən çatların yaranmasına səbəb olur. Ölkə ixracının strukturunda rəqabət qabiliyyətli ixrac mallarının növünün az olması çox böyük problem kimi qalmaqdadır. Ölkə iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun yüksək ixra- cat potensialına sahib olmasına baxmayaraq xarici ticarətində çox kiçik paya sahib olması və xarici ticarətdə qeyri-neft sektorunun payının artırılması haqqında tətqiqat aparılmışdır.Məqalədə həmçinin qeyri-neft sahəsinin ixracının təhlili və qiymətləndirilməsinin nəzəri-metedoloji təminatının dəyərləndirilməsi aparılmışdır.Bu yöndə müxtəlif iqtisadçıların fikirləri və nəzəriyyələri araşdırılmışdır.Ölkə daxili iqtisadi tərəqqi tədbirlərin həyata keçrilməsi,qeyri-neft sahəsinin ixrac imkanlarının tənzimlənməsi mexanizimləri makroiqtisadi tərəqqi istiqamətlərinin, xarici ölkələrin iqtisadi tərəqqi mmodellərində xüsusi yer ayrılmışdır.Nəzəri nöqteyi cəhətdən ixrac imkanlarının tənzimlənməsi ,ölkədə mövcud olan iqtisadi siyasət mexanizimləri hesabına baş tutmalıdır.Azərbaycan Respublikasında qeyri-neft sahəsinin hazırki durumu bu sektorun diversifikasiyalaşdırılmasının sürətləndirilməsi ilə xarakterizə olunsa da,bu proseslər sahənin imkanlarının çox kiçik bir hissəsi kimi özünü göstərir.

Açar Sözlər: Qeyri-Neft Sektoru, İxracat, Xarici Ticarət.

Giriş

Hazırda ölkəmizdə qeyri-neft aektorunun ÜDM-in həcmi qeyri-neft sənayesinin həcmi 37,6 milyard manat olmuş, əvvəlki ilə nisbətən 8,4 faizlik artıma nail olunmuşdur. Sənayedə qeyri-dövlət sektorunun payı 76,4 faizə çatmışdır. Ümumi istehsalda sənaye məhsulunun payı 87 faiz, sənaye xarakterli xidmətlərin verilməsi isə 12 faiz olmuşdur. Bu sektorun 8796,3 milyon manatlıq vəsait yatırılmışdır ki, bunun da 1229,2 mln. manatı qeyri-neft sənayesi sahələrinin inkişafına yönəldilib. Bu sektorda işləyənlərin sayı 1469 min nəfərə qədər çoxalmışdır.

Cədvəl 1. Qeyri-neft sənaye istehsalının sahə strukturu, faizlə

	2015	2016	2017	2018	2019
Bütün sənaye	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Mədənçıxarma sənayesi	**74,1**	**72,7**	**68,5**	**62,0**	**65,3**
Qeyri-neft emal sənayesi	**20,3**	**21,4**	**25,1**	**29,9**	**28,3**
Yüngül sənayesi	7,56	8,04	8,9	10,6	10,8
Yeyinti sənayesi	8	0, 8	1	1,7	1,6
Kimya sənayesi	0,7	7,84	9,56	10	9, 58
Metallurgiya sənayesi	1,5	1,2	1,3	1,3	1,3
Tikinti sənayesi	1	1,2	1,5	1,6	1,1
Digər qeyri-neft sənaye sahələri	1,54	2,32	2,84	4,7	3,9
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi, təchizatı	**5,0**	**5,2**	**5,7**	**7,2**	**5,6**
Su təchizatı, kanalizasiya və tullantıların təmizlənməsi, və emalı	**0,7**	**0,7**	**0,7**	**0,9**	**0,8**

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Bu sənayeyə birbaşa xarici və daxili investisiyaların yatırılması ixracyönümlü sahələrin inkişafı üçün stimul yaradır. Qeyri-neft sənayesində davamlı olaraq inkişafa nail olmaq məqsədilə və bu sahədə olan mövcud problemlərin aradan qaldırılması və digər sahələrin inkişafının təmin edilməsi üçün bu sənayeyə xarici investisiyaların fəal cəlb edilməsi, istehsalda müasir texnologiyaların istifadəsinə münbit şərait yaradılması və müasir idarəetmə metodların istehsala tətbiqinin stimullaşdırılması, bazara çıxarılan məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması həqiqətən də ixrac potensialının çoxaldılması istiqamətində atılmış önəmli addımlardandır. Lakin burada, qurumun effektiv və səmərəli fəaliyyət mexanizmi, daima müasir meyllərə uyğunlaşma qabiliyyəti həlledici rol oynayır. (Bayramov.A.M, 2018: s.86).

Cədvəl 2.Sənaye məhsulunun (xidmətlərin, işlərin) dəyəri, müvafiq illərin faktiki qiymətləri ilə, milyon manat

	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Ümumi Daxili Məhsul	54 744	58 182	59 014	54 380	60 393
Bütün sənaye	34 565	33 898	32 110	26 369	32 300
Mədənçıxarma sənayesi	25 607	24 655	21 981	16 362	21 192
Qeyri-neft emal sənayesi	7 032	7 244	8 072	7 880	8 899
Yeyinti sənayesi	2 770	2 737	2 853	2 769	3 506
Yüngül sənaye	2 572	2 630	3 056	2 654	2 773
Kimya sənayesi	253,9	277,5	318,9	451,0	557,2
Tikinti sənayesi	322,9	390,4	500,3	431,5	397,2
Metallurgiya sənayesi	518,3	408,7	412,8	359,3	420,7
Digər qeyri-neft sənaye sahələri	594,8	801,0	930,0	1 126	1 245
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	**1 724,5**	**1 773,9**	**1 824,4**	**1 887,2**	**1 937,8**
Su təchizatı, kanalizasiya və tullantıların təmizlənməsi, emalı	**201,8**	**226,7**	**223,5**	**240,6**	**272,3**

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Azərbaycan iqtisadiyyatında ixracın potensialının artırılması üçün sahibkarlar da düzgün ixrac siyasəti yürütməlidirlər. Cədvəl 2-də qeyri-neft sənayesində kapitala yönəldilmiş investisiyalar göstərilmişdir. Cədvəl məlumatlarından görünür ki, bu sənayeyə 2015, 2016-cı illərdə cəlb edilən investisiyalar ötən illərdə zəifləmişdir. Biz bunu neft sənayesindən əldə edilən gəlirlərin aşağı düşməsi və investorlar üçün risk amilinin önə çıxması ilə əlaqələndirə bilərik. Son illərdə investorlar üçün ən cəlbedici qeyri-neft sənayesi sahələri yüngül və yeyinti, kimya sənayesi və qismən maşınqayırma, avadanlıq və maşınlardan başqa hazır məmulatların istehsalı sahələridir. (Fərzəliyev M. P., 2017).

Cədvəl 3. Qeyri-neft sənayesində əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manatla

Sahələr	**İllər**				
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Qeyri-neft snayesi	861,2	888,9	644,6	482,9	424,3
xarici investisiyalar	0,1	0,2	0,9	16,1	-
daxili investisiyalar	861,1	888,7	643,7	466,8	424,3
Yeyinti snayesi	162,9	177,6	107,0	111,6	68,5
Yüngül snaye	72,7	62,9	117,0	89,3	117,7
Kimya Snayesi	36,8	53,8	18,5	29,0	35,6
Tikinti materiallarının istehsalı sənayesi	26,7	43,3	56,5	37,3	27,6
Metallurgiya snayesi	54,4	51,0	2,3	5,2	1,3
Maşınqayırma snayesi	173,7	69,9	113,5	25,4	11,3
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal	259,1	366,2	170,8	98,5	95,6

məmulatlarının istehsalı					
Digr qeyri-neft snayesi sahləri	74,8	65,9	59,0	71,4	66,7

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Xarici investorlar ölkədə hansı şəraitdə işləmələrinə biganə yanaşmırlar. Onların investisiya etmək istədiyi sahə və bu sahədə fəaliyyətləri üçün ölkədə investisiya mühiti xüsusi rol oynayır. Ölkəmizdə qeyri-neft sənayesinin hələki azalan templə inkişaf etməsinin mühüm səbəblərindən başlıcası investisiya problemidir. (Qurbanzadə A.A., 2016).

2015-2019-cu illər ərzində qeyri-neft sənayesinə cəmi 3588 mln. manat investisiya yatırılmışdır ki, bu da bütün sənaye üzrə eyni təyinatlı vəsaitin 11,7%-ni təşkil etmişdir. Əlbətdə ki, beş il müddətində bu qədər az investisiyanın cəlb olunması qeyri-neft sənayesinin inkişaf etməsinə mane olan amillərdəndir və bu amil qeyri-neft sənayesi məhsullarının ixrac qabiliyyətinə mənfi təsir göstərir.Ölkəmizdə qeyri-neft sahələrinin mövcud vəziyyəti və qiymətləndirilməsi üçün sənayenin prioritet sahələrinin ayrı-ayrılıqda təhlilinə ehtiyac vardır.(Süleymanov.E.N, və Zeynalov.A.M 2018)

Metod

Tətqiqatın metodoloji əsasını dialektik məntiq, kompleks və sistemli yanaşma, elmi abstraksiya, təhlil, sintez, qruplaşdırma, SWOT analiz eyni zamanda müqayisə metodlarından istifadə ehtiva edir .

Analiz

Yeyinti sənayesi

Hazırda yeyinti sənayesində artım sürətinə görə qida məhsullarının istehsal edilməsi sənayesi digər sahələri qabaqlayır. Belə ki, cədvəli təhlil etdikdə görürük ki, 2015- ci illə müqayisədə 2019-cu ildə yeyinti sənayesində fəaliyyət göstərən ümumi müəssisələrin sayında azalma baş vermişdir ki, bu azalma müvafiq olaraq A-qida məhsulları istehsalı sənayesində 8,6 faiz, B-içki istehsalıyla məşğul müəssisələrin sayında 6,3 faiz, C-tütün məmulatlarının istehsal olunması müəssisələrinin sayında isə 8,0% olmuşdur.

Cədvəl 4. Yeyinti sənayesi müəssisələrinin əsas iqtisadi göstəriciləri

A- Qida məhsullarının istehsalı B- İçki istehsalı C- Tütün məmulatlarının istehsalı	**İllər**					**Bazis ilinə nisbətən artım tempi %-lə**
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	
1. Fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı A1	427	439	389	382	391	91,4
B1	127	108	118	120	119	93,7
C1	8	8	7	7	7	92,0
2. Sənaye məhsulunun dəyəri, (milyon manat) A2	2 575	2 516	2 597	2 547	3 257	126,5
B2	175,6	207,2	233,1	194,7	208,1	118,5
C2	19,6	13,1	24,6	27,2	41,5	211,7

3. Sənaye məhsulunun fiziki həcm indeksi, əvvəlki ilə nisbətən, faizlə A3	103,1	104,8	102,8	102,9	104,8	-
B3	110,0	112,5	110,1	88,8	94,4	-
C3	85,8	70,9	165,3	90,3	91,8	-
4. Ölkədə istehsal olunmuş sənaye məhsulunda sahənin payı, faizlə A4	1,5	1,7	2,0	2,5	4,3	2,8
B4	0,5	0,7	0,8	0,8	0,7	0,2
C4	0,06	0,04	0,1	0,1	0,14	0,08
5. Əsas kapitala investisiyalar (milyon manat) A5	75,3	160,8	92,4	87,9	63,6	84,5
B5	12,2	16,8	14,6	23,7	4,1	33,6
C5	75,4	0,0	0,0	-	0,8	1,1

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Yüngül sənaye

Azərbaycan Respublikası DSK-nın məlumatlarına görə 2019-cu il tarixinə ölkənin yüngül sənayesində 300 müəssisə fəaliyyət göstərir, lakin onların sayı 2012-ci illə müqayisədə 32 vahid və yaxud 9,6% azalmışdır ki, bu ən çox toxuculuq, geyim və ağac məmulatlarının istehsalı sahələrində baş vermişdir. Yüngül sənayenin alt sahələrində baş verən institusional dəyişikliklər nəticə etibarı ilə 2015-2019-ci illər ərzində istehsal edilən məhsulun həcminin 155,2% artmasına səbəb olmuşdur. Məhsul istehsalı həcmi də müvafiq olaraq keçən ildə toxuculuq sənayesində 97,7 milyon manatlıq, bazis ilinə nisbətən 68,1% artımla, dəri məmulatları, dəri, ayaqqabı istehsalı sferasında 13,6 milyon manatlıq, bazis ilinə nisbətən 54,0% azalma ilə, geyim istehsalında məhsul istehsalının ümumi həcmi 61,1 milyon manatlıq bazis ilinə nisbətən 66,1% artım ilə, mebel istehsalında 58,4 milyon manatlıq, 2019-cu ilə nisbətən 51,0% artımla, karton və kağız istehsalında 2,8 dəfə artım müşahidə olunmuşdur. Nəticədə 2019-cu ildə yüngül sənaye sahələrinə əsasən istehsal edilən 298,0 milyon manatlıq məhsulun 32,5%-ni toxuculuq sənayesi, 20,5%-i geyim istehsalı müəssisələrinin məhsulları, 4,5%-ni dəri məmulatları və dərinin və ayaqqabıların istehsalı, 4,1%-i ağacdan hazırlanan məhsulların istehsalı, 18,7%-ni karton və kağız məhsulları 19,7%-ni isə mebel məhsulları təşkil etmişdir.

Cədvəl 5. Azərbaycanın yüngül sənayesinin alt – sahələri üzrə istehsal edilən məhsulun (işlərin, xidmətlərin) həcmi (milyon manat)

Alt sahələr	**İllər**					**Bazis ilinə nisbətən artım tempi %-lə**
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	
Toxuculuq sənayesi	57,7	51,3	48,8	31,7	97,0	168,1
Geyim istehsalı	36,8	40,1	54,5	52,4	61,1	166,1
Dəri və dəri məmu latlarının və ayaqqabıların istehsalı	29,6	21,4	19,2	12,3	13,6	46,0
Ağacdan məmulatların istehsalı	11,8	15,1	19,1	16,4	12,1	102,5
Kağız və karton istehsalı	17,3	19.8	28,1	32,0	55,8	3,2 dəfə
Mebellərin istehsalı	38,7	43,9	42,7	45,2	58,4	151,0
Cəmi	191,9	191,3	212,3	189,1	298,0	155,3

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Yüngül sənaye sahələrinin inkişafı ölkədə bu sahənin investorlar tərəfindən hansı dərəcədə cəlbediciliyindən də asılıdır. Təkcə, 2015-2019-cu illər ərzində yüngül sənaye sahələrinə ümumilikdə 240 mln. manat investisiya yatırılmışdır ki, bu məbləğin 65,1 milyon manatı, faizlə ifadədə 27%-i

toxuculuq sənayesi müəssisələrinin, 29,9 mln manatı yəni 12,4%-i geyim istehsalı müəssisələrinin, 8,8 mln manatı yəni 3,6 faizi dəri məmulatları, dəri, ayaqqabı sahəsinin, 103,9 mln manatı, yəni 43,1%-i ağac məmulatları istehsalı müəssisələrinin, 33,1 milyon manatı faizlə ifadədə 13,7 faizi karton və kağız istehsalıyla məşğul müəssisələrin, 129,5 mln manatı mebellərin istehsalıylə məşğul müəssisələrin payına düşmüşdür.

Kimya sənayesi

18 iyul 2018-ci il tarixində "SOCAR Polymer" adlı layihənin tam olaraq işə düşməsi nəticəsində plkəmizə 100 milyon dollar miqdarında idxal dilən yüksəksıxlıqlı polietilen və polipropilen istehsal edilməyə başlanacaq. 250 mln. dollar həcmində məhsul kənara ixrac olunacaq. Bununla, qeyri-neft sektorunun ixraca məxsus gəlirləri təxminən, 18% çoxalacaq. Ümumiyyətlə, qeyd edilən polipropilen zavodunun istismar zamanında 4,5 mlrd. dollardan daha çox gəlir əldə ediləcəyi gözlənilir. Ona görə ki, polipropilen məhsullarına tələbat 2018-ci il əzrində 74 mln. ton təşkil etmişdir ki, növbəti beş il meddətində tələbatın ildə təxminən 5% çoxalması proqnozlaşdırılır.

Metallurgiya sənayesi

Hazırda Respublikamızın metallurgiya sənayesində ümumi olaraq 29 müəssisə fəaliyyətdədir ki, onların 5-i dövlət, 24-ü isə qeyri-dövlət statuslu müəssisələrdir. "Baku Steel Company" və "Bakı Polad Tökmə" ASC Azərbaycanda ən iri metallurgiya zavodlarıdır. "Baku Steel Company" 2001-ci ildən Azərbaycanda polad istehsalı ilə məşğuldur və ölkədə ilk metallurgiya şirkəti hesab olunur. Zavodun 2007-ci il ərzində illik istehsal gücü 386 456 ton olmuşdur və hazırda polad istehsalına görə illik istehsal gücü 1 000 000 tona (bir milyon tona) çatmışdır. Bakı Polad Tökmə"nin isə illik istehsal gücü 100 min tona çatdırılmışdır. Bu müəssisələrdə uyğun olaraq hazırda 2100 və 750 nəfər işçi çalışır.(Hacıyev, F.Ş 2017: s.101).

Cədvəl 6. 2015-2019-cu illərdə Azərbaycanda əsas növ qara metallurgiya məhsullarının istehsalı dinamikası (min ton)

Məhsul növləri	İllər					Bazis ilinə nisbətən artım tempi %-lə
	2015	2016	2017	2018	2019	
Dəmir filizi	207,3	141,4	91,4	127,6	25,5	12,3
Polad tökmə	444,2	255,2	324,1	302,0	345,3	77,7
Polad borular	61,8	60,8	35,9	29,8	53,8	87,5
Armatur	244,8	233,4	251,5	223,2	235,0	95,9
Qara metaldan məftil və Kanatlar	323,2	483,9	389,9	234,1	216,0	66,8

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Cədvəli təhlil etdikdə görürük ki, son illər ərzində 2015-ci ilə istehsal nisbətən istehsalın həcmi azalsa da lakin 2019-cu il ərzində ötən il ilə müqayisədə sahənin polad tökmə, polad borular və armatur istehsalı sahələrində artım vardır. Əgər 2015-ci il ərzində dəmir filizi istehsal edən müəssisələrdə istehsal edilən məhsul həcmi 207,3 min ton olmuşdursa bu rəqəm 2019-cu il ərzində 25,5 min tona enmişdir ki, bu, bazis ilinə nisbətən 87,7% az, polad tökmədə 2019-cu il ərzində 345,3 min ton bazis ilinə nisbətən 22,3% az, polad borular istehsalında 2019-cı ildə 53 min ton bazis ilinə nisbətən 12,5% az, armatur istehsalı müəssisələrində 235 min ton məhsul istehsal olunmuş və bu da bazis ilinə nisbətən 4,1% az məhsul deməkdir.

Cədvəl 7. Azərbaycanda əlvan metallurgiya sənayesi müəssisələrində əsas növ məhsul istehsalı

Məhsul növləri	Ölçü vahidi	İllər					Bazis ilinə nisbətən artım dinamikası
		2015	2016	2017	2018	2019	
Gil – torpaq (alü-minium oksidi),	min ton	101,8	141,4	122,4	0	0	X
Mis filizləri və Kondensatları	ton	504,7	329,0	674,6	969,2	1 947	3,9 dəfə
Qızıl	kq	1 562	1 619	1 873	2 229	1 895	121,3%
Gümüş	kq	626,0	630,1	239,5	132,5	320,1	51,1%
Bentonit	min ton	157,9	91,9	81,2	54,0	49,3	31,2%
Alüminium qapı və pəncərə blokları,	min ədəd	19,1	21,1	23,4	27,4	25,7	134,6%

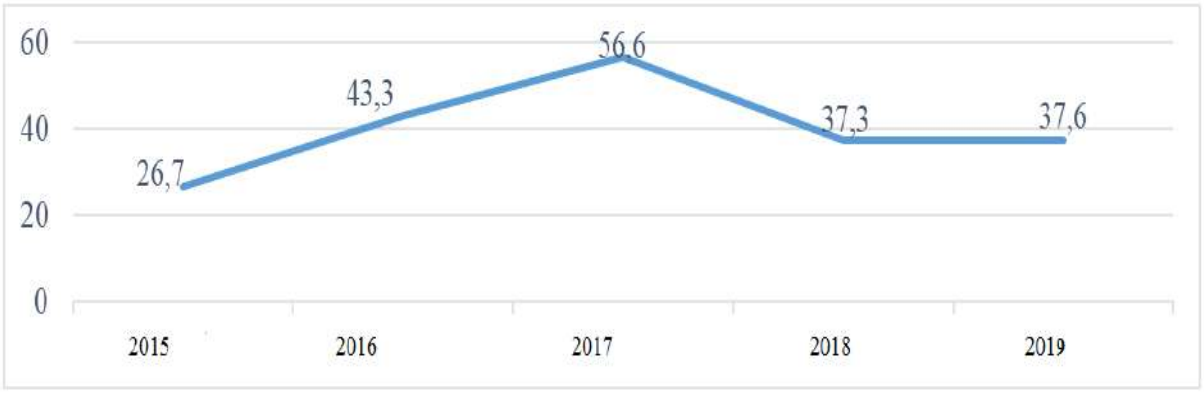
Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Cədvəldən aydın olur ki, əlvan metallar istehsal edən digər müəssisələrdə məhsul istehsalının natural istifadədə həcmində keyfiyyət və kəmiyyət dəyişiklikləri baş vermiş, 2015-ci il ilə müqayisədə 2019-cu il ərzində mis filizləri və kondensatları 3,9 dəfə qızıl istehsalı 21,3% - alüminium qapı və pəncərə bloklarının sayı 6,6 min ədəd -artmış, gümüşün istehsalı isə 49,9% - azalmışdır.

Tikinti sənayesi

Tikinti məhsulları istehsalı sənayesi.Azərbaycanda "Akkord" Sənaye-tikinti investisiya korporasiyası, "Gilan Holdinq"; "Azfen" BM; "AZ-İnşaat","Evrascon","ANT Group", "Avesta Consern", Creacan inşaat şirkəti, "AS Group İnvestment" iri tikinti şirkətlərinin yaradılması orta və kiçik tikinti təşkilatlarının sayının azalmasına əsaslı təsir göstərmişdir. Məsələn, "Akkord" STİK-nın tərkibində beton, dəmir-beton, metal-konsturksiya, asfalt, kərpic, mərmər, daş-çınqıl və sair tikinti materialları istehsal edən 40 zavod fəaliyyət göstərir. Korporasiya - 150- 9001; 150-14001; OHSAS-18001 kimi beynəlxalq sertifikat almışdır. (Əyyubov M. R., 2019).

Sxem 1. Tikinti məhsullarının istehsalında əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar (milyon manatla)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

2019-cu ilin məlumatlarına görə ölkədə 224 tikinti materialları istehsalıyla məşğul müəssisə fəaliyyətdədir ki, bunun da 95%-i qeyri-dövlət statusludur.İstehsal edilən məhsulların ümumi dəyəri 397,2 mln. manat olmuşdur ki, bu, 2015- ci ilin göstəricisindən 74,2 mln. manat və ya 29,3% çox olmuş, istehsal olunmuş sənaye məhsulunun ümumi dəyərində sahənin payı 1,3% olmuşdur.

İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları

Son zamanlarda İKT inkişaf etdirilməsində mühüm tədbirlər planı icra olunmaqdadır. Əldə dilən məlumatlara əsasən, cari ilin altı ay müddətində rabitə və informasiya müəssisələri əhaliyə, müəssisə və təşkilatlara 771,8 milyon manatlıq xidmət göstərmişdir. Ötən ilnən müqayisədə rabitə və informasiya xidmətlərinin ümumi həcmi 10,7 % artmış və əldə olunan gəlirin əksər hissəsi qeyri-dövlət sektorunun payına düşmüşdur.

Turizim sənayesi

2019-cu il ərzində turizm sahəsində fəaliyyətdı olan müəssisələrin ümumi sayı əvvəlki il ilə müqayisədə artmışdır (10%). Bu sahədə müəssilərin artması işsizliyin azalmasında mütərəqqi rol oynamışdır. Əhaliyə satımış turizm yollayış blankların sayı əvvəlki ilə nisbətn artmış lakin Azərbaycanda səyahət etmək məqsədilə xarici ölkə vətəndaşlarına satılmış blanklar azalmışdır (6 faiz). 2018 -ci il ilə müqayisədə qəbul olunmuş və göndərilən turistlərin ümumi sayı cüzi artım müşahidə olunmuşdur . Bütövlükdə turizm sektorunda çalışan müəssisələr 2019-cu il ərzində fəaliyyələrində mənfəətlə başa vurmuşlar.

Kənd təssərüfatı

Cədvəl: 9. Kənd təsərrüfatı müəssisələrində əsas istehsal fondlarının strukturu %

İllər	Kənd təsərrüfatı təyinatlı əsas istehsal fondları- cəmi	o cümlədən					
		binalar, tikililər, ötürücü qurğular	maşın və avadanlıqlar	nəqliyyat vasitələri	işçi və məhsuldar mal-qara	çoxillik əkmələr	sair
2010	100	77,4	13,8	3,4	2,3	0,9	2,2
2011	100	79,6	12,5	3,6	1,8	1,0	1,5
2012	100	79,1	12,0	3,7	2,0	1,3	1,9
2013	100	77,6	13,8	3,5	1,6	1,1	2,4
2014	100	76,9	14,6	4,0	1,9	1,0	1,6
2015	100	70,9	19,5	3,4	1,7	0,9	3,6
2016	100	77,5	16,0	4,1	1,4	0,7	0,3
2017	100	77,7	15,1	4,7	1,3	0,8	0,4
2018	100	77,0	15,4	4,9	1,2	1,0	0,5
2019	100	76,9	14,5	4,9	1,2	1,0	1,5

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/industry/ (28.03.2020)

Yuxarıdakı cədvəldən göründüyü üzrə 2019-cu il ərzində kənd təsərrüfatında əsas fondların strukturunun çox hissəsini binalar ,tikililər və qurğular təşkil edir.(76.9 %). Avadanlıq və maşınlar 14.5 % , nəqliyyat vasitələri 4.9 % , işçi və məhsuldar mal-qara 1.2 % ,çoxillik əkmələr 1% təşkil etmişdir.

Respublikamızın qeyri-neft sektorunda texniki bazanın modernləşdirilməsi, sənaye sahələrinin restruktrizasiyası, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və bütünlükdə ölkədə aparılan iqtisadi islahatların nəticəsi kimi 2019-cu il ərzində ÜDM cari qiymətlərlə 70 135,1 milyon manat manat olmuşdur ki, bu da ötən il ilə müqaisədə 11 faiz çoxdur. Adambaşına düşmüş ÜDM-in ümumi həcmi 7205 manat olmuşdur. 2017-ci il ərzində ÜDM-in 28 087,3 milyon manatı əlavə dəyər kimi sənayedə istehsal edilmiş, o da ümumi daxili məhsulun 40,1 faiz olmuşdur.

Cədvəl 10. Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının SWOT təhlili (zəif cəhətlər, üstünlüklər, risklər və fürsətlər).

Daxili Mühit	**S:Strengths (Üstünlükler)**	**W:Weaknesses (Zəif cəhətler)**
	Cografi qurulusu Təbii iqlim şəraiti Beynəlxalq nəqliyyat şəbəkəsinin üzərində yerləsməsi Təbii resurslarin zənginliyi İnsan kapitalının zenginliyi Enerji təhlükəsizliyinin formalasdırılması Qafqazın ən böyük iqtisadiyyatina malik olma Kənd təsərrüfatinda ixtisaslasma	Dünya okeanına birbasa çıxısın olmaması Ermenistan dövlətinin Respublikamizın 20% torpaqlarının işgalı Elm tutumlu sənayenin inkisaf etməməsi Beynelxalq ticarətin mütəreqqi dünya təcrübəsinə cavab verməməsi Rəqabətin mütərəqqi dünya təcrübəsinə uyğun olmaması Daxili bazarın kiçikliyi Mili şirkətlərin araşdırma və inkişaf proqramlarinin zəifliyi
Xarici mühiti	**O: Opportunities (Fürsətlər)**	**T:Threats (Risklər və təhlükələr)**
	Daxili bazarın boşluğu Dövlət təsviqlərinin genişləndirilməsi (vergi, gömrük və s. güzəştlər) Elm fondunun fəaliyyəti Dövlət səviyyəsində marketinqin təbliği AZPROMO, SKMF və s. Daxili bazarda tələbin artması	İnflyasiya riski Maliyyə böhranı riski Köhnə texnologiyalar İnfrastruktur problemləri Məhsuldarlıgın aşağı olması Dövlətin tətbiq etdiyi qeyri-ekvivalent tarif və vergi dərəcələri İstehlakcıların dəyisən daimi tələbatları Daxili bazarda keyfiyyətsiz məhsulların mövcudlugu

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Nəticə

Qeyd etmək olar ki, qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının tənzimlənməsinin nəzəri-metodoloji əsaslarının öyrənilməsi, bunula bağlı spesifik xüsusiyyətlərin mahiyyətinin açıqlanması vəzifəsi əsasən yerinə yetirilmişdir. Milli iqtisadiyyatların inkişafında qeyri-neft sektorunun çoxşaxəli funksiyalarının başlıca prinsiplərinin qiymətləndirilməsi və açıqlanmasına müvəffəq olunmuşdur. Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun ixrac potensialından istifadənin mövcud vəziyyətini əks etdirən göstəricilərin sistemli təhlili və qiymətləndirilməsi aparılmışdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Babayev F. F. (2017). Qeyri-neft məhsulları ixracının potensialı və onun stimullaşdırılması məsələləri. Bakı, Azərb. Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyatı və Təşkili İn-tu. 1-345
2. Əyyubov M. R., (2019). Azərbaycanın neft sektoru-2010-2018. : bülleten / analitik icmal Bakı, Bilik və Elm, -1-156
3. Fərzəliyev M. P. (2017). Azərbaycanda qeyri-neft sahəsinin ixrac potensialının inkişaf problemləri", (monoqrafiya) Bakı Azərb. Dövlət İqtisad Universiteti, İqtisadi Araşdırmalar Elmi-tədqiqat İn-tu, -1- 210
4. Hacıyev, F.Ş (2017). Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin gerçəkləşməsində ixrac potensialının təhlili və inkişaf

perspektivləri, //İqtisadiyyat.-2017.- 4-10 may, 21-28
5. Qurbanzadə A.A.(2016). Azərbaycanın ixrac potensialının inkişaf problemləri (qeyri-neft sektorunun materialları əsasında). Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Universiteti, - 1-247
6. Süleymanov.E.N, və Zeynalov.A.M (2018). Azərbaycan Respublikasinda qeyri-neft sahəsinə əsasən idxal-ixracın mövcud durumunun təhlili, qiymətləndirilməsi. Bakı Azərnəşr, 1-278
7. http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
8. https://fed.az/az/senaye/azerbaycan-italiyaya-aluminium-ixrac-edecek-51672
9. www.stat.gov.az

Qloballaşma və Yoxsulluq Əlaqəsinə Nəzəri Baxışlar

Kərim Ağayev

kerim_agayev_2015@mail.ru

Xülasə

Qloballaşma, günümüzdə geniş yayılmış olaraq istifadə edilən bir məfhumdur. Qloballaşmanın iqtisadi, sosyal, siyasi və mədəni ölçüləri vardır. Ümumi olaraq iqtisadi ölçüsü üzərində durulmaqdadır. İstər inkişaf etmiş, istər az inkişaf etmiş olsun, ölkələr müxtəlif mözularda qloballaşma prosesindən təsirlənməkdədirlər. Bu məsələlərdən biri də yoxsulluqdur. Kimilərinə görə qloballaşma, dünyada yoxsulluğu azaldan, başqa insanlara görə isə artıran bir prosesdir. Yoxsulluğun qloballaşma ilə əlaqəli olaraq daha neqativ bir ölçü qazandığı və ya nisbətən müsbət ölçüyə çatdığı istiqamətində ortaya qoyulan tezislərin əsas qidalandıqları 2 məlumat təminatçısı və siyasət istehsalçısı təşkilat mövcuddur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramı (UDNP) və Dünya Bankı (WB). Qloballaşmanın yoxsulluq üzərinə mənfi təsiri olduğunu müdafiə edən qrup, UDNP rəqəmlərini istifadə etməyi tərcih edərkən; digər tərəf isə Dünya Bankının datalarından istifadə edərək tezislərini təməlləndirməyi tərcih etməkdədirlər. Yoxsulluq , son illərdə həm beynəlxalq, həm də qlobal səviyyədə tez–tez gündəmə gətirilən mövzulardan biridir. Qlobal səviyyədə iqtisadi qloballaşmanın gətirdiyi artan bərabərsizlik və kasıblığa qarşı qloballaşma əleyhdarı qrupların səslərinin yüksəlişinə, qlobal səviyyədə isə yoxsulluq və qeyri–bərabərliyin səbəb olduğu müxtəlif sosyal problemlərə, bununla birlikdə bu problemlərlə mübarizə etmək isdəyən vətəndaş təşkilatlanmalarının sayındakı artımın şahidi oluruq. Epistomologiya olaraq ələ alındığında qloballaşma; mədəniyyətlər, ölkələr, bölgələr, insanlar və bazarlar arasındakı sərhədlərin ortadan qalxdığı inteqrasiya olunmuş tək bir dünya idealını işarət etməkdədir.

Açar sözlər : Qloballaşma , Yoxsulluq , Beynəlxalq Valyuta Fondu , Dünya Bankı, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı.

Giriş

Qloballaşma ilə əlaqədar müştərək bir tərif yaradılmadığı kimi, bu məsələdə fikir birliyinə də gəlinmədiyi müşahidə edilməkdədir. Müdafiə etsək də, etməsək də qloballaşma günümüz dünyasının bir həqiqətidir. İnkişaf səviyyəsi nə olursa olsun ölkələr bu reallıqla üz – üzədir. Qloballaşma müxtəlif sahələrdə ölkələrə təsir edən bir proses olaraq qarşımıza çıxmaqdadır. Qloballaşma təkcə iqtisadi nəzəriyyədən ibarət deyil. Dövlət nəzəriyyəsi, beynəlxalq əlaqələr nəzəriyyəsi, sülh, demokratiya, qlobal bir vətəndaş cəmiyyəti nəzəriyyəsi, hökümətlər, xarici quruluşlar və mədəni yaşam kimi fərqli sahələrlə əlaqədar fərqli təklif və tezislər də ehtiva etməkdədir. Ciddiyə alınabilən bütün qloballaşma nəzəriyyələrinin fundamenti iqtisadidir. İqtisadi sahədə qloballaşma, dünya iqtisadiyyatları arasında istehsal, paylaşım, əmtəə və xidmətlərin istifadəsinin inteqrasiyası olaraq müəyyən edilə bilər.

Metod

Məqalədə bir çox metodlardan istifadə edilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Ölçmə, müşahidə, müqayisə və sistemli analizi bunlara aid etmək olar.

Analiz

İqtisadi sahədə qloballaşmanın 3 ölçüsü vardır.

- Kommersiya qloballaşması, 1947– ci ildə qurulan Gömrük Tarifləri və Ticarət Haqqında Ümumi Razılaşma (GATT) çərçivəsində gömrük tarifləri və kvotaların aradan qaldırılaraq beynəlxalq ticarətin ümumbəşəri ölçülərdə sərbəstləşdirilməsi əməliyatları ilə başlamışdır.

- Maliyyə qloballaşması, ölkələrin qısa və uzun müddətli kapital axınları ilə əlaqədar olaraq istifadə etdikləri əngəl və məhdudiyyətləri ortadan götürüb qlobal bazarlarının dünya bazarları ilə inteqrasiyalarının bir nəticəsidir.
- İstehsalın qloballaşması isə, sərhəd kənarı istehsalın yayılmasını ifadə etməkdədir.
- Qloballaşmanı təbii və istiqamətləndiriləbilən olaraq da iki hissəyə ayırmaq olar.
- Təbii qloballaşma, xüsusilə kommunikasiya və nəqliyyat vasitələrinin genişlənməsi ilə ortaya çıxan qlobal hərəkətlilik, yemək, içmək, sığınacaq və düşüncə etibarı ilə tək tip həyat tərzinin gedərək geniş yayılmış hala gəlməsi şəklində təsvir edilə bilər.
- İstiqamətləndirilən qloballaşma, dünya üzərində bütünlüklə hesab etmə gücünü və haqqını özündə görən güclü dövlətlərin, bu güclərindən istifadə edərək iqtisadi, siyasi və hərbi hakimiyyətlərini genişləndirmə səyi olaraq dəyərləndirilə bilər. Qlobal ölçüdə fəaliyyət göstərən Beynəlxalq Valyuta Fondu (IMF) , Dünya Bankı (WB) kimi beynəlxalq təşkilatların sözü gedən ölkələrin qlobal maraqları ilə paralel siyasətlər istehsal etdikləri görülməkdədir.
- Qloballaşma ilə əlaqədar iki fərqli tezisdən bəhs etmək olar. Birinci tezisə görə; qloballaşma müasirləşmə və inkişaf deməkdir, qarşısında durula bilməz və qarşısına keçilməməsi, dəstəklənməsi vacibdir. Bu fikrin müdafiəçiləri bir neçə müddəa ilə fikirlərini dəstəkləyirlər.
- İqtisadi baxımdan: Qloballaşma dünya resurslarının ən rasional, ən məhsuldar istifadəsinə imkan verərək dünya ticarətini və inkişafı sürətləndirəcəkdir.
- Siyasi baxımdan: Qloballaşma demokratikləşmə sürətini artıracaqdır.
- Beynəlxalq nizam baxımından : Dünyaya Qərb nizamının hakim olması beləliklə bu, ideologiya savaşlarının bitməsi və “Yeni Dünya Nizamı”- nın əldə edilməsi deməkdir.
- (Memiş, 2014).
- İkinci tezisə görə; qloballaşma imperyalizmin, neo-liberalizmin 21- ci əsrin başındaki adıdır. Bu fikrin tərəfdarları bir neçə fikir ilə çıxış edirlər.
- İqtisadi baxımdan: Qloballaşma Qərbin dünyadaki bazar payını maksimum etmək məqsədilə, kapitalizmin dünyaya yayılmaq istəməsi halıdır.
- Siyasi baxımdan: Qloballaşma demokratiyanı gətiə bilmir, qərb ölkələri bu məfhumu az inkişaf etmiş ölkələrin işlərinə müdaxilə etmək və onları zəifləşdirərək, məqsədlərinə daha rahat çatmaq səbəbi ilə istifadə edirlər.
- Beynəlxalq nizam baxımından: Qloballaşmanın başlıca mottosu olan “Yeni Dünya Nizamı”, əslində qeyri–müntəzəmliyi bərabərində gətirməkdədir. Ölkələrdə qarşıdurmaların artımı, beynəlxalq terrorizmin geniş yayılması, yoxsulluq, aclıq, səfalət və insan ticarəti bunun konkret nümunələridir.

2– ci Dünya müharibəsindən sonra ABŞ- ın himayəsində qurulan IMF, WB və Gömrük Tarifləri və Ümumi Ticarət Razılaşması (GATT) kimi beynəıxalq təşkilatların həyata keçirilməsi qloballaşma prosesinə təcil qazandırdı. IMF, WB və Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (WTO) qloballaşmanın əsas aktyorlarıdır. Bu quruluşlar tərəfindən təklif edilən, qəbul etdirilən iqtisadi siyasətləri bir-birini tamamlayan və eyni məəqsədə xidmət edən proqramlar olaraq xarakterizə edilməkdədir. Bu tətbiqlərin ümumi mənada inkişaf etmiş ölkələrin maraqları istiqamətində formalaşdığı, buna görə də yoxsulluğa təsir etdiyi ifadə edilməkdədir. WTO, az inkişaf etmiş ölkələrin xarici ticarətə, kapital

investisiyalarına və texnoloji axınlarına daha açıq bir hala gəlmələrini təmin edərək, çoxmillətli şirkətlərin hərəkət sahəsindəki əngəlləri ortadan qaldıran bir müəssisə olaraq dəyərləndirilməkdədir.

Qloballaşma və yoxsulluq əlaqəsi

Yoxsulluq problemi araşdırılarkən və həll yolları üzərində tədqiqatlar davam etdirilərkən, qlobal dinamiklər də göz önündə saxlanılmalıdır, yoxsulluq sadəcə milli və ya regional xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq qiymətləndirilməməlidir, qloballaşma yoxsulluq üzərində çox fərqli bir formada təsirini göstərməkdədir. Bu vəziyyəti belə ifadə edək, qloballaşma, xarici ticarəti və bu səbəblə iqtisadi böyüməyi artırmasıyla iqtisadi böyümə ilə birlikdə daxili və xarici bazarlara daxil olma imkanını artacaq, buna görə də əldə edilən ortalama gəlir də artıma keçəcəkdir. Ancaq, gəlir əldə etmə imkanlarının çatışmazlığı səbəbi ilə kasıb olan hissə bu artımdan digərləri qədər yararlana bilməyəcəkdir, nəticədə zəngin olan əhali ilə yoxsul seqment arasındaki gəlir fərqi artacaq. Bu vəziyyət qloballaşmanın yoxsulluq üzərindəki neqativ təsirini göstərməkdədir. Bu səbəbdən qloballaşma bu istiqamətiylə həm ölkə içindəki, həm də ölkələr arasındaki gəlir fərqliliklərini artıra bilər. Digər tərəfdən baxıldığında isə qlobalaşma; düzgün idarə olunsa bu proses nəticəsində yaradılan sərvət və gəlir imkanlarıyla milyonlarla yoxsulun xilas olmasına imkan təmin edə bilər. Yanlış idarə edilməsi isə yoxsulluq və gəlir bərabərsizliyini artıra bilər.

Günümüzdə ölkə iqtisadiyyatları üzərində meydana gətirdiyi təsirlər səbəbiylə iqtisadiyyat sahəsində ən çox müzakirə edilən anlayışların başında gələn qloballaşma kimilərinə görə yeni bir mərhələ olmayıb, kapitalist inkişafın günümüzdəki forması ikən; kimilərinə görə də iyirminci əsrin son rübündə informasiya texnologoyalarının ön plana çıxmasıyla yaşanan yeni bir prosesdir.

1980- ci illərdən etibarən istifadə edilən, xüsusilə ticarət və maliyyə axını mövzusunda dünya iqtisadiyyatlarının inteqrasiyasındakı artımı ifadə edən “ Qloballaşma ” anlayışını əmtəə və xidmətlərin ticarətində, xarici kapital və miqrasiya hərəkətlərində; iqtisadiyyatın hər sektorunda istifadə edilən texnoloji inkişafda yaşanan artım ilə nəqliyyat xərclərində eniş və iqtisadiyyat üzərindəki dövlət müdaxilələrinin minimuma enməsi, iqtisadiyyatları liberal siyasətlər çərçivəsində yenidən konfiqurasiya edərək,qlobal iqtisadiyyatlarda bütövləşməsi olaraq təsvir etmək mümkündür. Qloballaşma ilə ulus–dövlət suverenliyi güc itirmiş, mədəniyyətlər bir-birləri ilə daha da yaxınlaşmışdır. Digər tərəfədən isə, iqtisadi qloballaşma cəbhəsində rəqabət çox böyük əhəmiyyət qazanmış və bu vəziyyət ölkələri davamlı olaraq yeniliklər etməyə sövq etmişdir.

Texnologiya və kommunikasiya texnologiyasındaki böyük irəliləyişlər, ölkələri iqtisadiyyatdan siyasətə qədər bir çox sahədə bir–birləri ilə tərəf olduqca yaxınlaşdırmışdır. Texnoloji yeniliklər və onlar tərəfindən təmin edilən, rabitə və bilgi torundaki inkişaflar, dünyayı sanki qlobal bir kəndə çevirmişdir. Qloballaşma prosesində kapital, işçi qüvvəsi, texnologiya və informasiya hüdüd tanımaz bir hal almışdır. Bundan başqa; bu prosesdə demokratikləşmə, hüququn üstünlüyü, ətraf mühitin qorunması, terrorizm və mütəşəkkil cinayətlərlə mübarizə, insan hüquqları kimi ümumbəşəri dəyərlər də ön plana çıxmışdır. Bütün bu inkişaflar; ölkələri dünya standartlarında əmtəə, xidmət və bilgi istehsal edən cəmiyyətlər olmaya sürükləməkdədir.

Qloballaşma və azad ticarət ilə birlikdə, çox millətli şirkətlərin gedərək böyüdükləri bilinən bir reallıqdır. Şübhəsiz bu şirkətlərin az inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə etdikləri investisiyalar, bu bölgələrdəki məşğulluq və iqtisadi inkişaf üzərində pozitiv təsirləri vardır. Ancaq bunlarla yanaşı; qloballaşma və sərbəst ticarət nəticəsində çox millətli şirkətlərin, az inkişaf etmiş və

inkişaf etməkdə olan ölkələrdə ucuz işçi qüvvəsini istifadə edərək əməyi istismar etməsi və eyni zamanda təbiət və ətraf mühit üzərində dağıdıcı nəticələrə yol açdıqları da inkar edilə bilməz.

1980- ci illərdə beynəlxalq iqtisadi harmoniya gedərək sürətlənmiş və dünya ölkələri sərhədləri aradan qaldıraraq daha effektiv istehsal, investisiya, ticarət əvəzini mənimsəmişlər. Qloballaşma sadəcə mənfəət məqsədi güdən bazar iqtisadiyyatına söykənən, iqtisadiyyatdan ibarət bir sistem deyil, eyni zamanda siyasi və sosyal–mədəni sahələri də əhatə edən böyük bir mübadilə layihəsi olaraq qarşımıza çıxmaqdadır. Ancaq prosesə qatılan inkişaf etməkdə olan ölkələr iqtisadi inkişafın fərqli mərhələlərində olduğuna görə, hər iqtisadiyyat üçün təmin edilən faydalar da, ehtiva edilən risklər də olmaqdadır.

1980- ci illərin sonlarına tərəf birçox inkişaf etməkdə olan ölkə müəyyən olunan islahatları həyata keçirmə prosesinə girərək limitsiz kapital mobilliliyinə də izin verilməsi ilə gəlir artımı təmin etməklə bərabər bu vəziyyət qloballaşmanın bu iqtisaiyyatlar üzərində böhranlara karşı kövrək bir hal almasına və neqativ nəticələr əmələ gəlməsinə səbəb olmuşdur.

Cədvəl 1: Gündə 1.99 dollardan az gəlirlə yaşayan yoxsul əhali (milyon)

Bölgə	1990	1996	1999	2002	2005	2008	2010	2012	2015
Cənubi Asiya və Sakit Okean	987.1	712.9	695	552.5	361.6	293.7	220.6	73.2	82.6
Avropa və Mərkəzi Asiya	13.3	33.8	36.8	27.6	22.9	13.3	11.4	7.2	4.4
Latın Amerika və Karib Hövzəsi	62.5	67.3	69.3	62.7	54.4	39.7	35.4	27.8	29.7
Orta Şərq və Şimali Afrika	14.4	15.3	10.3	9.4	9.4	8.8	7.9	9.6	---
Qara Afrika	281.9	354.5	380.25	401.5	389.4	396.1	407.4	400.8	347.1
Cənubi Asiya	503.1	518.3	---	554.6	510.5	467.0	402.3	257.3	231.3
Dünya	1 866.8	1 706.7	1 731.9	1 613.2	1 353.6	1 222.8	1 090.9	782.7	776.3

Mənbə: Qlobal Ədalətsizlik, Dünya Yoxsulluq və Bərabərsizlik Hesabatı, www.insamer.com (15.02.2020)

Ölkələr arasındaki gəlir bərabərsizliyi 200 ildir var olmaqla birlikdə xüsusilə 1980- ci illərdən etibarən ciddi artım göstərmişdir. Bundan əlavə, inkişaf etmiş və az inkişaf etmiş ölkələr arasındaki gəlir bərabərsizliyi düzəlmə yolunda da görünməkdədir. Məhdudiyyətləri aradan götürərək xaricə açılma, inkişaf etməkdə olan və az inkişaf etmiş ölkələrin həssas iç dinamiklərini destruktiv güclərin təsirinə məruz buraxmışdır. İnkişaf üçün qlobal bazarlara daxil olmaq güclü bir amildir, ancaq tərəqqinin müvəffəqiyyəti, dünya bazarlarına seçici və mərhələli bir inteqrasiya ilə mümkündür. Bugün dominant rəy, qloballaşmanın böyüməyə müsbət təsirinin xərclərinin çox üzərində olduğu və inkişaf etməkdə olan ölkələrin ticarət və maliyyə axınlarına iqtisadiyyatlarını inteqrə etmək üçün bütün əngəlləri ortadan qaldırmalarının lazım olduğudur.

Qloballaşma sanki dünyayı kiçiltmiş, cəmiyyətləri iqtisadi və mədəni cəhətdən bir-birləri ilə daha çox oxşar hala gətirmişdir.Ancaq, qloballaşma ilə ölkələr xarici bazar hadisələrinə qarşı daha müdafiəsiz bir hala düşmüş; dünyada iqtisadi böhranlar daha sıx görülməyə başlanmış və ayrıca ətraf ölkələrinin qlobal şəxsiyyətləri, son dərəcə dominant qərb cəmiyyətlərinin təsiri altına girmişdir. Bu səbəblə günümüzdə qloballaşma tərəfdarları ilə yanaşı, geniş bir seqment də bu fenomenə qarşı çıxmaqdadır.

Ənənəvi istehsal amillərindən torpaq və əmək amilinin ikinci dərəcəli bir vəziyyətə gəldiyi qloballaşma prosesində, idarəetmə istehsalın təyin edici faktoru mövqesindədir. Bu idarəetmə anlayışı, şirkətlərin birləşərək böyümələrini təmin etmiş və birçox ölkəyi iqtisadi güc baxımından geridə buraxmışdır. 500 böyük şirkət, dünya monetar gücünün 42 faizini əlində tutmaqdadır. Bununla birlikdə dünyanın ən böyük 10 şirkəti 100 ölkədən daha çox gəlir əldə etməkdədir. Görüldüyü kimi, qloballaşma prosesində varlı daha da zəngin olarkən bütün dünyada bərabərsizlik və yoxsulluq artmışdır. Qloballaşma kimiləri üçün fürsət mənasına gələrkən, kimiləri üçünsə neqativlik mənasına gəlir. (Üstün, 2007).

Cədvəl 2: 2015- ci ildə bölgələrə görə sərvət(dollar)

Bölgə	adambaşına düşən sərvət
Afrika	4.165
Asya və Sakit Okean	47.479
Çin	26.872
Avropa	135.163
Şimali Amerika	374.869
Dünya	56.541

Mənbə: Qlobal Ədalətsizlik, Dünya Yoxsulluq və Bərabərsizlik Hesabatı, www.insamer.com (15.02.2020)

İnkişaf etmiş iqtisadiyyatların və bəzi inkşaf etməkdə olan ölkərlərin qloballaşma ilə çox önəmli uğurları olmuşdur. Ancaq dünyanın az inkişaf etmiş xüsusiyyədəki böyük hissəsində, ticarətin sərbəstləşməsinin yanında, xüsusilə 1990-cı ildə sürətlə artan maliyyə inteqrasiyası nəticəsində böhranlara qarşı hassaslıq və maliyyə kövrəkliyi artmış, böhranlar ciddi yoxsullaşmaya səbəb olmuşdur. Dünyada yoxsulluğun mütləq mənada artması və ölkələr arasında və ölkə içində gəlir bölgüsünün düzəldilə bilməməsi qloballaşma ilə əlaqəli əndişə və tənqidləri artırmışdır.

1990- cı illərdə qlobal iqtisadiyyata ildə təqribən 10 trilyon dollar əlavə olumuş iqtisadi inkişafa rəğmən, yoxsulluq içində yaşayan insanların sayı- 1 milyarddan artıq - çox dəyişməmişdir. 1 milyard 200 milyon insan gündə bir dollardan daha az qazancla yaşamaqdadır; 2,8 milyard insan 2 dollardan daha az pulla yaşamaqdadır.

Cədvəl 3: Bölgələrə görə adambaşına Ümumi Daxili Məhsul (dollar)

Bölgə	1870	1913	1950	1973	2003
Qərbi Avropa	1.960	3.457	4.578	11.417	19.912
ABŞ,Kanada,Yeni Zelandiya , Avstraliya	2.419	5.233	9.268	16.179	28.039
Asiya	556	969	717	1.718	4.434
Latın Amerika	676	1.494	2.503	4.513	5.786
Şərqi Avropa	941	1.558	2.602	5.731	5.705
Afrika	500	637	890	1.410	1.549
Dünya	873	1.526	2.113	4.091	6.516
ən az və ən çox arasındakı fərq	5 : 1	8 : 1	13 : 1	12 : 1	18 : 1

Mənbə: Qlobal Ədalətsizlik, Dünya Yoxsulluq və Bərabərsizlik Hesabatı, www.insamer.com (15.02.2020)

İnkişaf etmiş ölkələrdə belə 130 milyondan artıq insan yoxsulluq içində həyat sürməkdədir. Qloballaşmanın bugün gəldiyi nöqtə isə, yoxsulluq mövzusunda yeni bir anlayış olan "təcrid olunmuşluq " məfhumunu meydana gətirmişdir. Təcrid olunmuşluq yoxsulluğun yeni bir ölçüsü olaraq Dünya Bankı nəşrlərinə də bu şəkildə əks olunmaqdadır:

"Kasıb olmaq demək ac olmaq deməkdir; sığınacaq yeri, geyinəcək bir şeyi olmamaq deməkdir; xəstə olmaq, lakin müalicə oluna bilməmək; oxuma – yazma bilməmək, məktəbə gedə bilməmək deməkdir. Fəqət yoxsul insanlar üçün, "kasıblıq içində yaşamaq " bundan daha artıq bir şeydir. Kasıb insanlar xüsusən öz nəzarətləri xaricində inkişaf edən əks təsirlərə qarşı qorunmasızdırlar. Dövlət və cəmiyyət təşkilatları tərəfindən yaxşı gözlə baxılmadıqları kimi bu müəssisələrdəki söz haqqı və hakimiyyətdən də təcrid olunmuşlardır." (Tanyeri, 2003).

Nəticə etibarilə iqtisadiyyat üzərindəki təsirləri baxımından düşünüldüyündə qloballaşma müsbət və mənfiləri olan bir prosesdir. Qloballaşma əleyhdarı təbəqələr, dünyada varlı və

kasıb arasındaki fərqin gedərək daha da artdığı narahatlığını dilə gətirməkdədirlər. Əldəki gəlir bölgüsü və yoxsulluq statistikalarına baxıldığında, bu əndişələrin müəyyən ölçüdə həqiqət olduğu dilə gətirilə bilər. İqtisadi qloballaşma prosesində bəlki də daha diqqətə çarpan bir surətdə müşahidə olunan bu problemlərə həll yolları tapılması, son dərəcə vacibdir.

- Xüsusilə az inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki sürətli əhali artmı,
- Bacarıqlı və bacarıqsız işgücü arasında ortaya çıxan gəlir bərabərsizlikləri,
- Təbiətin təxrib edilməsi,
- Kapital axınlarındaki sərbəstləşmənin və sürətli oynaqlığın ortaya çıxara biləcəyi qlobal krizlər,
- Çoxmillətli şirkətlərin birçox ölkənin ümumi daxili məhsulunu belə geridə qoyan ölçülərdə bir iqtisadi gücə sahib olmaları. (Aras, 2012).

Bu məsələlərin və ortaya çıxabiləcək ehtimal olunan digər problemlərin, mütləq bir şəkildə ciddiyə alınması və bəzi həll yolları tapılması vacibdir. Lakin bütün bu mənfi hadisələrə baxaraq,

qloballaşmaya kor – koranə qarşı çıxmaq düzgün bir yanaşma deyildir. Qloballaşmanın ortaya çıxardığı fürsətləri yaddan çıxarmamaq lazımdır. Bunlar zənn edildiyi kimi sadəcə bir zəngin ölkələr cəmiyyəti (G8 ölkələri : ABŞ, Yaponiya, Almaniya, İngiltərə, Fransa, İtaliya, Kanada və Rusiya) ya da inkişaf etmiş ölkələr üçün yaradılmış fürsətlər olaraq qavranılmamalıdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin də qloballaşmadan təmin etdiyi və əldə edəcəyi qazanclar vardır. Hamısından əhəmiyyətlisi; qloballaşma artıq geriyə qaytarıla bilməyəcək bir proses olduğuna görə, bu mərhələ içərisində ortaya çıxan problemləri ən doğru formada aşkar etmək və bu istiqamətdə tədbirlər almaq lazımdır.

Nəticə

Qloballaşma ilə yoxsulluq arasındaki əlaqə fərqli şəkillərdə şərh edilir. Yoxsulluq üzərində neqativ təsirləri olduğunu müdafiə edən qrup, BMT –nin İnkişaf Proqramı (UNDP) insani yoxsulluq tərifini, yoxsulluğu azaltdığını dilə gətirən dəstələr isə Dünya Bankı- nın (WB) mütləq yoxsulluq anlayışından istifadə edərək iddialarını ispat etməyə çalışmaqdadırlar.

Qloballaşmanın yoxsulluğun azalmasına müsbət təsir etdiyini iddia edənlər, Dünya Bankı statistikalarından istifadə edərək 1981- ci ildən bu tərəfə (günlük 1.25 və 2 dollar gəlirə görə) yoxsulluq dərəcələrində önəmli azalmalar olduğunu irəli sürərək, qloballaşmayı yoxsulluğu azaldan bir proses olaraq dəyərləndirirlər.

Dünyada yoxsulluğun göstəricilərinə aid bəzi statistikalar :

- Dünya əhalisinin təxminən yarısı gündəlik 1 dolların altında bir gəlir ilə yaşamaqdadırlar,
- Dünyada silahlara hər il xərclənən pulun 1 faizindən daha azı ilə bütün uşaqlar məktəbə gedəbiləcəkdir,
- İnkişaf etmiş ölkələrdəki əhalinin 20 faizi dünyadaki malların 86 faizini istehlak edirlər,
- Təxminən 1 milyard insan 21 – ci əsrə bir kitab belə oxuya bilmədən və adını belə yaza bilməyərək girmişdir,
- İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə yaşayan 1.1 milyon insan kifayət qədər sudan, 2.6 milyon insan da fundamental sağlamlıq xidmətlərindən istifadə edə bilməməkdədirlər,
- Dünyada təməl təhsil haqqından məhrum olan uşaq sayı 121 milyondur.

Bu göstəricilər də göstərməkdədir ki, yoxsulluq ciddi ölçülərə çatmış qlobal bir problemdir. Problemin həlli üçün qlobal bir əməkdaşlığa ehtiyac var. Bu konteksdə qloballaşmanın nemətlərindən sadəcə inkişaf etmiş ölkələrin deyil, az inkişaf etmiş ölkələrin də faydalanacağı şəkildə qlobal təşkilatların iqtisadi siyasətləri yenidən dizayn edilməli və bu qurumların sözü gedən siyasərləri tətbiq etmələri təmin edilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Adem Aras. (2012). Türkiyede Gelir Dağılımı ve Yoksulluk. T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakultesi . səh.54-57
2. Hasan Memiş, (2014). Qloballaşma və Yoxsulluq Əlaqəsi . (Akademik Yaklaşımlar Dergisi). Səh.146-147.
3. Nejat Üstün. (2007). Sivasta yoksulluk, (Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enistitüsü) səh.31-32.
4. Tanyeri, Burcu. (2003). Küreselleşme Sürecinin Türkiyede Yoksuluk Sorununa Etkileri (Yüksek Lisans Tezi,Sosyoloji Ana Bilim Dalı ,Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi). Səh 42-45
5. İnternet resursları - www.insamer.com

Vergi Rejimləri Və Onların Tətbiqi

Aytən Mustafalı

mustafali.aytan96@gmail.com

Xülasə

Yazdığımız bu məqalədə əsasən qeyd edə bilərik ki, vergi rejimlərinin vergilərin araşdırılması və müqayisəli təhlili geniş araşdırılmışdır. Hazırda Azərbaycan yeni bir vergi sisteminin yaradılmasına yönəlmiş vergi islahatlarını başa çatdırmaqdadır, əsas məqsədləri bir tərəfdən iqtisadiyyatın səmərəliliyini artırmaq, digər tərəfdən vergi ədalətini təmin etməkdir. Bu problemləri həll etmək üçün, xüsusilə xammal axtarışı, kəşfiyyatı və istehsalına sərmayə qoyan məhsul paylaşma sazişləri əsasında kiçik müəssisələr, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları, investorlar üçün xüsusi vergi rejimləri nəzərdə tutulur. Xammaldan innovativ inkişafa keçidi müəyyən edən və iqtisadi artımın yeni mühərriklərini meydana gətirən iqtisadi inkişaf strategiyasını həyata keçirmək üçün dövlət son zamanlarda xüsusi iqtisadi zonaların (sənaye, texnoloji, innovativ, turizm və rekreasiya) stimullaşdırılması üçün xüsusi vergi rejimlərini formalaşdırmağa başlamışdır.Vergi rejimlərinin sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə və müvafiq olaraq iqtisadi problemlərin həlli imkanlarına təsir dərəcəsi dövlətin verdiyi qərarlardan asılı olaraq dəyişir.Məqaləni yazarkən, əsasən yerli və xarici müəlliflərin məqalələri, kitabları, elektron materiallarından istifadə edilmişdir. Bununla yanaşı, elmi iş prosesində vergitutma və sahibkarlığı tənzimləyən qanunvericilik və normativ aktlar, tədqiqat məsələlərinə dair nəşrlər, elmi konfransların materialları, ictimai müzakirələr, habelə vergi ilə bağlı ümumi və ixtisaslaşdırılmış ədəbiyyatlar ilə bağlı müvafiq məsələlər təhlil edilmişdir.Qeyd etdiklərimizlə yanaşı, Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanda tətbiq olunan vergi rejimləri və onlardan istifadə mexanizmlərini müəyyənləşdirmək, Vergi rejimlərindən istifadənin beynəlxalq təcrübəsinin təhlil edilməsidir.

Açar sözləri: vergi, iqtisadiyyat, Azərbaycan vergi sistemi

Giriş

Azərbaycan iqtisadi sistemində, digər ölkələrdə olduğu kimi, kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılmasında maliyyənin rolu əsasən vergi metodları ilə əlaqələndirilir. Bu təşviq vergi rejimlərinin tətbiqində, eyni zamanda ümumi rejim altında işləyən sahibkarlar üçün vergi tətilləri və ya güzəştli vergi dərəcəsi şəklində vergi yükünün azaldılması baxımından da əhəmiyyətlidir.

Azərbaycan Respublikası ərazisində bütün vergi ödəyiciləri üçün ödənməli olan vergilər Vergi məcəlləsində qeyd olunmuşdur. Qeyd olunan ümumi vergi rejimi ilə yanaşı vergitutmanın xüsusi rejimlərinin tətbiqi də mümkündür. Burada vergilərlə bağlı bir qədər fərqli qaydalar nəzərdə tutulur, daha dəqiq desək özündə müəyyən güzəştlər, azadolmaları əks etdirir. Əsasən neft sektorunda fəaliyyət göstərən müəsisələrə tətbiq olunan bu güzəştlər eyni zamanda, xarici ölkələrin rəsmi təmsilçiləri və qanunvericiliklə müəyyən olunmuş bir sıra digər ödəyicilər də xüsusi rejimdən yararlanır. Onu da qeyd edim ki, bu rejimdəki qaydaların vergi məcəlləsində təsdiqlənmiş ümumi müddəalardan fərqlənməsi mümkündür.

Ona görə də yüksək rentabelli istehsalın inkişafı üçün xarici və milli investisiyaların cəlb edilməsi, milli bazarın dünya təsərrüfat sisteminə daha dərin nüfuzu, ixrac məhsullarının istehsalının genişləndirilməsi, ölkə büdcəsinə valyuta daxilolmalarının artırılması məqsədilə xüsusi vergi rejimlərinin müəyyən edilməsi və tətbiqi istiqamətində araşdırmaların aparılması aktuallıq əhəmiyyəti kəsb edir. Bütün bunlar vergi rejimlərinin nəzəri və praktiki məsələlərinin hərtərəfli araşdırılmasının vacibliyini ön plana çəkir.

Optimal vergi rejiminin qurulması vergitutmanın metodoloji və metodiki əsaslarına yenidən baxılmasını tələb edir.

Azərbaycanda Tətbiq Olunan Vergi Rejimləri. Xüsusi vegi rejimi. Ümumi vergitutma rejimi

Azərbaycan Respublikasında Vergi Məcəlləsinə uyğun olaraq xüsusi vergi rejimi tətbiq edilə bilər. Xüsusi vergi rejimi dedikdə, müəyyən dövr ərzində vergilərin hesablanması və ödənilməsinin xüsusi qaydası nəzərdə tutulur.

Vergi Məcəlləsinin 2.7.-ci maddəsinə əsasən Vergi Məcəlləsi qüvvəyə minənədək və ya o, qüvvəyə mindikdən sonra qanunla təsdiq olunmuş hasilatın pay bölgüsü haqqında, əsas boru kəməri haqqında və digər bu qəbildən olan sazişlərdə və ya qanunlarda, o cümlədən neft və qaz haqqında qanunda Vergi Məcəlləsində və vergilər haqqında digər normativ hüquqi aktlarda nəzərdə tutulmuş müddəalardan fərqli müddəalar müəyyən edildikdə, həmin sazişlərin və ya qanunların müddəaları tətbiq edilir.

Sual oluna bilər: xüsusi vergi rejimi vergitutmanın ümumi rejimindən nə ilə fərqlənir? Ölkənin maliyyə sisteminin idarə edilməsində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunması üçün bu fərqin hansı həddaxilində olması məqbul hesab olunur? Fikirimizcə bu sualların cavabı birmənalı deyildir. Ancaq bu məsələlərin iqtisadi inkişaf prizmasından araşdırılması məqsədəuyğun olardı. Bir cox tədqiqatlarda xüsusi vergi rejimi anlayışının hüquqi baxımdan araşdırılmasına cəhd edilmiş, onun iqtisadi mahiyyəti isə tam açıqlanmamışdır. Bu sualları cavablandırmaqdan ötəri Azərbaycanda tətbiq edilən xüsusi vergi rejimlərinin fəaliyyət istiqamətlərini müəyyənləşdirməliyik. Xüsusi vergi rejimi anlayışının iqtisadi mahiyyətini öyrənmək və mütərəqqi formalarını tətbiq etmək üçün ona xas olan aşağıdakı tipik xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır:

- rejimin tətbiqi adətən qanunlar ilə tənzimlənməlidir.

- rejim bir qayda olaraq müəyyən dövr ərzində fəaliyyət göstərir, vergilərin və yığımların hesablanması və ödənilməsinin xüsusi qaydası ilə fərqlənir.

- ayrı-ayrı təsərrüfat subyektlərinə tətbiq edilən bu rejim ümumi vergi mexanizmlərindən fərqli xarakterə malikdir.

- rejim ayrı-ayrı vergi ödəyicilərinin iqtisadi vəziyyətinə məqsədli təsir etmək imkanına malikdir.

- rejimin tətbiqi zamanı məqsəd və mexanizmlər vahid vergi siyasətinin tələblərinə tabe olmalıdır.

-qanunvericilik vergitutmanın ümumi sistemini tam və ya qismən dəyişməyə imkan verən rejimin yeni növlərinin tətbiqini məhdudlaşdırmamalıdır.

- rejimin müəyyən edilməsi və tətbiqi yeni vergi növlərinin tətbiqini nəzərdə tutmamalıdır.

Xüsusi vergi rejiminin müəyyən edilmiş bu xarakterik xüsusiyyətləri ona mahiyyəti üzrə tərif verməyə imkan verir. Xüsusi vergi rejimi:

- vergi siyasətinin vəzifələrini həyata keçirmək məqsədilə qanunvericiliklə müəyyən edilmiş vergi mexanizminin xüsusi formasıdır.

- qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada, müəyyən dövr üçün vergilərin və yığımların hesablanmasının və ödənilməsinin xüsusi qaydasıdır.

- ayrı-ayrı regionların və təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi vəziyyətinə təsir etmək məqsədilə həyata keçirilən vergi siyasətinin bir formasıdır.

Xüsusi vergi rejiminə mahiyyəti və məzmunu üzrə müxtəlif formada yanaşmalar mümkündür. Ancaq, bu anlayışların onun həm iqtisadi və həm də hüquqi mahiyyətini əks etdirməsi əsas məsələdir (Bağırov, 2006).

Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə *(ABŞ, Böyük Britaniya, Hollandiya, İsveçrə)* orta və kiçik müəssisələrə xüsusi vergi rejimi tətbiq olunmur. Bütün qeydiyyatdan keçmiş kiçik sahibkarlıq subyektləri vergitutma məqsədləri üçün vergiyə cəlb edilən mənfəəti müəyyən etmək üçün öz fəaliyyətlərinin tam uçotunu aparırlar.

İnkişaf etmiş ölkələr arasında yalnız Fransada təsərrüfat dövriyyəsinin həcmindən asılı olaraq, kiçik biznes strukturları üçün xüsusi sadələşdirilmiş vergi rejimi tətbiq edilir. Çox da iri olmayan *(orta)* təsərrüfat dövriyyəsi olan kiçik müəssisələr yalnız vergi bəyannaməsini təqdim edir və vergi ödənişləri sadələşdirilmiş sxem üzrə həyata keçirilir. Xüsusi vergi rejimi tətbiq edilən fiziki şəxs olan kiçik müəssisələr qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş həddi çərçivəsində onların sahibkarlıq fəaliyyətinin illik dövriyyəsindən asılı olaraq gəlir vergisini ödəyirlər. Deməli, sadələşdirilmiş vergi də vergitutmanın xüsusi formasıdır. İqtisadi və hüquqi mahiyyəti üzrə verilmiş tərifə əsasən deyə bilərik ki, Azərbaycan qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş sadələşdirilmiş vergi xüsusi vergi rejimi xüsusiyyətlərini özündə əks etdirir.

Xüsusi iqtisadi zonada rezidentlərə qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş güzəştli vergi rejimi tətbiq edilir.

Xüsusi iqtisadi zonanın rezidentləri yuxarıda qeyd olunmuş vergi və fiziki şəxslərin muzdlu işlə əlaqədar gəlirindən vergi istisna olmaqla, vergi qanunvericiliyi ilə müəyyən edilən digər vergiləri ödəməkdən azaddırlar. Xüsusi iqtisadi zonanın rezidentinə xüsusi vergi rejimi yalnız həmin zonada göstərdiyi fəaliyyətinə tətbiq edilir. Xüsusi iqtisadi zonanın rezidentinin qeydiyyatı ləğv edildikdə onun əvvəlki dövrlər üzrə vergi öhdəlikləri vergi qanunvericiliyində müəyyən edilmiş qaydada yenidən hesablanır və ödənilir.

Xüsusi iqtisadi zonanın ərazisində vergi ödəyicilərinin və dövlət vergi orqanlarının, habelə vergi münasibətlərinin digər iştirakçılarının vergitutma məsələləri ilə bağlı hüquq və vəzifələri, vergi nəzarəti, vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə məsuliyyət və digər məsələlər vergi qanunvericiliyi ilə müəyyən edilir (Грызунова, Киселева, Колчин, Симонович, 2016).

Vergi Məcəlləsinin 218.1-ci maddəsinə əsasən məcəllənin müvafiq müddəaları nəzərə alınmaqla ƏDV məqsədləri üçün qeydiyyata alınmamış və ardıcıl 12 aylıq dövrün istənilən ayında (aylarında) vergi tutulan əməliyyatlarının həcmi 200000 manat və ondan az olan şəxslər sadələşdirilmiş vergi ödəyicisi olmaq hüququna malikdirlər.

Bu növ verginin tətbiqinin məqsədi vergi yükünün azaldılmasından, vergi və mühasibat uçotunun və hesabatının kiçik müəssisələr və fərdi sahibkarlar üçün sadələşdirilməsindən, kicik biznesin stimullaşdırılmasından ibarət olmuşdur. Nəticədə bu tədbirlər kiçik biznesin və bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafının yüsəlməsinə zəmin yaradan amillərdən biri kimi öz bəhrəsini verməyə başlamışdır.

Eyni zamanda, vergi yükünün ölçüsünə yalnız müəyyən bir qurumun tətbiq etdiyi vergi rejimi deyil, həm də təşkilatın təşkilati-hüquqi quruluşu, həmçinin tez-tez vergi ödəmələrinin ölçüsünə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən digər amillər təsir göstərir. Bunlara təşkilatın fəaliyyət növü, ölçüsü, işçilərin sayı kimi məlumatlar daxil ola bilər.

Beləliklə, ən optimal vergi rejimini seçərkən sahibkar və ya təşkilat müxtəlif amilləri və fəaliyyətlərinin inkişaf perspektivlərini nəzərə alaraq müxtəlif vergi rejimləri üçün ümumi vergi yükünü hesablamalıdır.

Azərbaycan Respublikası ərazisində bütün vergi ödəyiciləri üçün ödənməli olan vergilər Vergi məcəlləsində qeyd olunmuşdur. Qeyd olunan ümumi vergi rejimi ilə yanaşı vergitutmanın xüsusi rejimlərinin tətbiqi də mümkündür. Burada vergilərlə bağlı bir qədər fərqli qaydalar nəzərdə tutulur, daha dəqiq desək özündə müəyyən güzəştlər, azadolmaları əks etdirir. Əsasən neft sektorunda fəaliyyət göstərən müəsisələrə tətbiq olunan bu güzəştlər eyni zamanda, xarici ölkələrin rəsmi təmsilçiləri və qanunvericiliklə müəyyən olunmuş bir sıra digər ödəyicilər də xüsusi rejimdən yararlanır. Onu da qeyd edim ki, bu rejimdəki qaydaların vergi məcəlləsində təsdiqlənmiş ümumi müddəalardan fərqlənməsi mümkündür.

2016-cı ildən vergi ödəyiciləri iki vergi rejimindən birisini seçmək imkanını əldə etmişlər: ya sadələşdirilmiş vergi rejimini seçməli, ya da ƏDV və mənfəət vergisi ödəyicisi olaraq vergi öhdəliklərini yerinə yetirməliydi.

Ölkəmizdə tətbiq olunan vergi rejimlərinin içərisində strateji və potensial baxımından ən vacib olanlardan biri də ixrac məqsədli neft-qaz fəaliyyətinin vergi rejimidir. Bu rejimin tənzimləndiyi qanun "İxrac məqsədli neft-qaz fəaliyyətinə xüsusi iqtisadi rejimin tətbiqi haqqında" qanundur. Bu Qanun podratçılar və subpodratçıların ixracməqsədli neft-qaz fəaliyyətlərinə tətbiq olunur.

Xarici neft şirkətlərinin əksəriyyəti Azərbaycanda yerli hüquqi aktlarla yanaşı, hasilatın pay bölgüsü sazişləri adlandırılan xüsusi beynəlxalq müqavilələrə əsasən fəaliyyət göstərir.

İlk hasilatın pay bölgüsü sazişi 1994-cü ildə imzalanmışdır, və bundan sonra da Azərbaycan Respublikasının quru və dəniz ərazilərində yerləşən müxtəlif neft yataqları ilə əlaqədar bir çox Hasilatın Pay Bölgüsü sazişləri imzalanmışdır.

14 sentyabr 2017-ci il tarixdə Azəri-Çıraq-Günəşli Hasilatın Pay Bölgüsü Sazişi yeni dəyişikliklərlə yenidən imzalandı. Sazişin müddəti 2050-ci ilə qədər uzadıldı, BP operator olaraq müəyyən olundu və ARDNŞ-nın (Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti) layihədəki payı 11%-dən 25%-ə qaldırıldı. Bu dəyişiklik nəticəsində Azərbaycanın hasilatdakı birbaşa iştirakı 75% təşkil etdi.

Xüsusi vergi rejimində vergi ödəyicisi olaraq hasilatın pay bölgüsü haqqında, əsas ixrac-boru kəməri barəsində və bu qəbildən saziş və qanunlar, eləcə də neft və qaz haqqında qanunların çərçivəsində respublikamızda fəaliyyət göstərən şirkət və müəssisələr çıxış edir. Bu ödəyicilərin vergi münasibətləri Podratçı və Sazişlər arasında bağlanmış protokollarla tənzimlənir (Məmmədov, 2010).

Xüsusi vergi rejimi tətbiq edilən subyektlər, kiçik və orta sahibkarlar qanunla müəyyən edilmiş səviyyədə onların təsərrüfat fəaliyyətinin dövriyyəsi ilə gəlir vergisini ödəyirlər. Beləliklə, sadələşmiş vergi sistemi də vergitutmanın xüsusi formasıdır. Sadələşdirilmiş vergiyə verilən hüquqi və normativ tərifə əsaslansaq qanunvericilik ilə müəyyən edilmiş sadələşdirilmiş vergi də verginin xüsusi rejiminin xüsusiyətlərini özündə əks elətdirir. Sadələşdirilmiş vergi növü Azərbaycanda 2001-ci ildən indiki

dövürə qədər istifadə edilir. Sadələşdirlimiş vergi üzrə vergitutma bilavasitə sahibkarın rüblük dövriyyəsi əsasında təyin olunur. Bu verginin əməliyyatlarının aparılması üçün sadəcə rüblük dövriyyənin bilinməsi kifayət edir. Beləki, 12 aylıq müddətdə illik dövriyyəsi 200000.00 manat məbləği həcminə qədər hər bir sahibkar sadələşdirrilmiş vergi ödəyici sayılır və rüblük dövriyyəsinin Bakı şəhəri üzrə 4 % (faiz) həcmində vergi ödəyir. Bu tip verginin tətbiqində əsas vəzifə vergi yükünün ağırlığının həcmcə azaldılması, vergi uçotu və mühasibat uçotunun kiçik müəssisələr və fərdi sahibkarlar üçün sadələşdirilməsi, kiçik biznesin stimullaşdırılmasıdır (Абрамов, 2014).

Minimum vergi yükü meyarı ilə sadələşdirilmiş vergi sistemindən istifadə edən müəssisə, ƏDV ödəyicisi olmaması ilə əlaqəli artan vergi riskləri ilə xarakterizə olunur. Nəticədə ümumi vergi rejimindən istifadə edən müştərilərin itkisi mümkündür (Bağırov, 2006).

Təşkilatın müştəriləri əsasən ümumi vergi rejimində fəaliyyət göstərən müəssisə subyektləridirsə, unutmamalıyıq ki, bir sıra müştərilər endirim üçün ƏDV təqdim edə bilməməsi səbəbindən sadələşdirilmiş vergi sistemindən istifadə edən təşkilatın xidmətlərindən imtina edə bilərlər. Ancaq bu vəziyyət daha dərindən təhlil edilməlidir.

Nəticədə bu tədbirlər kiçik biznesin inkişafının yüksəlməsinə zəmin yaradan amillərdən biri kimi öz bəhrəsini verməyə başlamışdır. Sadələşdirilmiş verginin müsbət cəhətləri aşağıdakılardır: Dövriyyədən 4% vergi nəzərə alındığından fiziki şəxslər üçün daha əlverişli sxemdir. Bölüşdürülən mənfəətdən vergi tutmaq öhdəliyi mövcud deyil. Hüquqi şəxşlər üçün isə bu sxem bir az fərqlidir, beləki hüquqi şəxslər sadələşdirilmiş vergidən əlavə, həm də xalis mənfəətin bölüşdürülməsi zamanı 10% mənbədən (dividenddən) vergi ödəməlidirlər.

Metod

Elmi tədqiqatlar müxtəlif metod və metodlarının tətbiqinə əsaslanır. Bu elmi araşdırmada müqayisəli təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

Analiz

Vergi rejimlərinin növləri və xüsusiyyətləri onların nəticələrinin və effektivliyinin monitorinqi zamanı nəzərə alınmalıdır. Belə monitorinqin təşkili və həyata keçirilməsi, qərarların qəbul edilməsi və nəticələrin təhlili, ölkənin büdcə-vergi sisteminin səmərəliliyini və vergi siyasətinin iqtisadi sistemə təsirini həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından artıra bilər. Vergi rejimlərinin bir və ya daha çox növü üçün pilot layihələr, işlənəcək istiqamətləri və vergi güzəştlərinin səmərəliliyini araşdırmaq üçün hazırlanacaq məlumat sistemlərini sınamaq və qiymətləndirmək üçün daha doğru ola bilər. Vergi rejimləri ilə bağlı qərarların qəbul edilməsi tezliyinin uzunmüddətli olacağı ehtimal olunur. Vergi ödəyicilərinə investisiyalar üzrə vergi güzəştlərinin istifadəsində şərait etmək, öz fəaliyyətləri üçün müvafiq qərarlar qəbul etmək və güzəştlərdən istifadə etmək bir-neçə il çəkə bilər. Elmi müzakirələr nəticəsində ortaya çıxan qəti fikir odur ki, birbaşa xarici investisiyaların artması iqtisadi inkişafa dəstək olur. Bütün bunlar üçün investisiya mühitinin daha da inkişaf etdirilməsi istiqamətində hüquqi baza inkişaf etdirilə bilər. Məncə, diqqət əvvəlcə tətbiq olunan vergi mexanizmlərinin rolunun artırılmasına yönəldilməlidir.

Nəticə

Nəticə olaraq qeyd edə bilərik ki, Azərbaycandakı xüsusi (sərbəst) iqtisadi zonalarda vergi rejimlərinin inkişafını, yüksək texnoloji məhsulların istehsalına, innovativ fəaliyyətə təsirini öyrənmək və bu vergi rejimlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdir.

Tədqiqatlar göstərir ki, vergi rejimlərinin tətbiqinin kənd təsərrüfatının inkişafında, xüsusən də bu sahənin maliyyə problemlərinin aradan qaldırılmasında vacib rolu vardır. Dövlət kənd təsərrüfatı sektorunda vergi tənzimlənməsini və keyfiyyətini yaxşılaşdırmaqla insanların iş təhlükəsizliyi yaxşılaşdırır, fəaliyyəti naminə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı da bunun müqabilində artır, vergi ödəyicilərində qalan pul miqdarı artır və sahibkarlıq təkmilləşdirilir. Bu səbəbdən dövlət kənd təsərrüfatında vergi güzəştlərinin səmərəliliyini artıraraq qeyd olunan problemləri həll etməyə kömək edir.

Tədqiqat işində aparılan araşdırmalar aşağıda göstərilən nəticələrin əldə olunmasına imkan vermişdir:

- Azad iqtisadi zonalarda fəalıyyət göstərən hüquqi şəxslər və zonada fəalıyyət göstərməsı üçün ıcazəsı olan fızıkı şəxslər tərəfindən milli iqtisadiyyatda olan hər hansı vergı ödəyicisinə təqdim edilən mallara, görülən işlər və göstərilən xidmətə görə ƏDV-nin tətbiqi məsələlərinin standart səviyyəyə gətirilərək məcəlləyə daxil edilməsi bu sahədə formalaşan problemlərin aradan qaldırılmasında mühüm köməklik göstərəcək.
- Vergi qanunvericiliyində vergi rejimləri daxilində olan güzəştlərin iqtisadi əsaslandırılması və bu güzəştlərin səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün meyarların qeyri-müəyyənliyi bu güzəştlərin düzgünlüyü, yanlışlığı və ya çoxluğuna dair suallara cavab verməkdə müəyyən çətinliklər yaradır. Fikrimcə, bu mövzu daxilində işçi qrup formalaşdırılmalı və problemin həllində beynəlxalq praktikadan yox, sırf ölkədaxili təcrübənin riyazi təhlillərinə əsaslanan modellərdən istifadə edilməlidir.
- İnvestisiyaya yönümlü vergilərin azaldılması, kapital qoyuluşlarının maliyyələşdirilməsi üçün səciyyəvi olan maliyyələşdirmə alətlərinin vergi aktivlərinin artımında əsas istehsal fondlarına olan payını nəzərə alan investisiya effektivliyi mövqeyindən qiymətləndirilməlidir.
- Gəlir vergisini azaltmaq üçün xarici investorlara mürəkkəb güzəşt sxemləri əvəzinə sadəlik və aşağı reytinq prinsipinə əsaslanan gəlir strukturunu yaratmaq və icra etmək məqsədəuyğundur.
- Xərclərin azaldılması, əvəzləşdirmələrin ləğv edilməsi və bu kimi digər məsələlərdə yaranan problemlərin aradan qaldırılması, vergi ödəyiciləri tərəfindən anlaqlı qarşılanması üçün buna əsas verən halların qanunvericilik qaydasında müəyyən edilməsi daha faydalı olardı.
- Önəmli məsələlərdən biri də mənzillərin icarəsi, repetitorluq, onlayn xidmətlər və bunlar kimi bir sıra fəaiyyətlərdən əldə olunan gəlirlərin hesablanması ilə bağlıdır. Belə fəaliyyətlərin müəyyənləşdirilməsi və verginin tətbiqi çox çətindir. Fikrimcə, belə fəaliyyətlərə verginin tətbiqində İqtisadiyyat Nazirliyi müvafiq güc strukturları ilə birgə komissiyalar yaratmalı və bu problem birlikdə həll edilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin “İri vergi ödəyicilərinin və xüsusi vergi rejimli müəssisələrin müəyyən edilməsi meyarlarının təsdiq edilməsi haqqında”21.10.2004-cü il tarixli 155 nömrəli Qərarı
2. Bağırov D.A., (2006) Vergi nəzarəti, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, Bakı.
3. Məmmədov Ə.C., Seyfullayev İ.Z., (2013) ”Vergi və investisiya mühiti”, Bakı
4. Məmmədov F.Ə., (2010) Vergilər və vergitutma, Bakı.

5. Rzayev İ. (2006) Beynəlxalq vergitutmada ofşor mexanizmlərin tətbiqi. Dərslik. Bakı: "İqtisad Universiteti" - nəşriyyatı , 365 s
6. Atkinson R., & Andes S., (2011), Innovation in Tax Policy and Tax Policy for Innovation, October, , 10.10.2015, 1-22.
7. Bevington M., & Dolman N., & Blunt M., (2015), "Green Light for New Approach to Patent Boxes", Tax/ Intellectual Property, March, , 11.10.2015, 1-3.
8. Bradley S., & Dauchy E. & Robinson L., (2015), Cross-Country Evidence on the Preliminary Effects of Patent Box Regimes on Patent Activity and Ownership, October, 17.09.2015, 1-32.
9. Абрамов В.А., (2014) Упрощенная система налогообложения, М.: Ос-89,
10. Грызунова Н.В., Киселева И.А., Колчин С.П., Симонович Н.Е. (2016), Налогообложение: актуальные проблемы. Монография. Министерство образования и науки Российской Федерации. Москва,
11. Злобина Л.А., Стражкова М.М., (2015) Практика оптимизации налоговой нагрузки экономического субьекта, М: Академический проект,
12. Шуваловой Е.Б., Размаховой А.В. и другое. М.(2008), Налоги и налогообложение: учеб. пособие / под ред,

Vergi Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi Metodları

Gülnaz Məmmədli

yunanova488@gmail.com

Xülasə

İstənilən dövlətin vergi sistemi bazar iqtisadiyyatının inkişafında vacib elementdir. Dövlət gəlirlərinin əsas mənbəyi olmaqla ölkə büdcəsinin gəlir hissəsini təşkil edən vergilərdir. Bundan əlavə, vergilər dövlətin sosial reproduksiya və sosial-iqtisadi inkişafın quruluşuna və dinamikasına iqtisadi təsirinin vacib vasitəsidir.

Effektiv iqtisadiyyat, dövlətin bütün səviyyələrində nağd pul fondlarının formalaşdırılması üçün qanuni, məqsədəuyğun və düzgün aparıldığını yoxlamaq üçün təşkilati-hüquqi forma və metodlar sistemi olan inkişaf etmiş dövlət vergi nəzarət sistemini tələb edir.

Hal-hazırda hər hansı bir dövlətin varlığının vacib bir şərti açıq şəkildə mütəşəkkil vergi sistemidir. Büdcənin vəziyyəti və buna görə ölkənin rifahı vergi orqanlarının fəaliyyətindən asılıdır. Buna görə dövlət büdcəsi sistemində vergi daxilolmalarına effektiv nəzarət sisteminin yaradılması ümumi sosial-iqtisadi siyasətin əsas vəzifələrindən biridir. Vergi ödəyicilərinin hüquqlarına hörmət edilərkən dövlətin maliyyə maraqlarını təmin edən effektiv vergi nəzarəti sistemi yaratmadan sağlam maliyyə sistemi yaratmaq mümkün deyil.

Vergi nəzarəti büdcəyə vergi ödəmələri üzrə öhdəliyin yerinə yetirilməsinə nəzarətin ən vacib üsuludur. Vergi nəzarətinin məqsədi vergi pozuntularının qarşısını almaq və aşkar etmək, habelə vergi qanunlarını pozanların məsuliyyətə cəlb edilməsidir.

Nəticədə bazar iqtisadiyyatının daha da inkişaf etdirilməsinin uğuru vergi xidmətinin aydın və savadlı təşkili və effektiv vergi nəzarəti sisteminin fəaliyyətindən asılıdır. Vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi bütövlükdə vergi orqanının nəzarət və audit fəaliyyətinə təsir edən amilləri, həmçinin əsas vergi və rüsumlara görə gəlir və əlavə ödənişləri müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Açar sözlər: vergi, vergi nəzarəti, vergi yoxlamaları, vergitutma, vergi daxilolmaları

Giriş

Son bir neçə ildə dövlət vergi nəzarətinin formalaşdırılması vergi qanunvericiliyinin qeyri-sabitliyi və vergi ödəyicilərinin bütövlükdə vergi sisteminə müsbət münasibətində defisit şəraitində baş vermişdir.

Vergi ödəmələri ilə bağlı qaydalardakı pozuntular həm dövlət, həm də vergi ödəyiciləri üçün maliyyə təhlükəsizliyi üçün real təhlükə yaradır. Vergi sisteminin qeyri-sabitliyi sahibkarlıq subyektlərinin vergi intizamının pisləşməsi, vergi və yığımların azalması, vergi sahəsində cinayətlərin sayının artması ilə əlaqədardır.

Təəssüf ki, bu gün tənzimləyici orqanlarda vergi pozuntularının araşdırılması üçün verdikləri komissiyanın mürəkkəblik səviyyəsinə uyğun effektiv özəl metodları yoxdur, buna görə də müxtəlif büdcələrin toplanması baxımından vergi yoxlamalarının və onların nəzarətinin səmərəliliyini artırmaq üçün instrumental və metodik vasitələrin (metodların) işlənməsi problemi ön plana çıxır. Beləliklə, tədqiqat mövzusunun aktuallığı mövcud vergi nəzarəti sisteminin səmərəliliyinin dərin təhlilinə ehtiyacdan irəli gəlir.

Vergi nəzarətinin ən effektiv forması olan vergi yoxlamaları vergilərin (haqların) ödənilməsinin düzgünlüyünü və vergi ödəyicisinin vergi və rüsumlar haqqında qanunvericiliklə ona həvalə edilmiş digər vəzifələrin yerinə yetirilməsini tam və hərtərəfli yoxlamağa imkan verən ən vacib vergi nəzarət vasitəsidir.

Problemli vəziyyət belədir: bir tərəfdən hamı üçün məcburi olan vergi intizamına ciddi riayət edilməsinə dair dövlət tələbləri, digər tərəfdən müxtəlif səviyyəli vergi ödəyiciləri tərəfindən onun pozulmasının kütləvi təzahürü faktları var. Vergi və vergi sisteminə ənənəvi makroiqtisadi yanaşma arasında ziddiyyət yaranır, burada əsas şey dövlət büdcəsinin yığımlarının və gəlirlərinin tamlığı, digər tərəfdən isə dövlət vergi siyasətinin həyata keçirilməsinə subyektiv (insan) amilinin təsir vektorudur. Vergi orqanları iki növ yoxlama aparır: kameral və səyyar yoxlama. Bu iş vergi nəzarətinin vacib forması kimi vergi yoxlamalarının səmərəliliyinin yüksəldilməsinə həsr edilmişdir.

Vergi Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsinin Əhəmiyyəti

Hal-hazırda vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi məsələsi xüsusilə aktualdır. Vergi nəzarətinin səmərəliliyi ən az miqdarda vəsaitdən istifadə etməklə müəyyən edilmiş nəticələrə nail olmağın və ya dövlət büdcəsi tərəfindən müəyyən edilmiş vəsaitlərin həcmindən istifadə edərək ən yaxşı nəticəyə nail olmağın vacibliyini nəzərdə tutur. Vergi nəzarətinin səmərəliliyinə vergi nəzarətinin formalarının, metodlarının (üsullarının) və növlərinin düzgün seçilməsi kimi amillər təsir göstərir. Vergi nəzarətinin həyata keçirilməsi zamanı ən az xərclə və vaxtında nəticə əldə etməyə imkan verən onların rasional birləşmələri, bir qayda olaraq, vergi nəzarətinin xüsusi formalarının aparılması metodlarında öz təsdiqini tapır (Donçova, 2014).

Vergi Xidməti yoxlamaları birbaşa vergi nəzarəti həyata keçirən orqanlardır, buna görə də onların nəzarət fəaliyyətlərinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi yoxlamanın qarşısında duran vəzifələri nəzərə alaraq yoxlamanın yoxlama işində əldə edilmiş nəticələrə əsaslanmalıdır.

Vergi nəzarəti sistemində vergi yoxlamasının rolu aşağıdakıları əhatə edən funksiyalarla müəyyən edilir: təşviq, nəzarət və kompensasiya (Makaryeva, 2015:).

Vergilər məcburi olduğundan, vergi ödəyicisinin vergidən yayınmaq üçün təbii bir istəyi var . Buna görə vergi nəzarəti, bunun nəticəsində cəza tətbiq edilə bilər, vergi ödəyicisini vergi ödəməyi təşviq edən və bununla da həvəsləndirmə funksiyasını yerinə yetirən əsas səbəbdir.

Nəzarət funksiyası vergi bazasının müəyyənləşdirilməsinin düzgünlüyünü və büdcələrə köçürülməli olan vergi miqdarının düzgün hesablanmasını təmin edir.

Vergi nəzarətinin kompensasiya funksiyası vergi ödəmələrinin alınmaması nəticəsində dövlətə dəymiş zərərin ödənilməsini təmin etməkdir.

Vergi nəzarətinin həyata keçirilməsi iqtisadi və sosial səmərə əldə etməyi əhatə edir.

İqtisadi səmərə büdcə gəlirlərini vergi nəzarətinin nəticələrinə əsasən hesablanmış məbləğlərə artırmaqla əldə edilir. İqtisadi səmərə təyin edərkən vergi nəzarəti xərclərini nəzərə almaq lazımdır, çünki büdcə gəlirləri alınan məbləğlər və onları almaq üçün çəkilən xərclər arasındakı fərqlə artır.

Sosial səmərə vergilərin sosial tənzimləmə funksiyalarını tam şəkildə həyata keçirməyə imkan verən vergi pozuntularının azaldılması səbəbindən vergi yükünün bərabər paylanması üçün şəraitin yaradılması ilə özünü göstərir. Bundan əlavə, qanun pozucularına cəzaların tətbiqi, vergi mədəniyyətinin artmasına təkan verən qanunlara tabe olan vergi ödəyicilərinə müəyyən rəqabət üstünlükləri verir.

Qeyd etmək lazımdır ki, nəzarət fəaliyyəti və istehsal ilə bağlı səmərəlilik anlayışları əhəmiyyətli dərəcədə fərqlidir. İstehsal səmərəliliyinin artması istehlak olunan ehtiyat vahidinə daha böyük iqtisadi

təsir göstərir. Beləliklə, səmərəlilik xərclənmiş mənbələrə uyğun olaraq nəzərdə tutulan hədəflərə yaxınlaşma dərəcəsidir. Nəticə etibarilə nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyi nəzarətedici orqanın əldə etdiyi nəticənin qarşıya qoyduğu məqsədə və nəticənin əldə edilməsinə sərf olunan vəsaitin miqdarı ilə müəyyən edilir. Bu vəziyyətdə nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyinin təhlilində əsas vəzifə son nəticənin müəyyənləşdirilməsi və xərclərlə əlaqəsinin qurulması olur. Son nəticə nəzarətin obyektiv nəticələrinin məcmusudur və onun effektivliyini müəyyənləşdirən əsas meyardır (Mironova, 2011).

Bununla birlikdə, əməyin və maddi ehtiyatların xərcləri nəzərə alınmazsa, nəzarət işinin təhlili nəticələri təhrif ediləcəkdir. Buna görə nəzarət səmərəliliyinin dərəcəsi nə qədər yüksəkdirsə, qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün o qədər aşağı nəticə əldə edilir.

Nəzarət orqanlarının fəaliyyətinin nəticələrinin düzgün qiymətləndirilməsi onların fəaliyyət xərclərini xarakterizə edən bu cür göstəricilərin müəyyənləşdirilməsi və nəzərə alınması ilə əlaqələndirilir. Bunlara müfəttişlərin sayı və lazımi materialları hazırlayan yoxlanılan orqanın işçilərinin ümumi sayı və sərf etdikləri vaxt daxildir. Bu, çəkilən xərclərin və nəzarətin faktiki nəticələrinin mütənasibliyini təmin edir. Bəzi hallarda, xərclərin və əldə edilmiş nəticələrin müqayisəsi göstərir ki, nəzarət tələsik aparıldı və ya əksinə çox vaxt sərf olundu, çox sayda mütəxəssis cəlb edildi və nəticələr əhəmiyyətsiz oldu.

Buna görə vergi orqanlarının fəaliyyətinə xərclənən vəsaitlə vergi daxilolmalarının birləşdirilmiş büdcəyə nisbəti vergi yoxlamalarının səmərəliliyini obyektiv müqayisə etmək üçün kifayət deyil. Bu yanaşma bu sistemə daxil olan vahid vergi müfəttişliyindən daha çox müəyyən müddət ərzində fəaliyyət göstərən bütün vergi sisteminin işinə tətbiq olunur. Vergi orqanının fəaliyyətində məhdud olan vergi orqanının nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyini, alınan büdcə gəlirlərinin onun saxlanması xərclərinə nisbətinə əsaslanaraq qanunvericilik və qaydalarla məhdudlaşdırılması düzgün deyil. Birincisi, xərclər dövlət tərəfindən əvvəlcədən müəyyənləşdirilir və tənzimləyici aktlarla tənzimlənir. İkincisi, bir ərazinin vergi potensialı amili büdcəyə vergi ödəmələrindən əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənir. Əslində toplanmış vergi və yığımların məbləğləri (o cümlədən vergi orqanlarının nəzarət fəaliyyəti ilə əlaqədar) vergi potensialının ölçüsünə yaxınlaşdıqca, nəzarət fəaliyyətinin səmərəliliyində azalma meydana çıxır. Bununla əlaqədar, hər bir yoxlama genişləndirmək mümkün olmayan ciddi şəkildə müəyyən edilmiş sərhədlər daxilində fəaliyyət göstərir (Suvorov, 2010:).

Vergi nəzarətinin səmərəliliyinin meyarı onun vergi ödəyicilərinin davranışlarına təsirinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Beləliklə, vergi nəzarəti törədilmiş vergi cinayətlərinin sayının real azalmasına səbəb olduqda səmərəli sayılır. Təəssüf ki, vergi və rüsumlar haqqında qanunvericiliyin pozulma sayını müəyyən etmək mümkün deyil. Buna baxmayaraq, vergi nəzarətinin səmərəliliyi vergi ödəyiciləri tərəfindən müstəqil hesablanmış vergi məbləğlərinin ərazinin vergi potensialına nisbəti ilə xarakterizə edilə bilər. Bu vəziyyətdə, vergi potensialı mövcud qanunvericilikdə hesablanmasına görə vergi və yığımların mümkün olan miqdarı kimi başa düşülməlidir.

Buna görə yerli vergi yoxlamasının səmərəliliyinin müqayisəli qiymətləndirilməsi üçün fərdi vergi nəzarəti tədbirlərinin səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricilərə əsaslanmaq lazımdır. Bu cür göstəricilər aşağıdakılar ola bilər:

- fəaliyyətin nəticəviliyi;
- nəzarət tədbirlərinin həyata keçirilməsinin intensivliyi ;

- yoxlamaların keyfiyyəti.

Vergi yoxlamasının nəticəviliyi əlavə vergi qiymətləndirməsi və səyyar yoxlamaların səmərəliliyi ilə xarakterizə olunmalıdır.

Yerdə yoxlamaların nəticəviliyi səyyar yoxlamaların sayının və aparılmış sayın nisbətidir.

Vergi orqanı tərəfindən nəzarət tədbirlərinin həyata keçirilməsi zamanı əlavə vergi hesablamalarının nəticəviliyini qiymətləndirərkən göstərilən məbləğləri dolayı xarakterizə edən göstəricilər istifadə edilməlidir. Bu cür göstəricilərdən istifadə oluna bilər, məsələn, vergi orqanının bir işçisinə yoxlamanın nəticələrinə əsasən əlavə hesablanmış ödənişlərin məbləği, hesablanmış ödənişlərin ümumi məbləğində əlavə tutulan ödənişlərin payı və s.

Müasir şəraitdə dövlətin sağlam maliyyə sisteminin yaradılması vergi ödəyicilərinin hüquqlarına hörmət edilərkən dövlətin maliyyə maraqlarını təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuş effektiv vergi nəzarəti sistemi yaratmadan mümkün deyildir.

Vergi nəzarətinin əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, onun vergi qanunlarına uyğunluğunu yoxlamaq, törədilmiş qanun pozuntularını aşkar etmək və aradan qaldırmaq üçün istifadə olunur. Vergi nəzarətinin formaları arasında aparıcı yeri vergi ödəyicisinin fəaliyyətini ən effektiv izləməyə imkan verən ən yaygın nəzarət forması olan vergi yoxlamaları tutur.

Vergi yoxlamaları zamanı vergi işçiləri vergi nəzarəti tədbirləri adlandırılan geniş prosessual hüquqlara malikdirlər. Bu cür tədbirlərin məqsədi vergi nəzarətinin məqsədinə tam uyğundur.

Vergi sisteminin fəaliyyətinin vacib şərtlərindən biri vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsidir ki, bu da əldə olunan nəticənin qarşıya qoyulan məqsəd, qarşıya qoyulan məqsəd və nəticələrə çatmaq üçün xərclənən mənbələrin miqdarı kimi müəyyən edilir. Belə bir qiymətləndirmə yalnız hər bir fərdi yoxlama üçün verilə bilər, lakin Vergi Xidmətinin bütün sisteminin məcmu hissəsində bu metodlardan istifadə etmək mümkün deyil.

Milli valyutanın qeyri-sabitliyi, aşağı dünya enerji qiymətləri və nəticədə dövlət büdcəsi kəsirinin yaranması ilə əlaqədar yaranan iqtisadi şəraitdə vergi nəzarəti haqlı olaraq dövlət maliyyə nəzarəti sisteminin mərkəzi elementi kimi qəbul edilməlidir, çünki vergilər bazar iqtisadiyyatının əsas maliyyə və tənzimləmə vasitəsidir. Bundan əlavə, vergi nəzarəti vergi ödəyicilərinin dövlət orqanlarına rəyini təmin edir, buna görə dövlətin iqtisadi rifahı onun səmərəliliyindən asılıdır.

Vergi Nəzarətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsinin Forma və Metodları

20 ildən çox müddətdə toplanmış vergi nəzarətinin aparılmasında, uzun müddət istifadə olunan vergi nəzarətinin formaları və metodlarından istifadə etməklə qurulmuş mexanizmlə həyata keçirilməsində böyük təcrübəyə baxmayaraq, Azərbaycanda nəzarət tədbirlərini təkmilləşdirməklə vergi yığımının potensialı olduqca böyükdür.

Vergi nəzarətinin əsas forması iki növə bölünən vergi yoxlamalarıdır: kameral və səyyar. Kameral yoxlamalar birbaşa vergi idarəsində aparılır və bütün vergi ödəyicilərini əhatə edir, səyyar yoxlamalar seçmə xarakterlidir, lakin daha dərindir.

Vergi orqanlarının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi problemi və bunun üçün lazım olan meyarlar iqtisadçı alimlər tərəfindən kifayət qədər uzun müddət tədqiq olunmuşdur (Qolişeva, Brovko, Qolişev, 2009). Qeyd etmək lazımdır ki, bu məsələdə imperativliyin olmaması səbəbindən yeganə həqiqi

qiymətləndirilmiş xüsusiyyətləri müəyyənləşdirmək çətin görünür, buna görə tövsiyələr hazırlayarkən əvvəlcə işlənmiş meyarların tətbiqi metodologiyasına diqqət etdik.

Tədqiqat obyekti kimi vergi nəzarəti tərəflərinin keyfiyyətinə görə təsnifatını apardıq. Vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan əmsallar aşağıdakı qruplara bölünür:

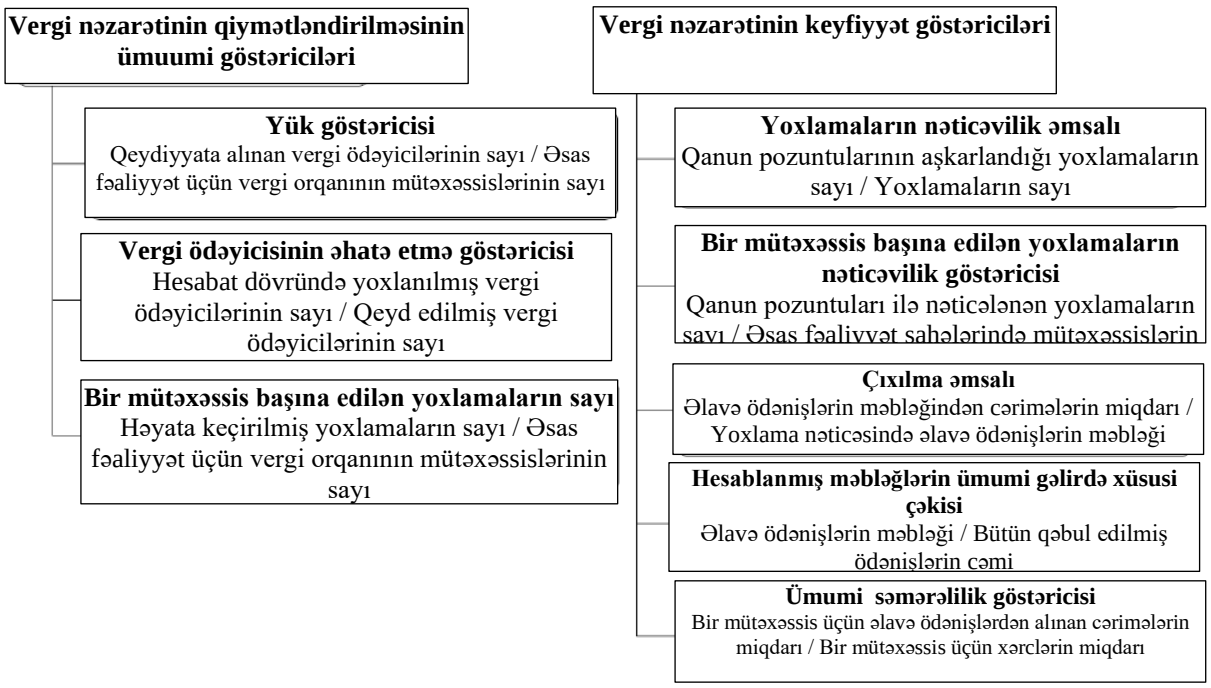
• nəzarət işlərinin miqdarı haqqında ümumi təsəvvür yaradan vergi nəzarətinin qiymətləndirilməsinin ümumi göstəriciləri;

• vergi yoxlamalarının nəticələrini qiymətləndirmək üçün istifadə olunan və nəzərdən keçirilmiş göstərici sisteminin mərkəzi elementi olan vergi nəzarətinin keyfiyyət göstəriciləri;

• müxtəlif vergi yoxlamalarının müqayisəli təsvirinə imkan verən vergi yoxlamalarının intensivliyinin göstəriciləri.

Hazırda vergi nəzarətinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan əsas əmsalları nəzərdən keçirək (Şəkil 1).

Şəkil 1:Vergi yoxlamalarının səmərəliliyi və nəticəviliyi göstəriciləri sistemi



Mənbə: Иванова И.Т., Вайс Е.Н. и. др.(2010) “Налоги и налогообложение” СПБ: Питер.

Qeyd etmək lazımdır ki, təqdim olunan göstəricilər sistemi olduqca tamdır, lakin onların tətbiqi üçün müəyyən qaydalar tələb olunur.

Hesab edilir ki, təqdim olunan bəzi göstəricilərin təhlili xüsusi diqqətə layiqdir. Yoxlamaların səmərəliliyi əmsalı və mütəxəssis başına edilən yoxlamaların sayı əhatə dairəsinin dəyəri ilə birlikdə nəzərə alınmalıdır.

Əhatə nisbətlərinin yüksək dəyərləri və bir mütəxəssis başına edilən yoxlamaların sayının, məsələn, effektivliyin sıfır əmsalı olduğu bir vəziyyətdə vergi yoxlamalarının yüksək səmərəliliyi barədə nəticə qanunsuz və əsassızdır.

Əvvəlki dövrün eyni göstəricisinə nisbətdə nəticəvilik əmsalı dəyəri dinamikada nəzərə alınmalıdır.

Bir mütəxəssis başına edilən yoxlamaların sayının azalması ümumilikdə vergi yoxlamalarının səmərəliliyinin azalmasını birbaşa təsdiq edə bilməz.

Çıxılma əmsalı kimi bir göstəriciyə diqqət yetirilməlidir. Bunu aşağıdakılar əsaslandırır: yığım dərəcəsi vergi orqanlarının vergi nəzarəti sahəsindəki fəaliyyətinə ən doğru qiymət verir, çünki bu, büdcəyə daxil olan əlavə xərclərin miqdarı deyil, yığımın miqdarıdır.

Bu göstəricinin xüsusi əhəmiyyəti çıxılma prosedurundan əvvəl həyata keçirilə bilən mərhələləri nəzərdən keçirməyin zəruriliyini müəyyənləşdirir.

Əvvəla, kameral yoxlama birbaşa ərazi vergi müfəttişliyində aparılır, bu müddət ərzində akt tərtib edilir və pozuntu halında əlavə rüsumların miqdarı göstərilir.

Vergi ödəyicisi qərarla razılaşmadıqda, aktdan məhkəməyə qədər qaydada şikayət etmək hüququna malikdir. Şikayət eyni yoxlamada olan məhkəmədənkənar həll şöbəsi tərəfindən aparılır. Ancaq bu idarənin qərarı gözlənilən nəticəni verməyə bilər və sonra vergi ödəyicisi daha yüksək vergi orqanı vasitəsi ilə şikayət edə bilər.

Məhkəmə öncəsi bütün imkanlar sınanmışsa, şikayətə məhkəmədə baxılması qalır. Və yalnız bu mərhələdən sonra bir və ya digər əlavə hesablanmış məbləğin çıxılması prosesi aparıla bilər (Kornauxov, 2008).

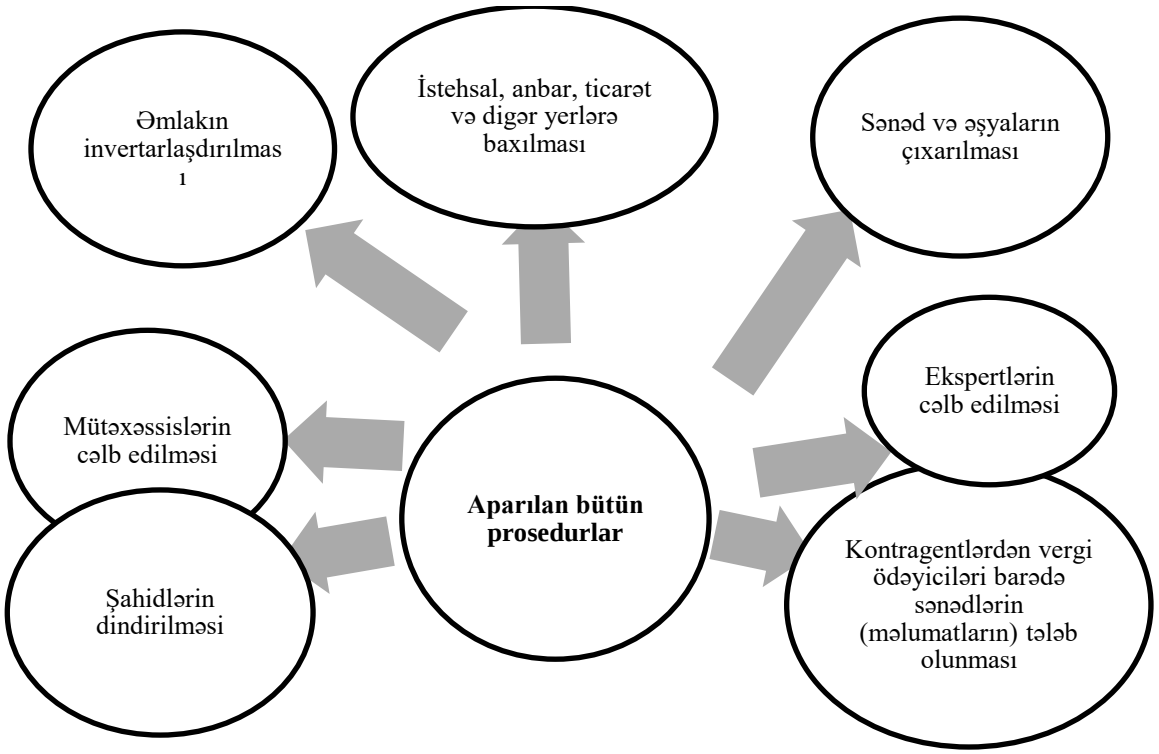
Beləliklə, hər mərhələdə əlavə ödənişlərin məbləğinin etibarlılığı yoxlanılır. Müvafiq olaraq, hər mərhələdən sonra bu məbləğlər bir-birindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər, çünki bəzi hallarda vergi orqanları özləri hesablama səhvlərinə yol verirlər ki, bunlar məhkəməyədək və məhkəmə icraatı zamanı düzəldilir.

Vergi nəzarətinin təhlili zamanı vergi yoxlamalarının intensivliyinin və onların nə qədər “dərin” olduğunu öyrənmək mühüm yer tutur.

Kameral yoxlamalar üçün, intensivliyin meyarı olaraq, yoxlamaların xüsusi çəkisini və əlavə ödənişləri tətbiq etmək təklif olunur, bu müddətdə yoxlamaların ümumi sayında əlavə sənədlər, izahatlar və məlumatlar istifadə edilmişdir.

Səyyar yoxlamalarına gəldikdə, çox sayda icazə verilən prosedurun olması səbəbindən daha geniş göstəricilər mövcuddur (Şəkil 2).

Şəkil 2: Səyyar vergi yoxlamalarının intensivliyini qiymətləndirmək üçün tələb olunan göstəricilər



Mənbə: Донцова Л. В. (2014) “Влияние налоговой политики на эффективность налогового контроля” М.: LAP Lambert Academic Publishing, 164 с.

Beləliklə, səyyar vergi yoxlamalarının intensivliyini qiymətləndirmək üçün səyyar yoxlaması zamanı aparılmış prosedurların sayını və onların faiz nisbətlərini müəyyənləşdirmək lazımdır.

Ən çox görülən proseduru təyin etmək, hansı üsulun ən təsirli və etibarlı olduğuna dair fərziyyələr yaratmağa imkan verəcəkdir. Bundan əlavə, dinamikada belə tədqiqatların aparılması vacibdir.

Hal-hazırda vergi yoxlamalarının effektivliyini və səmərəliliyini hesablamaq üçün mövcud olan bütün metodların əsas çatışmazlığı bu nəticələrin qiymətləndirilməsinin birbaşa vergi orqanlarının işçilərinin üzərinə düşməsidir ki, bu da xüsusən xarici istifadəçilər üçün məlumatların məxfiliyini nəzərə alaraq belə qiymətləndirmələrin obyektivliyinə şübhə yaradır.

Mövcud metodlar çərçivəsində hansı göstəricilərin hesablandığı barədə məlumatlar yalnız vergi orqanlarının özləri üçün mümkündür. Bu, vergi sirri ilə bağlı vergi və rüsumlar haqqında qanunvericiliklə müəyyən edilmiş məhdudiyyətlər səbəbindən məlumatların bir hissəsinin xarici istifadəçilərə verilə bilməməsi ilə əlaqədardır.

Buna görə mövcud qiymətləndirmə metodlarından yalnız daxili şöbə nəzarəti üçün istifadə edilə bilər və məlumatların xarici istifadəçiləri tərəfindən hesablamalar aparmaq mümkün deyil.

Öz növbəsində, müstəqil mütəxəssislərin iştirakı ilə üçüncü tərəflərin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi təcrübəsinin yayılması vergi orqanlarının işinin sosial əhəmiyyətini artıra bilər.

Metod

Tədqiqat işində idrakın ümumi elmi dialektik metodu, sistem təhlili metodu, konkret tarixi, müqayisəli, statistik, təsviri metodlar və materialın öyrənilməsinə məntiqi bir yanaşma təşkil edir. Tədqiqatın obyekti vergi nəzarətidir. Tədqiqatın aparılmasında vergi nəzarəti sahəsində yerli və xarici təcrübə nəzərə alınır.

Analiz

Vergi sistemində qarşıya çıxan problemlər vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodlarının öyrənilməsinə şərait yaratmışdır. Bundan əlavə, bu mövzunun öyrənilməsi ölkəmizdə vergi nəzarətinin təkmilləşdirilməsində perspektiv imkanlar açacaqdır.

Nəticə

Nəzarət işinin səmərəliliyinin artırılmasında ən vacib amil mövcud nəzarət yoxlamalarının təkmilləşdirilməsidir. Hər hansı bir effektiv vergi nəzarəti sisteminin zəruri xüsusiyyətləri bunlardır: effektiv vergi ödəyicilərini seçmək sisteminin mövcudluğu; vergi yoxlamalarının effektiv formalarının və metodlarının tətbiqi Hər bir elementin təkmilləşdirilməsi ümumilikdə vergi nəzarətinin təşkilini yaxşılaşdıracaq və bununla da hesablamanın düzgünlüyü, vergi ödənişlərinin büdcəyə köçürülməsinin tam və vaxtlı-vaxtında tam nəzarəti təmin ediləcəkdir.

Beləliklə, hazırda vergi orqanları vergi nəzarətinin səmərəliliyinin artırılması problemi ilə üzləşirlər, çünki ölkənin dövlət büdcəsi ümumiyyətlə vergi nəzarətinin səmərəliliyindən və konkret olaraq nəzarət işinin təşkilindən çox asılıdır. Buna görə vergi nəzarətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodologiyasının hazırlanması vacib elmi və praktik vəzifədir, onun həlli təkcə verginin deyil, həm də dövlət büdcə siyasətinin yaxşılaşdırılmasına kömək edəcəkdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Musayev A., Qəhrəmanov A., (2010). “Vergi mədəniyyəti”, Bakı, “Çaşıoğlu” nəşriyyatı, 343 səh.
2. Голищева Л.Е., Бровко Л.И., Голищев А.В. (2009) “Налоговый контроль”, Ставрополь, “Ставропольское книжное издательство”, 156 стр.
3. Донцова Л. В. (2014) “Влияние налоговой политики на эффективность налогового контроля” М.: LAP Lambert Academic Publishing, 164 стр.
4. Касьянова, Г.Ю.(2014) “Камеральная налоговая проверка: содержание, порядок проведения, последствия” М.: Аргумент, 831 с стр.
5. Корнаухов М.В.(2008) “Недобросовестность налогоплательщика как судебная доктрина”. Кострома: КГУ им Н.А. Некрасова. 269 стр.
6. Макарьева В.И. (2015) “Как правильно подготовиться к налоговой проверке” М.: Налоговый вестник, 352 стр.
7. Миронова О.А., Ханафеев Ф.Ф. (2011) “Налоговое администрирование” М.: Омега-Л., 635 стр.
8. Романова А.Н.(2010) “Организация и методы налоговых проверок”: - Учебное пособие., 415 стр.
9. Спирина Л.В. (2010) “Налоговые проверки: учебно-практическое пособие (издание второе, переработанное и дополненное)”. 521 стр.
10. Суворов М.(2010) “ Процессуализация налоговых проверок. Проблемы и пути совершенствования”., 354 стр.

Azərbaycanda Vergi Yükünün İqtisadi Artıma Təsiri

Samayə Allahverdizadə

hanifalisamaya@gmail.com

Xülasə

Bazar münasibətlərinin təkamülü prosesində təsrrüfat subyektlərilə dövlətin maraqları arasında uyğunluq yaradacaq vergi yükü səviyyəsi makroiqtisadiyyatda aktual məsələlərdən hesab edilir. Vergi dövlətin vacib iqtisadi təsir alətlərin hesab edilir. Həmçinin vergi dövlət üçün gəlir və digər təsərrüfat subyektləri üçün xərc hissəsidir. Bu tədqiqatın məqsədi vergi yükünün iqtisadi artıma təsirini araşdırmaqdır. Tədqiqatda vergi daxilolmaları ilə iqtisadi artım arasındakı əlaqəni müəyyən etmək üçün statistik korrelyasiya təhlili üsullarından istifadə edilmişdir. Bu çərçivədə işdə 1995-2018 illəri üçün Azərbaycanda vergi yükü ilə ÜDM arasındakı əlaqə təhlil edilmişdir. Təhlil nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, vergilərlə ÜDM arasında müsbət əlaqə təzakür edir. Tədqiqatın elmi yeniliyi olaraq 1995-2018-ci illər ərzində ölkədə ÜDM-dəki vergi daxilolmalarının payı dinamika şəkilində təsvir edilmiş və müqayisə edilən göstəricilər arasında əlaqə isbat edilmişdir. Elmi məqalənin məhdudiyyətliyi ÜDM və vergi daxilolmalarının iqtisadiyyata təsiri çərçivəsində vergi yükünün artıb-azalmasının nəzəri baxışlarda müqayisəli yanaşmaları ilə yekunlaşır. Tədqiqatın yekununda müəyyən edilmişdir ki, vergi yükü ilə iqtisadi artım arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Araşdırmanın sonunda irəli sürülmüş nəticələlərə əsasən qeyd etmək olar ki, ÜDM-də vergi daxilolmalarının payını azaldıqda iqtisadi artımın dəstəklənməsinə səbəb olarsa belə, dövlət büdcəsinə kifayət həcmdə gəlirlər daxil olmaması sosial siyasətin həyata keçirilməsində maliyyə çətinlikləri yarada bilər. Həmçinin vergi daxilolmalarının həcminin müəyyən normadan çox artması iqtisadi fəal əhalinin təsərrüfat fəaliyyətinin genişləndirilməsinə mənfi təsir göstərir.

Açar sözlər: vergi yükü, iqtisadi artım, ÜDM, gəlir, vergi daxilolmaları.

Giriş

Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi yüksəlişi tsiklik xarakter daşıyır. İqtisadi inkişafın dövriliyi istehsalın, eləcə də işgüzar fəallığın artıb-azaldığı bazar iqtisadiyyatının fasiləsiz tərəddüdlərində təzahür edir. Tsikliklik bazar konyukturasında dövri olaraq dirçəliş və tənəzzülün müşahidə edilməsilə səciyyələnir.

Dövlət məsrəfləri və vergiləri hakimiyyət tərəfindən iqtisadi situasiyaya təsirdə istifadə olunur. Vergilər sahəsində manipulyasiya dövlətə məcmu tələbə və ÜDM-yə təsir göstərmək imkanı verir. Dövlət məhsul və xidmətlərə məcmu tələbi, habelə il ərzində istehsal edilmiş son məhsul və xidmətlərə bazarda təklifi bu yolla tənzimləyir. Müasir iqtisadiyyatda ÜDM-nin ümumi həcmində dövlət maliyyə vəsaitlərinin xüsusi çəkisi dəyişməz olaraq artmaqdadır. Bu maliyyə vəsaitlərinə həmçinin dövlət büdcəsi məsrəflərini və vergilərini özündə birləşdirən dövlət büdcəsi də daxildir.

Dövlət məsrəfləri və vergiləri üzərində manipulyasiya dirçəliş və ya tənəzzül dövründə konkret işgüzar fəallıqla əlaqəlidir. Bu manipulyasiyanın köməyilə hakim qurumlar məcmu tələb və ÜDM-ni stabilləşdirərək, onların dinamikasının dövlət büdcəsi məsrəfləri və vergilərinin həcmindən asılılığını təmin edir. İqtisadi ədəbiyyatda sözügedən funksiyaların icrası ilə bağlı bəzi dövlət məsrəfləri və vergilərini bazar iqtisadiyyatının içərisində "quraşdırılmuş stabilləşdirici" adlandırırlar.

İqtisadi artım və azalma dövrlərində hakim qurumların tənzimlədiyi dövlət məsrəfləri və vergilərində dəyişikliklər məcmu tələb və ÜDM-ə müxtəlif miqdarlarda təsir göstərir. Belə ki, iqtisadi artım dövründə məcmu tələb və ÜDM-nin artımını zəiflətmək məqsədilə dövlət məsrəfləri azaldılır, iqtisadi geriləmə dövründə isə əksinə, məcmu tələb və ÜDM-nin mövcud həcmini qoruyub saxlamaq və stimullaşdırmaq üçün büdcə məsrəfləri artırılır.

Vergi yükü ilə iqtisadi artımın bir-birinə təsiri zamanı həm müsbət, həm də mənfi effektlər meydana çıxır. Vergi yükünün artımı zamanı iqtisadi fəallığın yüksəlməsinə və məcmu məhsul buraxılışına təkan verən, vergi yükü azaldıqda isə buna əngəl törədən effekt müsbət effekt, vergi yükü yüksəldikdə iqtisadi fəallığı zəiflədən və vergi yükü azaldığı şəraitdə fəallığı gücləndirən effekt isə mənfi effekt adlanır (Какаулина и Цепелев, 2014).

Dövlət məsrəfləri sahəsində görülən tədbirlər çərçivəsində iqtisadi artım dövründə dövlət vergiləri qaldırılaraq sahibkarlıq subyektləri və əhalinin gəlirləri azalmasına gətirib çıxarır. Nəticə etibarilə məcmu tələbin kəmiyyəti aşağı düşür və deməli, ÜDM-nin də artımı zəifləyir. İqtisadi geriləmə dövründə dövlət vergiləri minimuma endirərək, əlverişsiz iqtisadi mühitdə sahibkarlıq subyektləri və əhalinin işgüzar fəallığı gücləndirməsi üçün geniş imkanlar yaratmağa səy göstərir.

Vergilər, dövlət büdcəsi, valyuta siyasəti kimi alətlərin köməyilə tam məşğulluğun təmin edilməsi üsullarının geniş müxtəlifliyi dövləti seçim qarşısında qoyur: 1) nisbətən ağır kapital qoyuluşları, aşağı istehlak səviyyəsi, sürətli inkişaf şəraitində yüksək məşğulluq, 2) bunun əksi, 3) hər ikisinin əlamətlərini özündə əks etdirən digər variant. Vergilərin aşağı düşməsi yalnız qısa müddətli perspektivdə müsbət nəticə verdiyindən, R. Solou kimi neoklassik modellərdə uzun müddətli iqtisadi artım templərinin həyata keçirilən vergi siyasətilə bağlılığı olmamasını bildirirdi (Solow,1956). Vergi yükünün artması xüsusi olaraq vergi dərəcələrinin yüksəldilməsinə, güzəştlərin tətbiqinə və imtiyazların ləğv edilməsinə, sonradan isə getdikcə bu istiqamətdə büdcə daxilolmalarının səviyyəsinin enməsinə səbəb ola bilər (Məcidov, 2013) Həmçinin bu arqument vergilərin azalmasının məsrəflərə qənaətə, əks halda borclar hesabına kompensasiya edilən büdcə qıtlığına gətirib çıxardığından asılı deyildir. Endogen artım modellərində vergilər kapital və əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi və ya aşağı salınması yolu ilə uzun müddətli iqtisadi artım tempinə təsir göstərir. Buna bənzər modellərdə vergi yükü ilə iqtisadi artım arasındakı asılılıq forması dövlət xərclərinin nəticəliliyinin qiymətləndirilməsindən asılıdır.

Metod.

Mövzu ilə bağlı tədqiqat metodu kimi korrelyasiya statistik modeli seçilmişdir.

Korrelyasiya: Təhlildə yalnız bir müstəqil dəyişən varsa, bu tip analiz sadə korrelyasiya təhlili adlanır və birdən çox müstəqil dəyişən varsa, bu çoxlu korrelyasiya adlanır. Elmi araşdırmalarda ən çox istifadə olunan sadə korrelyasiya təhlilidir. Orta göstəricidən kənarlaşmalara əsaslanaraq münasibət səviyyəsini müəyyənləşdirmək üçün istifadə olunan testlərə korrelyasiya təhlili deyilir (Türkbal, 1981). Korrelyasiya əmsalının qiyməti -1 ilə +1 arasında dəyişir. Qarşılıqlı təsir olmadıqda əmsal 0-a, qarşılıqlı təsir tam və yüksək olduğu təqdirdə 1-ə, əks istiqamətli və tam olduqda -1-ə bərabərdir. Ümumiyyətlə korrelyasiya əmsalı r hərfi ilə işarə edilir. Buna əsasən korrelyasiya əmsalını bərabərsizliklə ifadə edə bilərik. Korrelyasiya əmsalının kəmiyyətini tam qiymətlər üçün tapmaq asan, aralıq qiymətlər üçünsə olduqca çətindir. Aralıq qiymətlər üzrə əmsalı müəyyən etdikdə nümunə müşahidələrinin sayı (n) çox vacibdir. İfrat müşahidələr əsaslanan müəyyənləşdirmələrdə hətta 0,25-ə qədər olan korrelyasiya əmsalı da əhəmiyyətli sayıla bilər. Lakin 10-15 müşahidəyə əsaslanan az sayda qiymətləndirmədə korrelyasiya əmsalı adətən 0,71-dən yuxarıdır. Korrelyasiya əmsalının (r) qiyməti əsasən korrelyasiyanın dərəcəsinə dair aşağıdakıları söyləmək olar:

Cədvəl 1: Korrelyasiyanın Dərəcəsinin Nisbi Aralıq Qiymətləndirilməsi

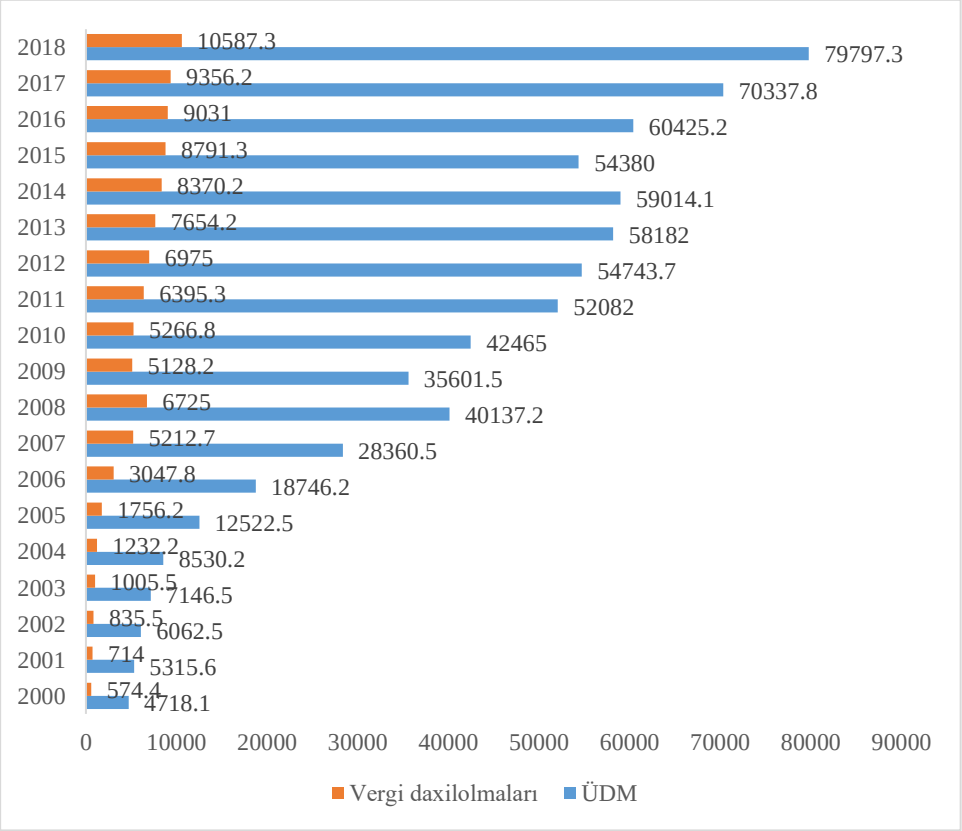
Yüksək (-)	Orta (-)	Aşağı (-)	Zəif (+)	Orta (+)	Yüksək (+)
-1 ≤ r<-0.9	-0.9≤r<-0.5	-0.5≤ r<0	0<r≤ 0.5	0.5<r≤ 0.9	0.9<r≤ 1

Təhlil

Sosialyönümlü bazar münasibətlərinə malik olan bütün ölkələrdə vergi sistemi iqtisadiyyatın idarə edilməsində, büdcə gəlirlərinin müəyyənləşməsində, qiymət amilinin tənzimlənsində və inflyasiya ilə mübarizədə dövlətin əsas maliyyə alətlərindən hesab edilir (Məmmədov, Musayev, Sadıqov, Kəlbiyev və Rzayev, 2010). Bundan əlavə qeyd etmək olar ki, vergi sistemi dövlət büdcəsinə daxilolmaların ÜDM-dəki böyük hissəsini əhatə etdiyindən bu sahədə proseslər mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Vergi sahəsindən ən böyük birinci islahatı 000-ci ildə qəbul edilmiş Vergi Məcəlləsi timsalında göstərmək olar (Məmmədov vd, 2014). Bunun nəticəsində iqtisadi subyektlər tərəfində dövlət büdcəsinə mədaxil olan vəsaitlərin hüquqi əsasları möhkəmləndi və ölkə iqtisadiyyatı dinamik inkişaf etməyə başladı.

Makroiqtisadiyyatda ÜDM-nın dinamikasına və vergi daxilolmaları üzrə göstəricilərin müəyyən dövrlərdə aldığı qiymətləri aşağıdakı cədvəldə göstərmək olar:

Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikası ÜDM Göstəricilər Və Vergi Daxilolmalarinin ÜDM-dəki Payı (2000-2018)



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (15.02.2020)

Yuxarıdakı təsvirdən müşahidə etmək olar ki, 19 il ərzində ölkənin ÜDM-sinin artım dinamikası 2 dəfə özündən əvvəlki illə müqayisədə geriləmişdir. Bütövlükdə 19 il ərzində artım dinamikası öz tempini qoruyub saxlaya bilmişdir. Vergi daxilolmalarına gəldikdə isə cəmi 1 dəfə belə halla rastlaşılmışdır. Qeyd etmək olar ki, həmin ildə ÜDM-nin hərəkət tempi yüksəliş dövründə olmuşdur. Analoji təkrarlanan proseslər iqtisadi artımın vergi daxilolmaları ilə tərs mütənasibliyinin olması

fikrini söyləməyə bizə əsas verir. belə ki, göstərilən dövrlər ərzində heç bir halda ÜDM azalmaları ilə vergi daxilolmalarında azalmalar baş verməmişdir. Vergidən yayınma halları, həmçinin əlverişsiz sahibkarlıq fəaliyyətinə xitam verilməsilə əlaqədar vergiqoyma bazasının kiçildilməsi qısa müddətli dövrdə vergi daxilolmalarının miqdarının azalmasına gətirib çıxarır (Какаулина, 2014).

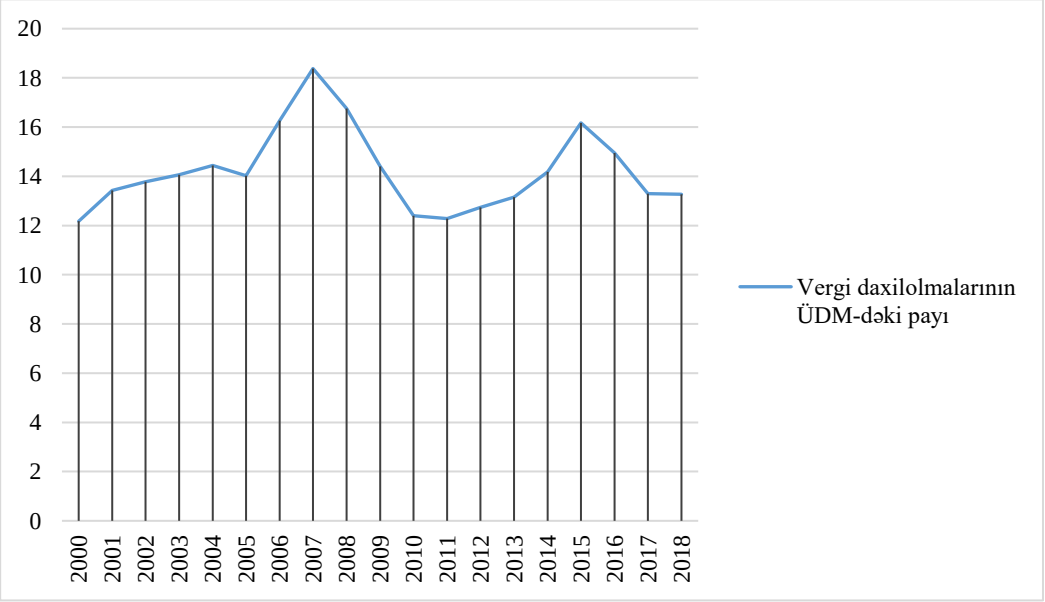
2019-cu ildə vergi daxilolmalarının sahə strukturuna nəzər saldıqda 60 faiz hissə qeyri-neft sektorunun payına düşür. 2020-ci ildə ixracın daha da artımı hesabına vergi daxilolmaları yüksələcəyi proqnozlaşdırılır (Cəfərli, 2018). Vergi ödəyiciləri kimi qeyri-neft sektoru üzrə əsasən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektlər nəzərdə tutulur. Əvvəlki illərdə bu göstəricinin aşağı olmasının müəyyən səbəbləri vardır. Belə ki, makroiqtisadi səviyyədə sahibkarlığın zəif inkişafına baxmayaraq, vergi siyasətinin üzrə vergitutma bazasının genişləndirilməsi deyil, proqressiv vergi dərəcəsi ilə gəliri yüksək sahibkarlıq subyektlərindən vergilərin təmin edilməsinə yönəlmişdir (Əzizova və Süleymanova, 2019).

Bildiyimiz kimi, vergi ödəyən şəxsin vergi yükünün artması nəticəsində vergi sisteminin effektivliyi ilk öncə artır, müəyyən müddətdə maksimum həddə çatır və sonra isə aşağı düşməyə başlayır. Bu halda dövlət büdcəsinin zərərə düşməsi ehtimalı yaranır, belə ki, bəzi vergi ödəyiciləri ya müflis olurlar, ya da istehsalat və ya xidmət əməliyyatları dayandırırlar, digərləri isə vergi öhdəliyindən boyun qaçırmaq üçün qanunsuz yollara əl atır və ya vergi ödənişlərini minimum səviyyədə yerinə yetirir. Bu da iqtisadi proseslərin inkişafının ləngiməsinə zəmin yaradır. Hətta belə hallar üçün dövlətin fiskal siyasəti nəticəsində vergi yükünün azalması vergi ödənişlərinin artmasına ciddi təsir göstərməmişdir.

Zaman göstərir ki, vergi sahəsində baş vermiş dəyişikliklər vergilərin çoxşaxəli fiskal və tənzimləyici funksiyaları ilə, eləcə də dövlətin artan tələbatlarını təsərrüfat subyektlərinin maraqları ilə uzlaşdırır. İqtisadi sistem, eyni zamanda həm iqtisadi artımın təmin edilməsinə, həm də büdcənin balanslaşdırılmasına şərait yaradan səmərəli dövlət tənzimlənməsi fəaliyyət göstərdikdə mükəmməl hesab edilə bilər. Toplanmış vergilərin ÜDM-ə nisbəti vergi yükünün göstəricisini müəyyən edir.

Azərbaycanda vergi yükünün iqtisadi artıma təsirini öyrənmək üçün ÜMD-dəki vergi daxilolmaların payını aşağıdakı cədvəldə göstərmək olar:

Cədvəl 3. 1995-2018-ci İllər Ərzində Ölkədə ÜDM-dəki Vergi Daxilolmalarının Payı.



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (15.02.2020)

Cədvəl 3-də ÜDM göstəricində vergi daxilolmalarının payı dinamik artım ilə izlənilmir. Makroiqtisadiyyatda əsasən 11-18 faiz aralığıdan vergi daxilolmalarının payı dəyişir. Göstərmək olar ki, 2007-ci ildə ÜDM-dəki vergi daxil olmalarının payı maksimum həddə çatmışdır ki, bu vəziyyət 2009 ildə ÜDM-nin artım tempinin azalmasına dolayı yolla təsir etmiş ola bilər. Xüsusən son 3 ildə bu pay göstəricisinin qiyməti azalmaqda müşahidə olunur.

ÜDM ilə vergi daxilolmaları arasındakı əlaqəni öyrənmək üçün bu göstəricilər arasındakı korrelyasiya əlaqəsinə aşağıdakı cədvəldə göstərək:

Cədvəl 4. ÜDM İlə Vergi Daxilolmaları Arasındakı Korrelyasiya Əmsalları.

	ÜDM	Vergi daxilolmalarının ümumi həcmi
ÜDM	1	0,856029

Cədvəl 4-dən göründüyü kimi ÜDM ilə vergi daxilolmaları arasında müsbət əlaqə mövcuddur. Korrelyasiya əmsalına görə, ÜDM ilə Ümumi Vergi daxilolmaları arasında (0,856029) əlaqə orta müsbətdir.

Yuxarıda söylənilənlər təsərrüfat subyektlərinin "fiskal dözümlülüyünün" müəyyən həddi olduğunu təsdiqləyir. Həmin subyektlər gəlir səviyyələrini qoruyub saxlamaq naminə istehsal fəaliyyətlərini sonsuzluğa qədər gücləndirmək iqtidarında deyillər.

İqtisadi mühitin yaradılması effekti yüksək vergi yükü şəraitində dövlətin maliyyə potensialının yüksəlməsi və üzərinə düşən funksiyaları daha səmərəli yerinə yetirməsi deməkdir. Vergi gəlirlərinin artımı nəticəsində bir tərəfdən böyük sayda məhsul, iş və xidmət istehsalının köməyilə dövlət tərəfdən təklif yüksəldiyindən, digər tərəfdənsə dövlət özəl sektorun məcmu təklifinin yüksəldilməsinə dəstək məqsədilə sahibkarlıq mühitinin əlverişlilik dərəcəsini artırdığından, adı çəkilən effekt məcmu təklifdə özünü müsbət biruzə verir.

Nəticə

1. Vergi daxilolmalarının həcminin müəyyən normadan çox artması iqtisadi fəal əhalinin təsərrüfat fəaliyyətinin inkişafına mənfi təsir göstərir.
2. Dövlət siyasəti qarşısında başlıca vəzifə kimi büdcə daxilolmalarının artırılması qoyulduqda, vergi yükünün qaldırılması iqtisadi artımın zəifləməsinə, təsərrüfat subyektlərində təkrar istehsal imkanların və işgüzar fəallığın zəifləməsinə gətirib çıxarır.
3. Vergi yükünün müəyyən həddə qədər yüksəldilməsi iqtisadi artımı stimullaşdıra bilər. Lakin daima artan vergi yükü iqtisadi artım tempini zəiflədir.
4. Azərbaycan Respublikasında iqtisadi artıma vergi yükü təsiri nəzərə çarpacaq qədər vardır.
5. ÜDM-də vergi daxilolmalarının payını nəzərə alsaq dövlət siyasəti vergi yükünün azaldılması yolu ilə iqtisadi artımın həvəsləndirilməsinə yönəldikdə, dövlət büdcəsinə kifayət həcmdə gəlirlər daxil olmadığından, sosial siyasətin həyata keçirilməsi çətinləşə bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Məmmədov F.Ə., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbiyev Y.A., Rzayev Z.H. (2010) "Vergilər və vergitutma". Dərslik. "Polygraphic Profuction" mətbəəsi, 509

2. Məmmədov Ə., Rzayev P., Xəlilov Ş., Hüseynov E., Seyfullayev İ. və Balakişiyeva Y. (2014) "Vergiyə giriş". Dərslik. Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyinin Tədris Mərkəzi, 603
3. M.O. Какаулина, Цепелев О.А. (2014) "Моделирование влияния налоговой нагрузки на экономический рост региона с учетом ресурсного потенциала". – Владивосток: Дальнаука, 428
4. Solow R. M. (1956) "A contributiox to the theory of economic growth" The Quarterly Journal of Economics, Vol. 70, No. 1., 65-94
5. Məcidov M.K. (2013). Vergi Sistemi. Dərslik. Bakı ş., 506
6. TÜRKBAL A. (1981). Bilimsel Araştırma Metodları ve Uygulamalı İstatistik, Erzurum.
7. Cəfərli E.(2018) "2019-cu ilin iqtisadi göstəriciləri nə vəd edir?" Məqalə, Vergilər jurnalı, №43 (937) 14 noyabr, 1-8
8. Какаулина М.О. (2014) "Влия ние налоговой нагрузки на эко номич еский ро ст в Российской Федерации: регио наль ный аспект", "Налоги и Налогообложение", №17 (344), 55-64
9. Əzizova G., Süleymanova Ə. (2019), "Azərbaycanda emal sənayesinin texnoloji intensivlik üzrə qiymətləndirilməsi vəmaliyyələşdirmə istiqamətləri", Vergilər jurnalı, 1 (138) sayı. 85-95

Impact of Macroeconomic Variables on Credit Risk: Empirical Evidence From Turkish Commercial Banks

Oruj Maharramli

Abstract

The research paper assesses determine short and long run trend between non-performing loans ratio and systematic variables over the period from January 2008 till August 2018 which belongs to state, private and foreign banks` general NPLs ratio in Turkey using time-series analysis (VAR) model. Johansen Co-integration test reveals long-run dynamics among NPLs ratio with inflation and unemployment rate. As a result of Granger causality test it is clear that interest rate and growth rate cause Granger non-performing loans ratio of each of these three bank types of Turkey. On the other hand, dynamics of short-run is discovered by Vector Error Correction Model which equips that there is weak short-run relationship among non-performing loans ratio with interest rate, growth rate and exchange rate. As a general result of our research, it has been found that simultaneously, private banks and foreign banks` NPLs ratio has more positive correlation and more compatible with macroeconomic variables over the ten years period. Macroeconomic indicators are the considerable decisive of non-performing loans is a contribution of this study to policy makers to impose new and healthy financial applications in order to maintain healthy economy.

Key words: macroeconomic variables, non-performing loans, Turkish commercial banks, time-series analysis.

Introduction

For banks and all other businesses, risk is a phenomenon that needs to be managed and eliminated. When we consider the Turkish banking sector, which we have dealt with in this research, we can see that an effective, consistent and sustainable risk management policy is needed in order to keep up with the competition brought by globalized financial markets and to get rid of the global financial crisis which has an enormous effect on the sector.

Credit risk is one of the most important elements in the risk management field and has a great role in the banking sector (Louzis, 2014). In parallel with the publication of Basel II directives established in 2006 by the Basel Committee on Banking Supervision, interest in credit risk models has increased and in many countries banks have begun work on compliance with Basel II (Salas, 2012). In Turkey, according to the Banking Sector Progress Report published by the Banking Regulation and Supervision Agency (BRSA) in February 2010, banks postpone Basel II implementation in the calculation of credit risk (Salas, 2012). Although Turkish banking system has proven to be a safe structure in the recent global financial crisis, the impact of the economic downturn on banks' credit portfolios is an issue that cannot be ignored, making it necessary to examine the relationship between macroeconomic factors and loan portfolios (Kattai, 2010).

Questioning the relationship between credit risk and conjuncture has gained importance especially in recent years, and studies examining this issue have increased in the literature Bohachova (2008). The experience of the crisis has given us a new opportunity to investigate this issue. The main studies on this subject so far has been to take macroeconomic conditions into account in credit risk modeling and estimate stress testing. The stress test highlighted in the Basel II rectifiers includes the determination of possible economic conditions that may have a negative impact on the capital adequacy of the bank Kattai (2010). Macro credit risk models are on the other hand a crucial tool for central banks and regulatory agencies, and can be used to analyze the impact of policy changes or unexpected macro shocks on the strength of the financial system in terms of banking. However, despite many research about this subject that used credit risk modeling and estimate stress testing, we will investigate the relationship between all these variables using time-series analysis.

With this research paper, it is aimed to analyze relationship between macroeconomic factors and credit risk and in order to apply our knowledge on this subject it is crucial to using regression analysis. It is common to explain the credit risk and stress tests for the Turkish banking system in the literature, Haryano (2016) and how they are applied studies do not include credit risk modeling. That is why in order to use this gap in the literature; we will use vector auto regression method unlike stress testing. Within the scope of the paper, a model linking credit risk to the real economy and macroeconomic variables is established and credit risk is analyzed. In this paper, the most important macroeconomic variables affecting the credit risk in the Turkish banking sector is interest rate, inflation rate, unemployment rate, growth rate and exchange rate. In addition, we investigated the influence of these five main macroeconomic indicators on eighteen biggest commercial banks of Turkey including state, private and foreign banks.

More specifically, this research`s main goal is to analyse the macroeconomic indicators and their influence on the gross non-performing loans of eighteen Turkish commercial banks between first quarter of 2008 and fourth quarter of 2018, especially, to characterize and describe on going biases in banking sector of Turkey, to guide the instructions about investing Turkish financial sector, to establish historical dynamics between these twenty three independent and dependent variables using time-series analysis, and to classify the best model explaining each regression. Especially for that reason, the empirical analysis of systematic factors and credit risk in Turkey could reveal new tendencies and patterns in developing countries box and bring some new updates. Hence, the primary goals of this research is to explore whether analyst contributions adequately impact the Turkish banking sector, and to regulate factors that have an influence over the credit risk in commercial banks. For rewarding accomplishment of the mentioned goal, the mentioned assignments are compulsory to investigate:

- Exploring and auditing the actual literature related to the topic;
- Constructing methodology and formulate model that will be useful in future studies as well;
- Conducting the research`s empirical leg relating to the Turkish banking sector;
- Explicating the results and give some recommendations.

The primary goal of this paper is to find out the short and long term trends between non- performing loans and macroeconomic variables. Even though many researchers were worked on NPLs ratio and credit risk, very few researchers were reported using the VAR model. In order to talk about the growth, development and development of the national economies, there is a need to increase the investments in the country, close the budget deficit and establish the foreign trade balance. Today, the most important guide of international capital is the credit ratings announced by credit rating agencies. Through this correlation between credit ratings and systematic data; to investigate those commercial banks` credit risk with Turkey's macroeconomic variables is the objective of our study and this study has a unique feature because it is the first study to analyze this relationship using causality relationship between the data. In terms of practicality, our research was not advanced as stress tests had to be modeled and this was not the main goal of this study.

Literature Review

The risk we face in every field is of great importance in the financial sector, especially in banking. Banks should also control the risks they face while trying to maximize their profits. This can be accomplished in the sector by identifying, measuring and effectively managing the risks encountered. Since exposure to credit risk is one of the most important banking problems in the world, banks attach importance to the management of credit risk. Effective management of credit risk is recognized as one of the key elements of a comprehensive approach to risk management.

The presented literature review describes the effects of some key macroeconomic variables on the credit risk of selected banks of Turkey. That stated some macroeconomic and bank-specific factors can affect to bank`s risk management policies in numerous ways and with different macroeconomic conditions using unemployment rate, interest rate, foreign exchange rate, growth rate and inflation rate variables. In our study, we will use the measure of credit risk as the ratio of non-performing loans to total gross loans (NPLs) and employ time –series analysis especially Vector auto regression model for 18 commercial banks of three different banks of Turkey over the period 2008 Q1-2018Q4. Therefore, it is crucial to analyze and compare different literature, which used different methodologies on that same topic. Moreover, definitions and classification of some key terms used in the literature are explained.

The literature review is organized as follows: firstly, the main concepts employed in the paper are described as they represent obscure matters then some classifications and definitions are explained theoretically. Secondly, different systematic and non-systematic factors, which affect credit risk in single- and multi-country` banking sectors, are clarified using the comparative analysis of research of different authors. Thirdly, various econometric and statistical models that applied to unique bank-level datasets in order to draw conclusions are investigated and finally the importance of this research problem for present and future studies is determined.

Numerous research cover theoretical and empirical grounds of risk management in the financial sector and results of empirical studies which have been made in different industries and markets to support or argue a relationship between macroeconomic variables and risk types, specifically credit risk Louzis (2012). However, the number of empirical studies about Turkish banks in this field is limited and therefore we will try to research and find gaps in developing countries` financial sector, more specifically in Turkey.

Credit risk, in its simplest terms, is the possibility that a bank's borrower or the party to an agreement (counterparty) is unable to meet its obligations in accordance with the terms of the agreement (Erika, 2015). The purpose of credit risk management is to maximize the risk adjusted return of the bank by managing the risks that the bank may be exposed to within the appropriate parameters. Effective management of credit risk is an important aspect of a comprehensive approach to risk management. On the other hand, the study of whole economy considered macroeconomics. It explores the main movements and trends in economy, for instance, inflation, economic growth, unemployment, money supply and exchange rates can be considered one of these factors. Economists assess the success of an economy’s overall performance by studying how it could achieve high rates of output and consumption growth. For the purpose of such an assessment, some key macroeconomic variables are particularly important in terms of our analysis related to credit risk in banks: gross domestic product (GDP), the unemployment rate, the inflation rate, the interest rate and the foreign exchange rate.

In the literature, we find an important distinction between the kinds of factors that can affect banking credit risk: factors influencing the systematic credit risk; and factors influencing the unsystematic credit risk(Ahmad and Ariff,2007).The factors influencing the systematic credit risk are:(i)macroeconomic factors like the employment rate, growth in gross domestic product, stock index, inflation rate, and exchange rate movements; (ii) changes in economic policies like changes in monetary and tax policies, economic legislation changes, as well as import restrictions and export stimulation; (iii) and political changes or changes in the goals of leading political parties. From another point, there are two types of the credit risk factors, namely the systematic (macroeconomics) and unsystematic (bank specific) risk (Haryono,All 2016). Investigation on macroeconomics influence credit risk determined by Modigliani and Bromberg in the 1950s firstly (Deaton, 2005). As stated with this information, aspects of macroeconomics are growth rate, unemployment rate and inflation rate. According to Louzis et al (2011) credit risk is influenced by macroeconomic factors. Empirical studies by Bikker and Hu (2012), Salas and Saurina (2012), Jimenez and Saurina (2016), Thiagarajan et al (2011) and Castro (2013) have confirmed a negative relationship between GDP and non-performing loans (credit risk). In addition, empirical studies by Bikker and Hu (2012), Salas and Saurina (2012) and Castro (2013) have revealed that unemployment and inflation rates have a negative relationship with problematic loans.

A bunch of studies examine the credit risk which affected by the macroeconomic factors. Especially, Salas and Saurina (2012), Jiménez and Saurina (2006), Jakubík (2007), Aver (2008),

Bohachova (2008), Bonfim (2009), Kattai (2010) and Nkusu (2011), among others, apply their research essentially on the effects of macroeconomic factors related to credit risk growth that this aspect should be added to the research since they have appreciable effect on that problem of credit risk (Vitor, 2013). To be more specific, in the study of Aver (2008) analyses Slovenian banking loan default risk depends magnificently on the economic atmosphere, long-term interest rates and foreign exchange rates. (Kattai, 2010) and (Fainstein and Novikov, 2011) in the research for three Baltic countries (Estonia, Latvia and Lithuania) compassed the same result. Their conclusion climax the emphasis of interest rates to the integrity of the financial and banking system.(Jakubík, 2007) and (Salas and Saurian, 2012) in their Spanish and Czech banking sectors study, jointly, indicate interest rates and growth rates one of the essential systematic aspects in turn influence on the risk aversion of credit.On the other hand, if we talk more specifically between macroeconomic factors and influence of them on credit risk (non- performing loans) in random study examines the association between systematic factors and the default risk for Dutch companies, (Simons and Rolwes, 2008) settled inverse correlation between oil prices, probability of default and economic growth. They addressed also that there are some factors such as X-rates and interest rate that have positive correlation with connection to the default probability in some sectors. The association between the default risk, economic growth and asset prices audited by (Castren, 2008) and Eurozone countries exchange rate risk by (Güngör, 2009). The research which Central Banks managed, Spanish central bank (2003), used short-term interest rates, Spanish stock market index and inflation rate in order to clarify default rate, but in another investigation, the Finland central bank (2004) evaluated five linear risk of default equations that a micro index achieved when default rate logistic transmission for five sectors was estimated as the dependent variable. (Otani, Shiratsuka, Tsurui and Yamada, 2009) from the Japan central bank built a macro model that contain of nominal growth, consumer price index, general quantity of credit, interest rate and nominal exchange rate. (Rinaldi and Sanchis- Arellano, 2006)

summed that the rate of inflation, the ratio of financial assets to the wage, household loan to disposable wage ration and nominal interest rates were essential factors that affect non-performing loans in the empirical study conducted by seven European union countries. Deficit used by some studies as their dependent factors. Growth rate, interest rate, unemployment rate, inflation rate and exchange rate frequently practiced as explanatory variables.

In terms of different methodologies used in various literatures, we can observe that most of the empirical literature that analyses the determinants of credit risk focuses on developed and other developing countries while there is very limited work focusing on Turkey. Studies that focus on other regions employ either time series analysis, like ARDL co-integration (i.e. Adebolaet al, 2011) for Malaysia, (Nikolaidou and Vogiazas, 2014) for Bulgaria, (Nikolaidou and Vogiazas , 2013) for Romania or cross-country panel analysis (Beck et al, 2015) for 75countries, (Castro, 2013) for Greece, Ireland, Portugal, Spain and Italy, (Klein, 2013) for 16 Central, Eastern and South-eastern European countries, (Nkusu, 2011) for 26 advancedncountries, (De Bock and Demy Nets, 2012) for 25 emerging market countries and (Espinoza and Prasad, 2010) for Gulf countries. Some studies (Ekanayake and Azeez, 2015) for Sri Lanka and (Louziset, 2012) for Greece use a single country panel analysis, that is, they analyze different commercial banks over time. Other studies analyze the feedback effects between NPLs and macroeconomic conditions using panel VAR or structural panel VaR (Klein, 2013). One of the main statistical methods used very often in the finance world, VaR method , is the literature on the reasoning of the synergy between the risk of credit and macroeconomic factors using the VaR model developed by certain industries (Alves, 2005) and (Shahnazarian and Sommer, 2007). Cooperation between expected default frequency and macro factors examined by researchers, addressing a compelling correlation of interest rates, economic growth and inflation over the frequency of credit default risk.Concerning VaR method, in another study (Eva and Dezsi, 2011) found some disadvantages using VaR method between systematic and unsystematic factors and credit and market risk. On the other hand, in her opinion, in order to implement a successful VAR estimation, the accuracy of this depends on the portfolio return distribution. It is also for appropriate to identify specific Value at Risk models for each portfolio that relate to the probable maximum loss to a certain degree of confidence.

Vector Auto Regression in Econometric Studies in recent years (Vector Auto regression: VAR) method is widely used and in this section, some of these will be briefly emphasized. Festic (2011), in the 2007:01-2017:09 period monthly data with the help of inflation, the empirical VAR analysis was applied and they found that monetary growth and the currency basket has changed airports, modification in inflation in Turkey from the rise in the exchange rate of more than 90% or rather than monetary growth, the past is conceded that described by inflation. Salih (2010), again with the VAR analysis, between the years of 2004-2016 using the data, currency substitution in Turkey, interest rates and the Turkish lira of the expected depreciation of the variables determining the research of that study, the main component of currency substitution in Turkey, it has been conceded that Turkish lira depreciation is the expected loss of real value. Deaton (2015), using the quarterly data from 2006 to 2012, for exchange rates and import price of nine industrialized countries with VAR analysis examined the effects of blogs on wholesale and consumer prices. In this study, the US dollar exchange rate, import price index, wholesale price index excluding imports, retail price index, domestic oil prices and real gross domestic product deviations from the linear trend were used in the study. The effects of external factors on wholesale and consumer price indices are not significant; the influence of the

foreign exchange rate and import prices on inflation is relatively strong for countries with high imports; For the period 2009 - 2011, it was concluded that external factors had significant inflationary effects for most of the countries.

Despite the fact that, a lot of research had been written by authors using different methods and models other than panel data regression analysis, there is still few important researchs related to panel data we can find in the literature. As giving an example, panel data regression evaluation established for eight French banks over the period 2004–2008 (Louzise , 2012) concluded that nominal growth rate, the inflation rate and the exchange rates are not only variables have a significant influence on the nonperforming loans, however some factors affected by unsystematic variables such as efficiency index and performance maintain extra explanatory strength. If we take into consideration the dynamics of four European Union countries (Poland, Belgium, Estonia and Latvia), credit growth and monitoring lacking are deteriorating to the achievement of banks.

Data and Methodology

Data Collection

This paper uses quarterly data over the period 2008–2018 for a sample of eighteen Turkish commercial banks for three different groups such as state, private and foreign and 5 macroeconomic variables as independent variables including interest rate, inflation rate, unemployment rate, exchange rate and growth rate. The primary goal of the research is to find out the contact between those individual banks` non-performing loans ratios and learn more deeply the influence of main macroeconomic indicators on these NPLs ratio of each of these banks over the certain time period, however it is more crucial to introduce this research to science world as there is lack of academic research on the same topic in terms of developing countries. The data for all these banks and systematic variables were obtained from the Turkish Central Bank, Turkish Statistical Institution (TUIK) and International Monetary Fund (IMF). As we have eighteen dependent variables and five independent variables, time-series analysis especially VAR method would be appropriate than dynamic panel data regression in order to get more relevant and true results. All analysis was done by Stata 14 software.

Variables Description

In this study, ratios of gross non-performing loans to total gross loans used as proxies in order to measure credit risk of present banks. This credit risk is our dependent variable in time- series regression analysis and that is the legit transformation of GNPLs and in the case of gross NPLs specifications, we define dependent variable as ln (*GNPLsi*,*t*/(1 *GNPLsi*,*t*) Nkusu(2011). It is important to note that this transformation ensures that the dependent variable spans the interval [−∞, +∞] (as opposed to between 0 and 1 in case of NPLs ratio) and is distributed symmetrically (Klein, 2013). In this present study, five important macroeconomic variables that were deployed are listed below with explanation:

1) Growth rate: In the literature, the real growth rate is applied in order to govern the influence of the systematic situation. In many research papers almost all authors widely terminate that the riskiness of credit sources goes up when growth rate go down and because of this we conclude not linear relationship between credit risk and growth rate.

2) Inflation Rate: Inflation refers to a continuous and noticeable increase in the

general level of prices in an economy Nkusu (2011). To give a concrete example, we want to get bread or housing or car; now it is more expensive than 5 years ago because of this. The previous empirical studies on the same topic provide no obvious effect of the inflation rate on NPLs ratio. Thus, we are not certain about this variable`s coefficient sign.

3) Exchange Rate: This refers to the value of national currency against foreign currency Nkusu (2011). The price of any type of currency is resolve with the combination of demand and supply curve for the exchange rate. As we see previous studies about analyzing the relationship between exchange rate and NPLs, almost all of them found that depreciation of national currency has a negative effect on credit risk.

4) Unemployment Rate: Unemployment means the people who are capable of working cannot find a reliable work and unemployment rate is those people divided by work force in general economy multiply to hundred to get a percentage. As previous macro indicators, increasing unemployment rate also has the negative effect related to credit risk.

Table 1. Descriptive statistics for dependent variables

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
TürkiyeCum~a	44	1.918182	.3984112	1.2	2.9
TürkiyeHal~s	44	3.647727	.7403609	2.6	5.4
TürkiyeVak~O	44	4.470455	.7072974	3.4	6.1
AkbankTAŞN~s	44	2.615909	.8674859	1.1	5.1
Anadoluban~s	44	3.265909	.6095912	2.2	4.6
FibabankaA~s	44	2.240909	.9319442	.8	4.6
ŞekerbankT~s	44	5.65	1.089164	3.8	8.2
TurkishBan~s	44	3.379545	1.818328	.7	6.5
TürkEkonom~s	44	3.147727	.8409542	1.6	5.2
TürkiyeİşB~s	44	2.929545	1.406394	.9	6.1
YapıveKred~s	44	4.329545	1.112211	2.4	6.8
Alternatif~s	44	5.025	1.016635	3	7.6
ArapTürkBa~s	44	1.5	.5278301	.6	2.6
BurganBank~s	44	4.986364	3.033272	1.7	12.9
CitibankAŞ~s	44	8.002273	5.576925	1.8	20.1
INGBankAŞN~s	44	3.406818	1.057948	1.9	5.8
DenizbankA~s	44	4.581818	.9316833	3.2	6.4
TürkiyeGar~L	44	2.754545	.7419191	1.5	5.2

Table 2. Descriptive statistics for independent variables

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ExchangeRate	44	103.5745	12.9811	62.45	124.91
InflationR~e	44	8.939667	2.745914	4.344287	19.43866
InterestRate	44	13.86364	5.259668	8.75	25
GDPGrowthR~e	35	1.97594	1.05519	.045691	5.478154
Unemployme~e	44	10.32967	1.366541	8.134899	13.63164

Methodology

As a result of this study, main macroeconomic indicators impact on NPLs ratio of Turkish commercial banks which is divided by three groups such as state, private and foreign have been investigated, in addition, is there any short or long-term relationship between all these variables also was examined. Firstly, Unit root tests are applied to analyze whether relationship of endogenous and exogenous variables is stationary or non-stationary. Secondly, Co-Integration Analysis investigated between all these variables to examine their short and long-term relationships with each other. Thirdly, Granger Causality Test, Impulse-Response Functions and finally VAR methods are applied to check hypothesis between variables, measure the shocks of macroeconomic variables on dependent variables and get final results from three type of bank dataset, respectively. Data for regression analysis uploaded the date from 2008 first quarter until 2018 fourth quarter.

In this study, the stability tests of the time series of independent variables were performed using the Dickey Fuller (ADF) tests. The following regression equation is used to test the unit root property of the Yt series (Günaydın, 2004).

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \alpha_2 t + \alpha_3 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{N} \Psi \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

First difference derivative; t one time trend; ε_t error term; $Y_t$used time-series and N are the number of latencies of the dependent variables determined by the Akaike Information Criteria to resolve the successive dependence of the error terms and these types of unit root tests are called ADF tests and in the ADF unit root test, the null hypothesis series is established as not

stationary Günaydın (2004). The ADF test is calculated by the estimation of the δ parameter and its t statistics, however if the null hypothesis is negative and statistically significant, it is rejected. A problem with the ADF test is that it requires the inclusion of additional differences in terms of variables in the test equation. This results in a loss of degree of freedom and a reduction in the strength of the test procedure and it`s statistics are then converted to remove the effects of the serial relationship on the asymptotic distribution of the test statistics Salas (2012). In ADF unit root test if t statistics are greater than the critical values, which lead to the rejection of the null hypothesis of the unit root Günaydın (2004). Since stationary is considered as a prerequisite condition for a VAR model, it can

be possible to impose the analysis to be used only after the stationary condition is met. In a later stage, how the variables that are stagnated will be added to the model is a very important point in theory.

The problem which is result of different kinds of structural data can be eliminated with Vector Autoregressive Models (VAR), which is proposed for the solution of this complex table of systems of simultaneous equations; however VAR models are often preferred for time series because they can be given dynamic relationships without any limitations on the structural model (Keating, 2012). Since the model does not require the internal external distinction of variables based on any economic theory, it differs from the systems of simultaneous equations, therefore the delayed values of the dependent variables in VAR models make it possible to make strong predictions for the future (Kumar et al, 2015). Since we have eighteen dependent variables and five independent variables it does not mean that we need to use eighteen different equation for VAR analysis because each of these eighteen variables represent gross non-performing loans ratio and one general equation for this method can be shown as below;

$$y_t = a_1 + \sum_{p} b_{1i} y_{t-i} + \sum_{p} b_{2i} x_{t-i} + \sum_{p} b_{3i} c_{t-i} + \sum_{p} b_{4i} d_{t-i} + v_{1t} + v_{2t} + v_{3t} + v_4$$

(2) In the above model, p is the length of the delays, and v is the mean zero, the covariance with its own delayed values and the variances constant, normal distribution, representing the random error terms and that assumption that errors are not related to their own delayed values in the VAR model does not impose any restrictions on the model, at the same time because the length of the delay of the variables increase the autocorrelation problem can be eliminated separately (Kumar et al, 2015). If errors are related to each other at a certain point in time, if the correlation between them is different from zero, then the change in one of the errors affects the other at a certain point in time (Barışık and Kesikoğlu, 2012).

The effect of one unit shock applied to the parameters that make up the VAR model onnitself or other variables can be examined through the Impulse-Response Function. The Impulse- Response Function in a two-variable VAR matrix form;

$$y_t a_{10} a_{11}\, a_{12} y_{t-1} e_{1t}$$

$$\begin{pmatrix} \\ z_t \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \\ a_{20} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} a_{21}\, a_{22} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \\ z_{t-1} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \\ e_{2t} \end{pmatrix}$$

Summarized new equation can be written as below;

$$x_t = \mu + \sum_{i=0}^{\infty} \phi_i \varepsilon_{t-i}$$

(3)

(4)

Variations of variance obtained from the moving variables section of VAR after the applications related to the Impulse- Response Analysis shows how much of the change in the variables themselves and in one of the other variables is caused by the other variables (Enders, 2004). Additionally, before starting to launch VAR model, Johansen Co-Integration and Granger Causality Tests also applied in

order to learn about short and long-term trends between variables (Keating, 2012).

Empirical Results and Discussion

As a result of this research, the impacts of macroeconomic variables have been examined in Turkey`s eighteen commercial banks` non-performing loans as well as short and long-term relationship between these variables investigated using different time-series tests. In this section of research, Dickey-Fuller augmented test, Optimal Lag Structure, Johansen Co-Integration, Granger Causality, VAR Residual Serial Correlation (LM) and Impulse-Response Function results explained respectively and reliable figures and tables provided. After explanation of each variable using these test results, the main VAR regression results were included at the Appendix B, C and D.

Figure 1: General scheme between these variables.

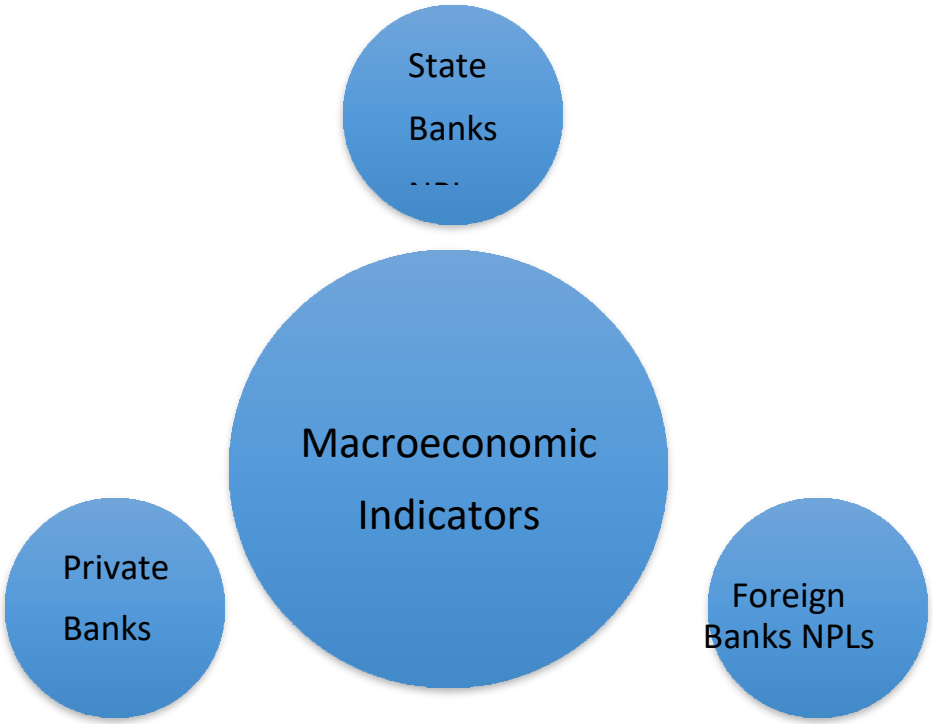


Table 1. Unit Root Test Results

Variables	Augmented Dickey Fuller		Phillips Parron	
	Level	First Difference	Level	First Difference
State Banks	-2.35	-2.60*	-2.67	-2.78*
Private Banks	-2.57	-3.48*	-2.55	-2.65*
Foreign Banks	-2.50	-2.85*	-2.62	-5.47*
EXR	-0.88	-4.25**	-0.76	-1.89**
INF	-1.50	-3.45**	-1.60	-1.98**
INT	-2.11	-3.78**	-2.10	-17.47**
GDP	-5.50	-7.50**	-5.43	-6.47**
UEM	-1.16	-2.18***	-1.80	-3.57***

*Note: The * indicates significance at 1%, ** at 5% and *** at 10%*

As we investigate the results of the Augmented DF and the PP test for each variable, it is obvious that in terms of their levels all variables seem like they do not have stationary parameters; however if first differenced then they become stationary variables. As already these variables constructed and integrated on the same order, moving up to the next step in order to find an optimal lag structure and co-integration of Johansen tests as well as relationship between those variables are of crucial part. It can be easily observed that all the series don't have unit root with 1% percentage significance. Once the stationary series are gained in order to use the VAR models, it is important to find the optimal structure of number of lags. From the results, second lag number is the optimal one for this research and in terms of applying VAR model.

Table 2. Optimal Lag Structure Results and Determination for State Banks and Macroeconomic Variables

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-25.3334				.002597	2.54902	2.8246	3.3571
1	10.3746	71.416*	9	0.000	.000555*	.977963*	1.39133*	2.19007*
2	18.4435	16.138	9	0.064	.00062	1.03274	1.58389	2.64888

Table 3. Optimal Lag Structure Results and Determination for Private Banks and Macroeconomic Variables

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-211.104				.000592	15.2414	15.9763	17.3963*
1	-99.2028	223.8	64	0.000	.000052	12.4237	14.1384	17.4517
2	3.69284	205.79*	64	0.000	.000025*	10.1357*	12.8302*	18.0369

Table 4. Optimal Lag Structure Results and Determination for Foreign Banks and Macroeconomic Variables

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-213.714				.008254	15.042	15.685	16.9275
1	-110.429	206.57	49	0.000	.000439	11.8488	13.242	15.934*
2	-44.8091	131.24*	49	0.000	.000418*	10.8711*	13.0145*	17.1561

As we see from Lag Selection results, once we have three different bank structures and five macroeconomic variables, the optimal lag selection criteria has been estimated two lags. In spite of using 4 lag criteria for quarterly data, from our results it is clear that all four estimators in the table 3, 4 and 5 suggested using two lags.

It would be better analyzing the results of constructed VAR model with LM Serial Autocorrelation test now.

Table 5. LM Serial Autocorrelation Test results for State Banks

lag	chi2	df	Prob > chi2
1	10.4310	9	0.31673
2	12.3815	9	0.19265

Table 6. LM Serial Autocorrelation Test results for Private Banks

lag	chi2	df	Prob > chi2
1	12.0210	9	0.31673
2	82.2115	9	0.19265

Table 7. LM Serial Autocorrelation Test results for Foreign Banks

lag	chi2	df	Prob > chi2
1	76.7950	49	0.00678
2	84.1327	49	0.00133

When the probability values of the LM Serial Autocorrelation tests are examined, the null hypothesis that there is no serial correlation between the series may not be rejected, however it can been from the results that these five macroeconomic variables have long-term relations and foreign banks more than other two types of banks as we consider critical probability value.

As our stationary series integrated of order 1 means is stationary in first difference, performing co-integration test is necessary to construct a long run connection. That is we can assume the long-run trend in the model despite the fact that series are drifting apart or trending either upward or downward (Keating, 2012). The hypothesis can be stated as:

H_0: *no cointegrating equation*

H_1: H_0 *is not true*

Rejection at 5% level and null hypothesis can be denied if Trace and Max statistics is greater compared to 5%, otherwise null hypothesis can be failed to reject.

The Co-integration test is examined to check is there any long-run connection among NPLs and the systematic variables of our research which are inflation rate, exchange rate, growth rate, unemployment rate and interest rate. The co-integrating properties are investigated using only one test

statistics i.e. trace statistics. Multivariate co integration analysis has been used to examine and evaluate the null hypothesis of dependent variables of co integration against the other vectors of co integration suggested by minimum likelihood (Louzis, 2012).

Table 8. The Johansen Co-integration analysis Trace Statistics

Maximum rank	Parms	LL	Eigenvalue	Trace statistic	5% critical value
0	110	-236.83902	.	377.7742	233.13
1	129	-186.03291	0.91102	276.1620	192.89
2	146	-152.87421	0.79382	209.8446	156.00
3	161	-122.43273	0.76533	148.9616	124.24
4	174	-101.62801	0.62868	107.3522	94.15
5	185	-84.172929	0.56447	72.4420	68.52
6	194	-69.053216	0.51324	42.2026*	47.21
7	201	-58.393665	0.39806	20.8835	29.68
8	206	-51.063536	0.29464	6.2232	15.41
9	209	-48.252224	0.12530	0.6006	3.76
10	210	-47.951924	0.01420		

Table 8 gives us enough information about ten co integration vectors which means 5% significance critical value is lesser than the Trace statistics. It is clear that this co-integration test approves that long run correlation exists among the NPLs and Macroeconomic Indicators. The other evidence that confirms long-time relationship between these variables is Eigenvalue statistics which also its values greater than 5% critical value of probability and since there is long-run trend between endogenous and exogenous variables it is crucial to apply VECM model. As a result of the co-integration test, the long-term connection among all variables was determined, but in which direction relationship continues between variables could not be determined. Granger Causality Test was implemented to determine the origin of the relationshipbbetween those variables.

Table 9. Granger Causality Test

Granger Causality Test			
Null Hypothesis (H_0)	Chi-Sq	Prob	Conclusion
INF doesn't Granger Cause NPLs	36.178	0.00140	Reject H_0
UEM doesn't Granger Cause NPLs	54.477	0.00087	Reject H_0
GDP doesn't Granger Cause NPLs	30.739	0.00612	Accept H_0

INT doesn't Granger Cause NPLs	39.486	0.00878	Accept H_0
EXR doesn't Granger Cause NPLs	35.442	0.00717	Accept H_0

Granger test is used to catch the reason-impact connection based on this example where NPLs ratio with inflation and unemployment rate which confirms that non-performing loans can be forecasted with unemployment and inflation rate, but due to the fact that the probability value is less than 5%, a single-sided causality relation has emerged from inflation rate and unemployment rate to NPLs of Turkish State, Private and Foreign banks.

As we almost constructed the VAR model, lastly Impulse-Response Function was applied in order to learn how shock on one variable impact the another variable, especially effects of macroeconomic variables on dependent variable which we will include one bank from different sector such as one bank from state, one bank from private and another one bank from foreign sector of Turkey. The main goal is to measure and compare the results of these shocks on those banking sectors, more accurately saying which independent variable shock how affects those banks and on what level. Results of Impulse-Response function presented below over the 8 periods. Banking sectors, more accurately saying that the shock on which independent variable affects those banks and on what level. Results of Impulse-Response function presented below over the 8 periods.

Figure 2. Impulse-Response Function for State Banks

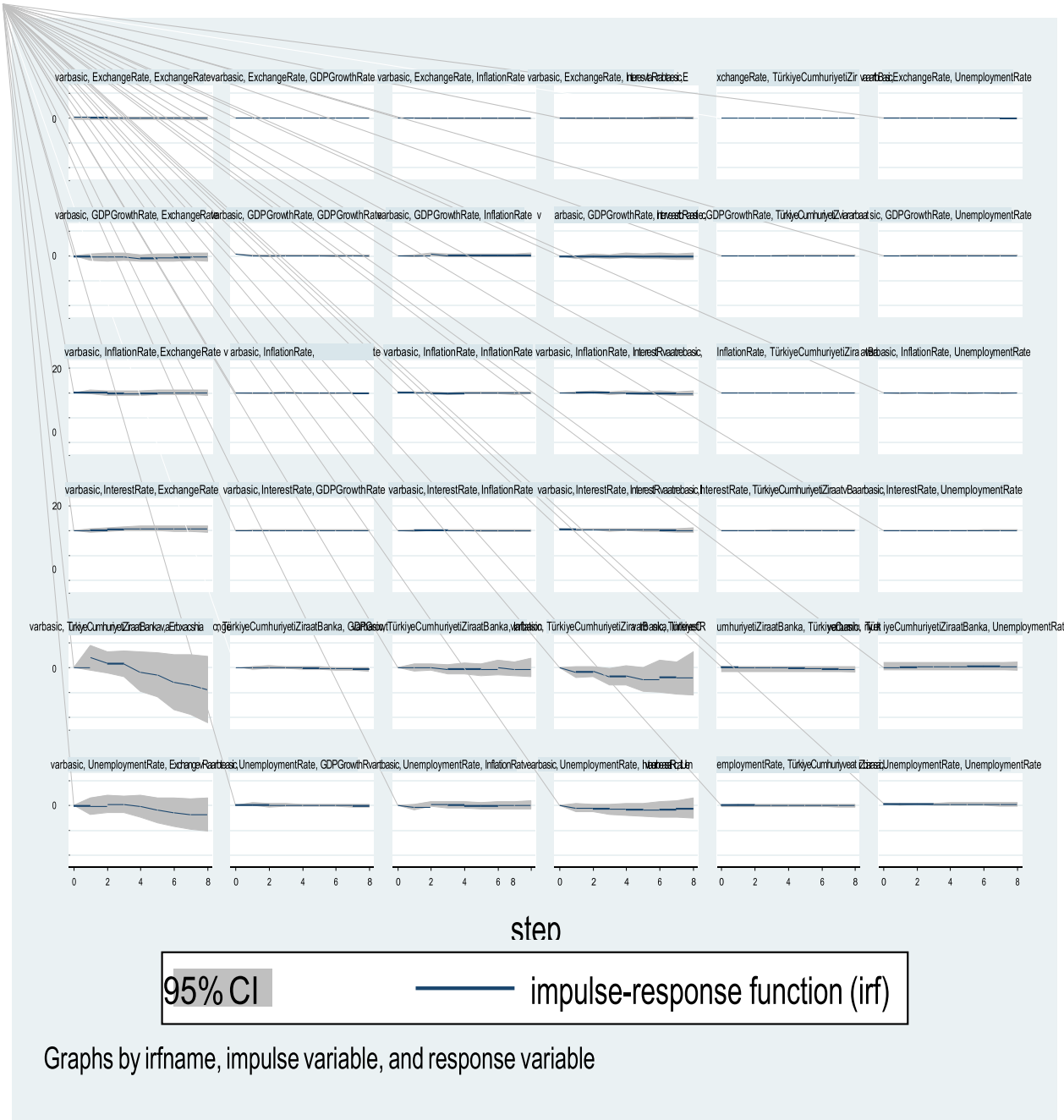


Figure 3. Impulse-Response Function for Private Banks

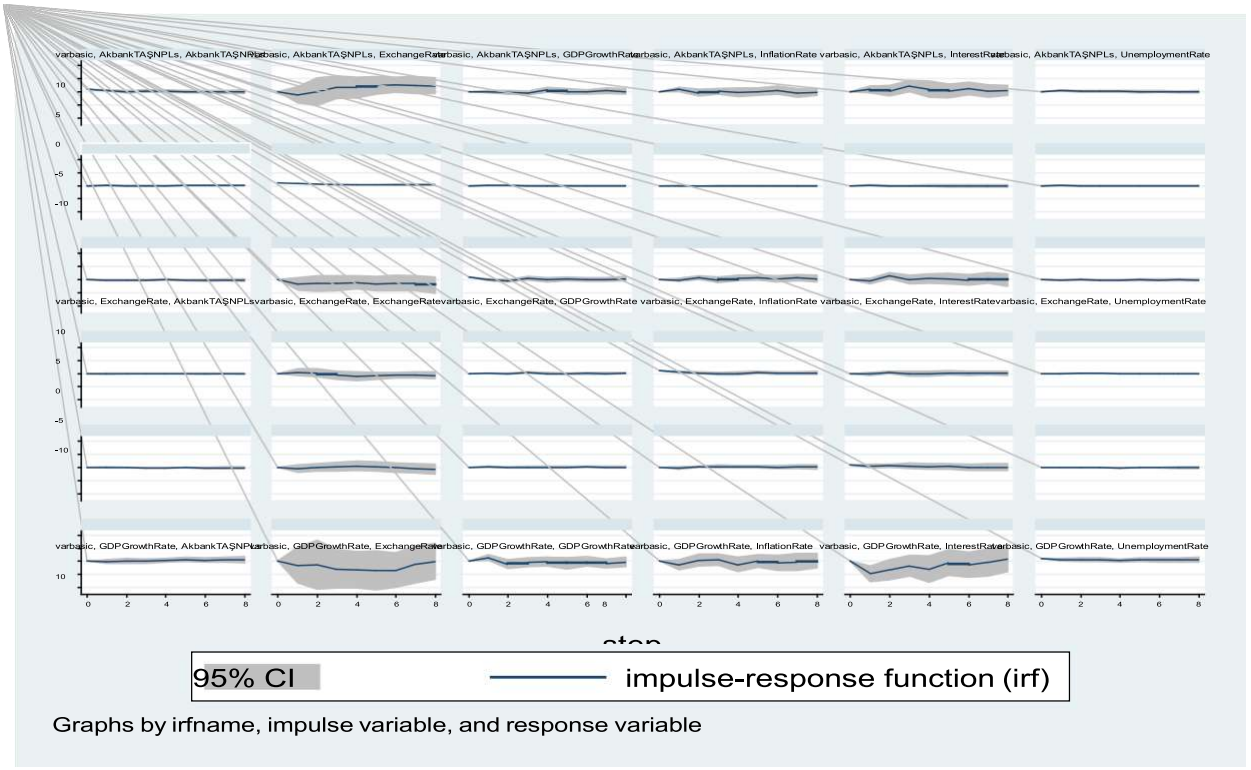
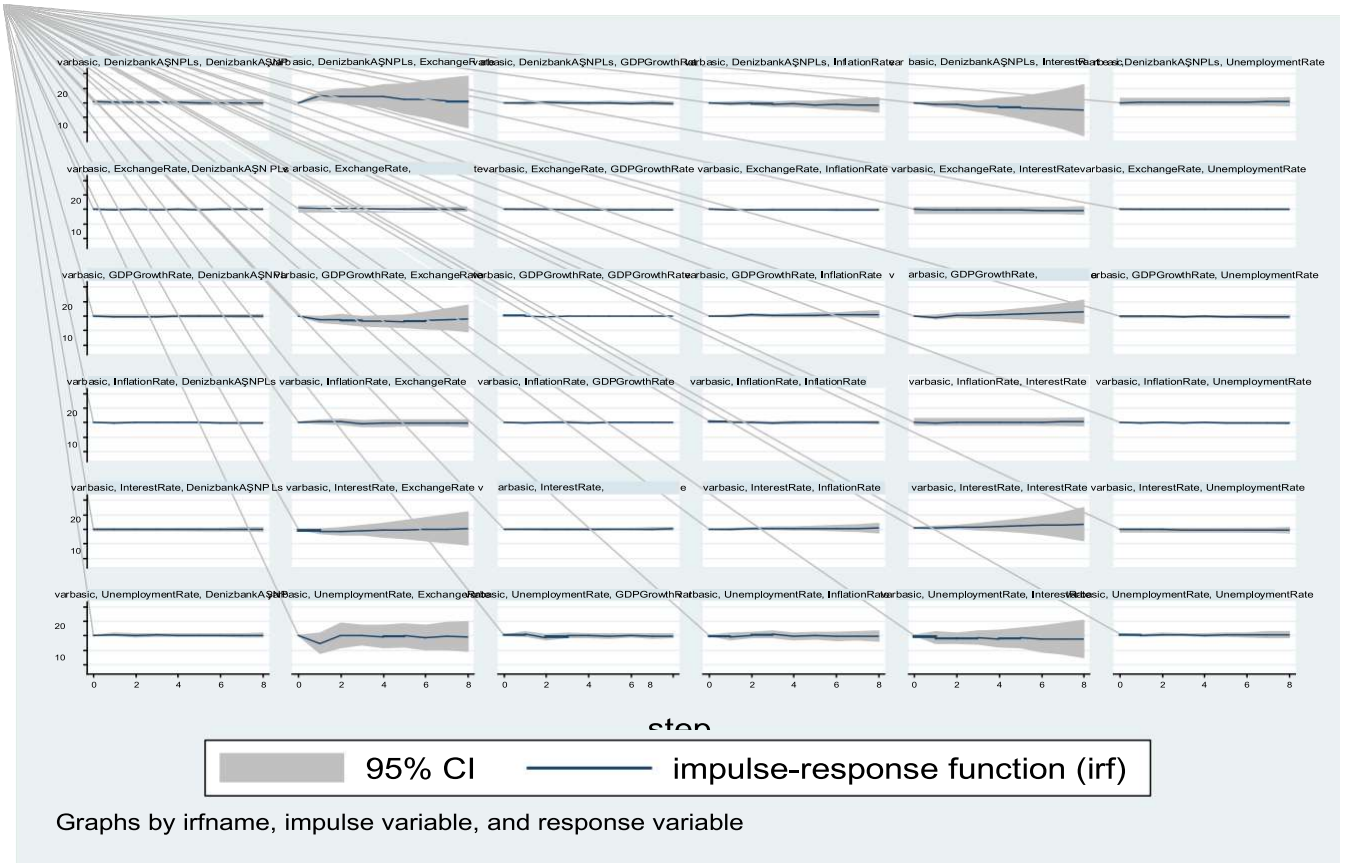


Figure 4. Impulse-Response Function for Foreign Banks



According to Impulse-Response Functions results in the graphs, it has been observed in Table 11, 12 and 13 that all dependent variables have a positive relationship with unemployment rate, growth rate and exchange rate. The given shocks to these three macroeconomic variables almost has not been changed compared to given impulses those three different banks` NPLs ratio. Besides that, the other two variables have a negative correlation with dependent variables, therefore given shock to these variables has been changed related to NPLs ratios.

Conclusion

Economic crises are becoming more frequent due to the globalization process. In today's environment where it is spreading more rapidly, in order to be affected, it is crucial to select the appropriate policy instruments to ensure the stability of macro indicators and to ensure stability of general risk management by the financial institutions. Economic development is especially important for developing countries that need external resources because their resources are insufficient in the development process; because of the political and economic stability in the media, the conditions that stability of main macroeconomic indicators is important. The fact that economic policy makers can accurately identify the relations between economic indicators makes an important contribution to achieving this stability. In this context, the direction of the relations among main macroeconomic indicators and Turkish State, Private, Foreign Banks1 NPLs ratio and the degree of influence of each other are of critical importance.

In this study, 2008:01-2018:04 period is applied relating to Turkey's State, Private, Foreign Banks` NPLs ratio and five main macroeconomic indicators. By using quarterly data on exchange rate, interest rate, inflation rate, unemployment rate and growth rate variables, the relationships between these variables were determined by VAR analysis method. The results confirm that the growth rate is a critical variable affecting other systematic factors such as exchange rate, inflation rate, growth rate and unemployment rate in the both short and long-run. However, as a result of Granger Causality Tests it is clear now that inflation rate and unemployment rate affect the NPLs ratio directly and the other variables indirectly. Our main empirical findings proved that there is also long run relationship exists between macroeconomic indicators and nonperforming loans of three types of Turkish Banks. As Johansen co-integration test confirms there is long-run trend, similarly pair-wise bi variety co-integration also shows long run relationship among nonperforming loans with inflation and unemployment rate. Weak short- run relations are confirmed between non-performing loan ratio with interest rate and growth rate by Vector Error Correction Model. The Granger Test has been used to predispose the relationship and that relationship direction.

Impulse - Response Functions have also supported these results. Based on the results of the Impulse-Response Function results, all NPLs ratios have a decisive relationship with unemployment rate, growth rate and exchange rate. The given shocks to these three macroeconomic variables almost has not been changed compared to given impulses those three different banks` NPLs ratio. Besides that, inflation rate and interest rate have a negative correlation with NPLs ratio, therefore given shock to these variables has been changed related to NPLs ratios. The Impulse-Response Functions made in order to determine whether these five

variables can be used as a policy tool in order to learn how created shock in one variable impacts bad loans of banks.

Domestic savings capacity of countries emerging economies such as Turkey because of the undeveloped developments to the extent that growth dynamics of emerging countries as Turkey, they go to borrowing from the outside world for the financing of the development process. As such countries were included in the economic and political high risk group; they had to implement a high interest rate policy to attract the required capital accumulation to the country. The speculative nature of the capital entering the country in the high interest environment applied has transformed any possible economic or political congestion into destruction for the country's economy as a result of the shift in the source of financing from the non-productive areas of the country, which did not affect the financing of development to the desired extent.

This topic can be extended and modelled in advanced level in the future. In order to predict the dynamics of systematic variables VAR models can be applied as well as the other time-series models. Gross and Net Non-Performing loans ratio can be written and examined related to other financial dimensions. Some governmental organizations, financial institutions can also use these kinds of research papers, especially the ones that used practical methods in order to get true results and also to organize and manage their assets and risks more efficiently. As the results of this research, it is clear that in the financial crisis period all variables have downward sloping, it means Turkish banks` non-performing loans ratio increased during this period and The Johansen co-integration analysis also confirmed this by investigating the short and long-run dynamics of five main macroeconomic indicators correlation with NPLs ratios. In the future, interest rate and exchange rate risk seem to have undesirable results again but by using all sources and manage their risks more efficiently Turkish financial institutions could be avoid from such dangers.

References

1. Ahmad, N., and Ariff, M. (2007), "Multi-country study of bank credit risk determinants", *International Journal of Banking and Finance* , Vol.5 No. 2, pp. 135–152.
2. Adebola, S., Wan, Y., Dahalan, J. (2011), "An ARDL approach to the determinants of non-performing loans in Islamic banking system in Malaysia". *Kuwait Chapter Arab. J. Business Management Review*, Vol.1 No. 2, pp. 20–30.
3. Alves, I. (2005), "Sectoral fragility factors and dynamics" *Bank for International Settlements,* Retrieved from http://www.bis.org/publ/bppdf/bispap22w.pdf.
4. Aver, B. (2008), "An empirical analysis of credit risk factors of the Slovenian banking system", *Managing Global Transitions*, Vol. 6 No. 3, pp. 317–334.
5. Beck, R., Jakubik, P., Piloiu, A. (2015), "Key determinants of non-performing loans: new evidence from a global sample", *Open Economics Review*, Vol. 26, pp. 525–550.
6. Bikker, J.A., and Hu, H. (2012), "Cyclical Patterns in Profits, Provisioning and Lending of Banks and Procyclicality of the New Basel Capital Requirements". *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, Vol. 55 No. 221, pp. 143-175.
7. Bohachova, O. (2008), "The impact of macroeconomic factors on risks in the banking sector: a cross-country empirical assessment", *IAW Discussion Papers*, pp. 44.
8. Castren, O., Dees, S., Zaher, F. (2008), "Global macro-financial shocks and expected default frequencies in the euro area", *European Central Bank,* Retrieved from http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp875.pdf.
9. Deaton, A, (2015), "Franco Modigliani And The Life Cycle Theory Of Consumption", *Paper Presented At The Convegno Internationale Franco Modigliani*, Academia Nazionale Dei Lincei, Rome.
10. De, B., R, Demyanets, A. (2012), "Bank Asset Quality in Emerging Markets:Determinants and Spillover", *IMF Working Paper* , Vol. 12 No. 71.
11. Distinguin, I., Rous, P., Tarazi, A, (2006), "Market dicipline and the use of market data to predict bank financial distress", *Journal of Financial Services Research*, Vol. 30 No. 2, pp. 151-176.
12. Espinoza, R., Prasad, A, (2010), "Non-performing Loans in the GCC Banking System and their macroeconomic effect", *IMF Working Paper*, Vol.10 No. 224.
13. Fainstein, G., Novikov, I, (2011), "The comparative analysis of credit risk determinants in the banking sector of the

Baltic States", *Tallinn University of Technology*, Estonia.

14. Festic, M., Kavkler, A., Repina, S, (2011), "The macroeconomic sources of systemic risk in the banking sectors of five new EU member states", *Journal of Banking and Finance*, Vol. 35, pp. 310–322.
15. Günaydın, İhsan (2004), "Vergi – Harcama Tartışması: Türkiye Örneği", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5 (2) pp. 163-181.
16. Güngör, G, (2012), "Bankaların kurumsal kredi portföyü ve kredi riskinin ölçümü (Corporate Credit Portfolio of Banks and Measurement of Credit Risk"). *(Unpublished dissertation).* Central Bank of the Republic of Turkey, Turkey.
17. Haryono, Y., Mohd, N., Hamat, M, (2016), "Factors Affecting Credit Risk in Indonesian Islamic Banks", *Journal of Islamic Finance*, Vol. 5 No. 1, pp. 12–25.
18. Jakubík, P., (2007), "Macroeconomic environment and credit risk", *Czech Journal of Economics and Finance*, Vol. 57 No. 2, pp. 60–78.
19. Jimenez, G., Saurina, J, (2016), "Credit Cycles, Credit Risk And Prudential Regulation", *International Journal Of Central Banking*, Vol. 2 No. 2, pp. 65- 98.
20. Kattai, R, (2010), "Credit risk model for the Estonian banking Sector", *Bank of Estonia Working Papers*, Vol. 1.
21. Keating, John W. (2012), "Postwar Business Cycles in a Natural Rate Model," . "Identifying VAR Models under Rational Expectations," *Journal of Monetary Economics* , pp. 453-76.
22. Nikolaidou, E., Vogiazas, D, (2014), "Credit risk determinants for the Bulgarian banking system", *Int. Adv. Econ. Res.* Vol. 20, No. 1, pp. 87–102.
23. Nkusu, M, (2011), "Non-performing Loans and macro-financial Vulnerabilities in Advanced Economies", *IMF Working Paper* Vol. 11, No. 161. pp. 48-63.
24. Louzis, Dimitrios., P, Vouldis., Angelos, T., Metaxas, L, (2012). "Macroeconomic and bank specific determinants of non-performing loans in Greece: A comparative study of mortgage, business and consumer loan portfolios", *Journal of Banking & Finance*, Vol. 36, No. 4, pp. 1012-1027.
25. Rinaldi, L., Sanchis A, (2006), "Household debt sustainability: What explains household non-performing loans?", *European Central Bank*, Retrieved from http://www.ecb.int/pub/pdf/scpwps/ecbwp570.pdf.
26. Salas, V., Saurina, J, (2012), "Credit risk in two institutional regimes: Spanish commercial and savings banks", *Journal of* Financial *Services Research*, Vol. 22, No. 3, pp. 203–224.
27. Salih. B, Ferdi. K (2010), "The relationship of budget & current deficit as a macroeconomic variable: The case of emerging markets" , *Journal of Financial Services Research*, Vol. 15, No. 4, pp. 145-189.
28. Simons, D., Rolwes, D, (2008), "Macroeconomic default modelling and stress testing" , *Bank for International Settlements*, Retrieved from http://www.bis.org/bcbs/events/ rtf08simonsrolwes.pdf.
29. Thiagarajan, S., Ayyappan, S., and Ramachandran, A, (2011), "Credit Risk Determinants Of Public And Private Sector Banks In India", *European Journal Of Economics, Finance And Administrative Sciences*, Vol. 34, pp. 147-154.
30. Doğan, U., Mehmet, M., (2008), "Turkiye ekonomisinde vektor otoregresif model ile enflasyon - buyume iliskisinin analizi", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi",* Vol. 4, No. 8, pp. 55

Shareholders Wealth Maximization: Objective of Financial Management Revisited

Güllü Bayramova

gulbayramova97@gmail.com

Summary

Just a few years ago, only a limited circle of financial analysts and top managers of companies clearly imagined what "company value" is, how it is determined and how this category can be used to find optimal solutions for company management. However, the process of integrating our economy into the global market system not only takes place in the purely material sphere, but also affects the system of our corporate thinking, as a result of which an increasing number of companies are managed using cost estimates of the proposed development strategies.

The main goal of financial management in this case is to maximize the welfare of the owners of the enterprise in the current and future period. This goal receives concrete expression in ensuring the maximization of the market value of the enterprise, which realizes the ultimate financial interests of its owners.

As the economic situation of our country stabilizes, the most important factor for the successful development of domestic companies in the long term is the presence of a fundamental goal of business development, corresponding to the changed situation and the construction of an effective management system aimed at achieving this goal.

The experience of developed countries shows that the only goal that ensures the long-term and sustainable prosperity of the company is to maximize the value of the company (i.e., the wealth of shareholders).

Keywords: shareholders, maximization, management, investment, market value

Introduction

The subject of control, i.e. decision makers are the financial directorate and specialists of its departments, financial managers. The main goal of management entities is to increase the financial stability and competitiveness of the enterprise through the mechanism of formation and efficient use of profit. A feature of financial management entities is the presence of increased requirements for the education and qualifications of managers, knowledge of financial management tools.

The factors that influence decision-making in the field of financial management include the following:

- specialization (field of activity) of the enterprise;
- legal form of the enterprise;
- political and legal environment;
- the presence of communication channels with counterparties;
- availability and types of sources of financing;
- level of organizational and methodological support for financial management;
- the availability of qualified personnel;
- relationships with tax authorities, etc.

Financial management solutions and their features. In the process of his activities, the financial manager has to make managerial decisions in the field of:

- forecasting financial conditions (operations);
- financial planning;
- cash flow regulation;

- accounting of costs and results of production, investment and financial activities;
- analysis and assessment of the effectiveness of the use and investment of capital;
- control over the expenditure and receipt of funds at all stages of the value chain (Pandey, 2005: 136).

As examples of decisions in the field of financial management, a decision can be made on raising borrowed funds, on approving a financial plan, and on paying a supplier's bill. The following features of financial decisions can be distinguished:

- a high degree of responsibility of the decision maker, since such decisions directly affect the sphere of cash turnover.
- the ability to express decisions quantitatively (in monetary terms). For example, it was decided to take a loan in the amount of 50,000 rubles;
- significant impact on the final result of the enterprise;
- the need to take into account their legal legality;
- target setting - increasing competitiveness through the formation and efficient use of profits.
- the need for documentation;
- good soundness (decisions should not be intuitive);
- automation capability;
- the particular importance of time limits;
- the importance of the state of the political and legal environment.

Methods of making financial decisions. The main decision-making methods in the field of financial activity:

Shareholders' Investment Structure

The main motive for any commercial activity is to make a profit, if this goal is short-term or long-term, so business owners are those who invest projects without knowing whether they will make a profit or go down. The same applies to the Corporation, the shareholders are the real owners, they are investors, they invest in the Corporation because they are the true owners of the business they make decisions about, and the Manager makes those decisions, if the decisions they make become bad, their business will suffer, if the appropriate decisions are made, their business will thrive.

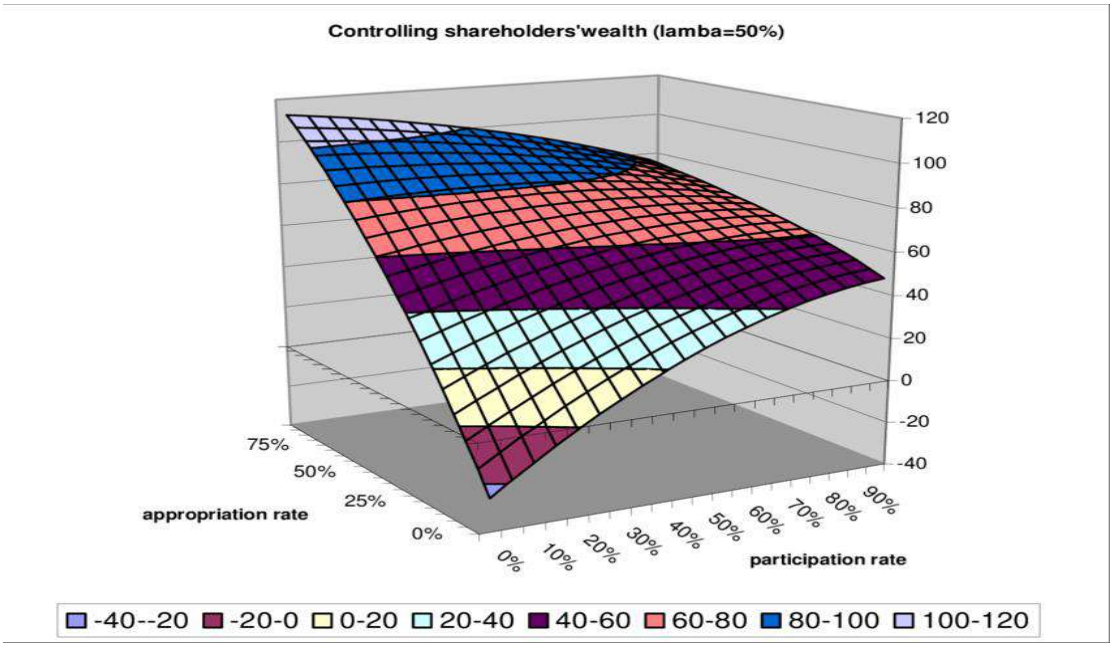
In theory, maximizing shareholder wealth is expected to affect shareholder investment, as it is believed that greater wealth maximization can motivate investors to invest more in the business. Accounting, Finance, and management scholars have identified basically two proxies as measures to maximize shareholder welfare: the market price per share and the dividend per share. This study suggests another, including earnings per share, since it is generally assumed that companies can only pay dividends from earnings.

The wealth of shareholders is represented in the market value of the organization's shares, which in turn depends on the organization's investments (long-term and short-term) and other, mostly long-term, such as financing decisions and dividend payments. The decision on dividends is one of the most important decisions affecting performance and achievement of goals (Tuoyo, 2017). The decision to pay dividends determines the amount of the dividend payable per share for the reporting period. A dividend per share refers to the distribution of income from a company to its shareholders in proportion to each unit of ordinary shares outstanding over a certain period of time. The amount of dividends paid

by shareholders depends on profit, liquidity, financial deficit, availability of investment opportunities and regulations. Thus, the company determines its dividend policy in accordance with these factors. Paying dividends is an obvious factor in maximizing shareholder welfare, as some investors may prefer to direct their funds to a company that pays regular dividends. According to Tarver (2015), the goal of a financial Manager is to determine the amount of dividends that will increase the value of the firm. Dayananda (2002) argued that the goal of maximizing shareholder welfare reflects the amount of time and risk associated with future cash flows that shareholders expect to receive in the future. Proxy factors for maximizing shareholder welfare identified in this study are: earnings per share, dividend per share, market price per share, and liquidity. Earnings per share is a variant of return that measures the performance of managers in relation to the use of a shareholder's investment in a company.

Modern financial theory is based on the assumption that the sole purpose of a business should be to maximize the market value of a share or the welfare of shareholders. The wealth of shareholders is expressed by the ratio; SW (wealth of shareholders) = n x MV (number of shares held x market value per share). It is clear from the expression that, given the number of shares held, the welfare of shareholders can be maximized by maximizing the market value per share. Therefore, with this goal in mind, every business decision should ultimately lead to maximizing the market value of the stock. In accordance with the criterion of maximizing the welfare of shareholders (SWM), a commercial organization should only implement projects whose net present value (NPV) is positive, that is, the current value of cash inflows should be greater than the current value of cash outflows. Consequently, SWM is often translated as maximizing the net present value (NPV) of the course of action for shareholders. Projected net cash flows; EBDAT (Earnings before depreciation and after tax) is converted to their respective present value by discounting them with the appropriate discount rate (K). According to modern Finance theory, the best discount rate for a firm's cash flows is the cost of capital (K). the Alternative cost of capital (K) is the rate of return on an alternative investment with equivalent risk, or the rate of return for the next best alternative investment. Expected cash flows from risky investments are discounted at a higher rate, and flows from safer investments are discounted at a lower rate. Projects or investments whose NPV is positive are recommended because they increase the market value of the shares, hence increase the welfare of shareholders, while investments with a negative NPV reduce the welfare of shareholders and therefore should be rejected. The firm will be indifferent to projects with zero NPV, as they keep the wealth of shareholders unchanged.

Figure 1: Shareholder's wealth lamba



Source: Controlling shareholders' wealth in relation to the participation rate and the appropriation rate (certainty equivalent wealth, EC, see equation (); participation rate α from 0% to 95%; appropriation rate s from 0% to 95%; ratio of debt over the firm value, λ:50%; V E :100; economic return, r E :0,15; cost of debt, i:0,05; standard deviation of economic return, σ E :0,10; financial leverage risk premium, Π:0,02; cost of equity capital of an unlevered firm, r:0,07; cost

Further, in accordance with the SWM criterion, in all financial decisions; investments, financing and dividends, the risk ratio must be optimized (a trade-off between risk and return), i.e. maximizing profit while minimizing risk, as shown in figure II. For example, new or innovative investments can bring a firm higher than average returns, but they also expose the firm to higher risk, while safer investments can only bring the firm average returns, while reducing risk. Therefore, the financial Manager must ensure maximum return on investment while minimizing risk. If a firm uses financial leverage to Finance its investment, it can maintain its control and minimize the total cost of capital by having a lower cost of debt and tax protection, but at the same time it is exposed to greater financial risk. Financial risk in this case is created because the obligations of borrowers or creditors are legitimate. Creditors have priority claims to the firm's income and assets. If their demands for the payment of interest or principal payments are not met, they can force the firm to liquidate its assets. Equity financing, on the other hand, does not expose the firm to financial risk, since shareholders will not liquidate the firm because of their residual income and asset requirements and because of their priority business ownership requirements. But due to the high cost and the associated tax burden, equity financing increases the total cost of capital of the firm.

In addition, it erodes the ownership of the business concern. Taking into account the risk and return associated with making a financing decision, here the Manager must ensure an optimal capital structure, that is, the best combination of debt and equity, which minimizes the total cost of capital and maximizes the market value of shares.

Finally, in a short-term investment or liquidity or working capital management decision, there is also a trade-off between risk and return. Here, this trade-off is expressed in terms of the ratio between liquidity and profitability. If a business maintains a higher level of liquidity, i.e. increases the level of

cash and cash equivalents, it will be able to meet its obligations in a timely manner, thereby reducing the risk, but it will lose profitable opportunities due to the increase in available funds. Now, if the level of liquidity decreases, funds will be mobilized from savings to investments, which will increase the profitability of the concern, but due to a decrease in the level of cash and cash equivalents, the firm is exposed to a higher degree of risk. Therefore, there is a gap between liquidity and profitability in terms of risk and return, which needs to be optimized in terms of the optimal level of cash and cash equivalents.

Figure 2: Profit maximization and maximization of shareholder wealth

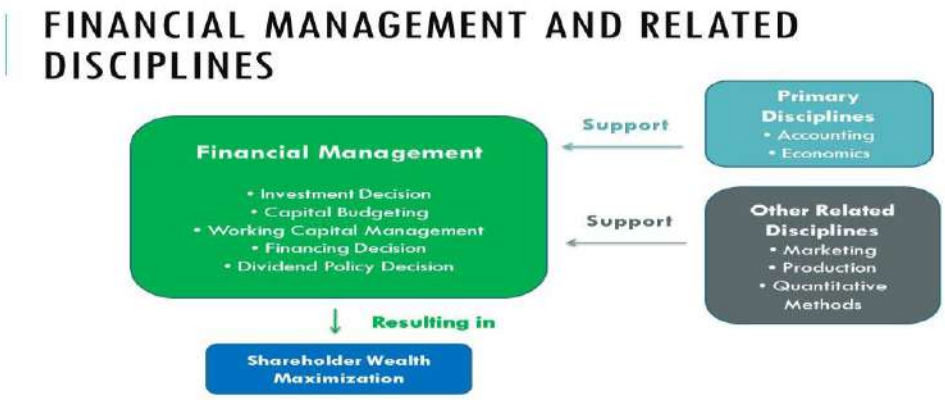
Source: Profit maximization**.**

Although the efficiency of this criterion remains unchallenged, yet it does not find the application as expected. This is primarily due to the complexity in its understanding and calculations and also carries time and cost constraints. Further due to the availability of convenient alternative approaches like profit maximization, the use and significance of this approach is undermined (Khan, 2017).

Career Opportunities Directions

The finance profession offers a number of exciting career opportunities. As illustrated in the organization chart in Figure 1.3, the corporate finance function encompasses a wide range of activities involved with acquisition and expenditure of the firm's resources. In addition to careers in corporate finance, opportunities are available in the financial services sector. The financial services sector includes such businesses as commercial banks, securities brokers, investment banks, mutual funds, pension funds, real estate companies, and insurance companies. Detailed job responsibilities and duties are shown in Figure 1.5 for selected positions in the field of finance. These positions span the spectrum from entry-level jobs to leadership roles in corporate finance and financial services. One should keep in mind that organizational structures differ significantly among various companies and that the specific responsibilities and duties for a given position may vary considerably among companies.

Figure 3: Impact of Other Disciplines on Financial Management



Source: N. Abbasov (2011)

How can managers influence the amount, timing, and risk of cash flows that a firm is expected to generate to maximize shareholder welfare? Many factors ultimately affect the size, timing, and risk of a firm's cash flows and, consequently, its share price. Some of these factors are related to external economic conditions and are largely beyond the direct control of managers. Other factors can be directly controlled by managers. Figure 1.1 illustrates the factors that affect stock prices. The top panel lists some factors in the economic environment that affect managers ' strategic decision - making. Although factors in the economic environment are largely beyond the direct control of managers, managers should be aware of how these factors influence policy decisions under management's control. In this context, it is useful to consider the concept of competitive strategy, originally developed by Michael E. Porter and further developed by Alfred Rappaport.17, 18 porter and Rappaport recommend that managers formulate an overall competitive strategy by analyzing five competitive forces that can affect the industry. The structure and thus may, in turn, ultimately affect the market share prices of individual companies in a particular industry. Five competitive forces: 1. Threat of new participants. 2. The threat of replacing products. 3. Market power of buyers. 4. Market power of suppliers. 5. Competition between existing competitors. By making policy decisions using this competitive base, Managers can create value for shareholders. Accordingly, this book focuses on making financial decisions that can improve the volume, timing, or risk profile of a firm's cash flow, resulting in increased shareholder wealth and value. Financial managers are responsible not only for measuring value, but also for creating value. The next section defines the concept of cash flows and explains why cash flows are an important source of value in Finance.

Figure 4: Factors Affecting Stock Prices

Source: Khan, Z. A. (2016), p.29.

Financial managers are primarily involved in the collection of funds (cash) for use by the company and investing these funds in assets that can be converted into a cash flow received by the company and its owners. If the current value of the cash flow generated by the assets of the firm exceeds the value of these assets, then the investments made by the firm increase its value. When financial managers perform this basic function of acquiring funds and direct investments of these funds into projects to maximize value, they must balance the risk (variability) and the timing of the expected cash flow with the value of the expected profit. The process of generating cash flow for a firm is shown in Fig. 4. A firm can raise funds by issuing various types of financial securities, including both debt and equity. 19 financial decisions such as these are summarized on the side of liabilities and equity of the owners of the balance sheet. In addition to the sale of securities, a firm can raise funds by borrowing it from a lender, such as a commercial bank. Funds can also be raised by creating internal cash flow. Internal cash flows include cash received from operating activities and cash received from the sale of assets. Once the funds are available, you must decide to invest them in one or more assets. The acquisition of the best long-term assets is crucial, since after their acquisition, long-term assets have an impact on the firm for a long time. Long-term assets can be sold if necessary, but sometimes only with a substantial loss. Current assets or working capital, such as cash, receivables and inventories, are held for operational purposes and, as a rule, do not bring any clear profit. If the balance of current assets is kept too high, the wealth of the shareholders is sacrificed due to the opportunity cost of the funds, that is, the profitability that could be obtained if these funds were invested in another place. On the other hand, if the balance of current assets is too low, the risk of the company increases as it may encounter difficulties in meeting its current financial obligations. In addition, low working capital balances of assets (especially inventories and receivables) can prevent the company from responding promptly and favorably to the needs of potential customers.

Method

The theoretical and methodological foundation was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows considering all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Analysis

Thus by optimizing the risk and return relationship in all financial decisions viz. investment (short term and long term), financing and dividend, a firm would be able to maximize the market value of its shares and hence maximizes the shareholders' wealth. This is the operating logic and backbone of Shareholders Wealth Maximization.

Results

There is no doubt that financial reporting plays a major role in communication between investors and corporate. Independently audited and presenting fair view of financial statements is the main source of getting information on the companies. For this point of view following those principles in accounting which considers shareholder value management are of primary interest. The quality reporting of the business provides the opportunity to consolidate the information in performing the financial calculations which are relevant to reporting and planning processes. In the words of SEC commissioner Glassman (2003) "Let me first tell that to the matter of the improving financial disclosure….. the good news is that the better the disclosure it will reward a company shareholder value and on a macroeconomic level, lead to more efficient market."

It is conceivable that those companies which will produce quality disclosures can perform better on the performance front and shareholder value objective. Study by Lundholm (1996) showed that better disclosures can lead to the greater agreement among the investors about companies prospects, returns and finally to its value. This simple model shows the relationship among enterprise directors, auditors and shareholders and flow of information among these.

References

1. Abbasov A.B. (2011), "Business Administration and Management", Economic University, Baku, 464 p.
2. Anthony R. N. (2009), "The trouble with profit maximization", Harvard Business Review, 38(6), Boston, 27 p.
3. Anthony, R. N. (1960). The trouble with profit maximization. Harvard Business Review, 38(6), 127-134.
4. Azerbaijan economy (2010), Informative and analytical bulletin, Center for Economic Research, Baku, 491 p
5. Babayev M., "Ways of effective use of economic potential of joint-stock companies", News of ANAS, Science and Innovation Series, No. 4, Baku, 2012, p. 122
6. Bocharov V.V, Leontiev V.E. (2002), "Corporate Finance", Peter Publishing House, Saint Petersburg, 544 p.
7. Carlos C. (2000), "Financial Management", 4th edition, Juta Publishers, Durban, 143 p.
8. Christoffersen S, Geczy C, Musto D, Reed A. (2007), "Vote Trading and Information Aggregation", Journal of Finance, 62 (6), London, 302 p.
9. Gupta Shasi, K., & Sharma, R. K. Financial Management Theory and Practice. Kalyani publication,.
10. International Journal of Research in Finance and Marketing,7 (6), 217-219.
11. Khan, Z. A. (2017). Profit Maximization as an objective of a firm: A Robust Perspective.
12. NS Tung, V Kamboj, A Bhardwaj, "Unit commitment dynamics-an introduction", International Journal of Computer Science & Information Technology Research Excellence, Volume 2, Issue 1, Pages 70-74, 2012.
13. Zingales L. (2014), "The value of the voting right: a study of the Milan stock exchange experience", Review of Financial Studies, Chicago, 148 p
14. Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2008). Fundamentals of financial management. Pearson Education
15. Kind A, Poltera M. (2013), "The value of corporate voting rights embedded in option prices", Journal of Corporate Finance N22, Netherlands, 341 p.

Use of Derivatives in corporate finance management

Narmin Chakal

chnarmin97@mail.ru

Abstract

The article notes that the need for financing by business entities is especially relevant in the current economic conditions. The theoretical aspects of company financing are considered, financial instruments of the securities market are analyzed from the position of effectively providing them with the needs of firms. A mechanism is proposed for the use of derivatives, which provides issuers with "long" money and guarantees investors the safety and liquidity of investments with minimal risk.Risk hedging is the minimization of the financial risks of a company, based on the management of secondary financial instruments (derivatives). Using these mechanisms allows you to: reduce the influence of environmental factors on the company, thereby increasing the accuracy of financial forecasts; limit the risks of the company from fluctuations in prices, exchange rates and interest in the future; minimize possible losses from incorrect forecasting or losses from factors that you cannot control: natural disasters, productivity, politics, macroeconomics; concentrate energy on effective business management, reducing uncertainty; release liquid cash that would be inactive as insurance amounts. But for such a list of obvious advantages you will have to pay by reducing the possible profit if market fluctuations in the future turn out to be positive. Hedging is very similar to classic insurance, with the only difference being that you pay an insurance premium under an insurance contract, and we are not talking about the amount of your profit. In hedging, you have the ability to control the size of the hedged risk and the profit potential.

Key words: Financial, Risk, Heding

Introduction

The relevance of this article is due to the fact that, despite the active growth in the volume of transactions in the derivatives market, the market indicators lag behind their foreign counterparts and so far, do not allow competing with large world exchange conglomerates. Due to the instability of the ruble, trading volumes on the organized derivatives market have increased significantly over the past two years, and futures for a couple of dollars have become the most traded instrument in the world. All this necessitates even more work on improving the market.

Today, the derivatives market is experiencing a new stage in its development. New, more sophisticated instruments appear on the market, for example, in the segment of commodity derivative financial instruments, the composition of market participants expands, including through the revitalization of companies in the real sector. In accordance with the “Strategy for the Development of the Financial Market for the Period until 2020”, special attention should be paid to the development of the market for derivative financial instruments, since they allow limiting the risks involved in transactions with various assets in the financial markets. Today, the derivatives market already has practical experience in conducting exchange transactions using derivatives.

Method

In the course of this work, general scientific and special research methods were used, such as statistical analysis, synthesis, generalization method, comparison method, correlation analysis.

Analysis

Hedging can be expensive. It should be assessed whether the game is worth the candle. You need to understand that the goal of a hedge is to minimize risks, specifically losses. You may needlessly pay for an option premium or donate part of the profit due to losses on a hedging position. This is the price paid to reduce uncertainty.

Compared to insurance, hedging is a more complex technique with a less guaranteed outcome. The prices of the instruments used may carry additional risks, which will lead to unequal movements, given the standardization of many derivatives. Futures contracts need to be replaced periodically due to expiration. And these are only the main factors. Forwards can be more flexible and varied than futures but bear the risk of a counterparty. The first attempts to insure trade operations (transactions) arose even at the beginning of trade relations. For example, in the Middle Ages, merchants, trying to insure themselves against crop failure, drew up contracts in which certain conditions were stipulated.

The OTC market, on the other hand, offers a wide range of funds (risk swaps, swap options, etc.) for risk management, which are significantly more flexible than traditional stock derivatives. In the table. 1 shows the main advantages and disadvantages of exchange and over-the-counter hedging instruments.

Table. 1. Advantages and disadvantages of hedging instruments

Stock instruments	**OTC Instruments**
Advantages 1. High market liquidity (a position can be opened and liquidated at any time). 2. High reliability - the Counterparty of the Exchange acts as a counterparty for each transaction. 3. Relatively low transaction overhead. 4. Accessibility - with the help of telecommunications, trading on most exchanges can be conducted from anywhere in the world.	1. To the maximum extent take into account the requirements of a particular client on the type of product, lot size and delivery conditions. 2. Contracts may be drawn up for longer periods. 3. There are no daily requirements for additional cash security. 4. There are no position limits and restrictions on market share. 5. Increased privacy.
Disadvantages 1. Very stringent restrictions on the type of goods, lot sizes, conditions and delivery time. 2. Requirements for additional cash collateral are set daily after the quotation price is established. 3. Most exchange-traded instruments are liquid in a limited time range (up to the next few months).	1. Low liquidity - the termination of a previously concluded transaction involves, as a rule, significant material costs. 2. Relatively high overhead. 3. Significant restrictions on the minimum batch size. 4. The difficulty of finding a counterparty. 5. In the case of direct transactions between the seller and the buyer, there is a risk that the parties will not fulfill their obligations.

Source. Polteva T. V. (2016), p.20

Hedging costs are relatively small compared to the losses that may arise when a hedge is refused. For example, to cover the risk of depreciation of the ruble against the dollar, a Azerbaijan company needed

to temporarily divert $ 4-6 million from business operations. But this amount seemed too large to the company's managers. As a result, losses amounted to $ 250-300 million.A hedging strategy is a collection of specific hedging instruments and how to use them to reduce price risks. All hedging strategies are based on the parallel movement of the current price in the real market ("spot") and the futures price, the result of which is the ability to compensate for losses in the derivatives market incurred in the real market.

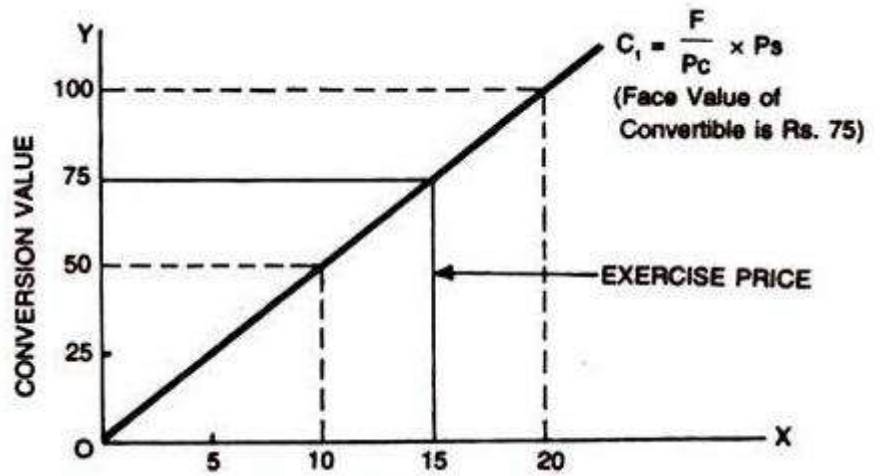
There are two main types of hedging — the buyer's hedge (long hedge) and the seller's hedge (short hedge).A buyer's hedge is used in cases when an entrepreneur plans to buy a shipment of goods in the future and seeks to reduce the risk associated with a possible increase in its price. The seller's hedge is used in the opposite situation, that is, if necessary, to limit the risks associated with a possible reduction in the price of the goods.

The main type of risk inherent in hedging is the risk associated with the non-parallel movement of the price of the real asset and the corresponding derivatives (in other words, with the variability of the basis). Basic risk is present due to the slightly different effect of the law of supply and demand in the cash and derivatives markets. The prices of the real and derivatives markets cannot differ too much, because there are arbitrage opportunities that, thanks to the high liquidity of the derivatives market, are almost immediately nullified, however, some basic risk always remains.(Anisimova Y. A., & Ayupov A. A., 2012).

Warrants and convertible bonds

The cost of the convertible bond and the transformation esteem of the bond are related by the condition C1 F/Pc × Ps, where, F is the central esteem of the Convertible Bond Pc change cost into value. Ps Showcase cost of value. Up to Rs. 15, the work out cost or the change cost is the same as the advertise cost. In this way, Pc = Ps; at that point C1= F, at that point the esteem convertible bond is the same as the advertise price. If Ps is more prominent than Pc, that's , in case showcase cost is more than change cost, than C1 is more prominent than F. In the event that Pc > Ps, that's , on the off chance that transformation cost of 15 is more than the showcase cost (say Rs. 10), at that point the C, < F.In the graph below, conversion value is shown on the Y-axis and price of equity share is represented on the X-axis:

Picture 1. Price of equity share



Source: Makshanova T. V., Kovalenko O. G, p.350

In case the cost of value within the showcase is Rs. 20, at that point the transformation esteem is Rs. 100 as against the confront esteem of Rs. 75. Amid the primary three a long time, when transformation has not gotten to be exercisable, it is as great as obligation but the change esteem of the convertible bond will go up and down over the confront esteem of Rs. 75 and after that, it depends on the advertise cost of value for 5 value shares. Suppose the change parcel of the Bond is Rs. 75 and the non-conversable bond is Rs. 25; but it is conceivable that add up to bond esteem is Rs. 125, as against confront esteem of bond of Rs. 100. The change esteem of convertible debenture sets the least showcase cost of the convertible bond. In the event that real showcase cost is higher, at that point arbitrageurs work and purchase value offers and brief offer the convertible bond. In the event that the real advertise cost of the bond is less than its esteem as value, the Arbitrageurs will buy the bond and offer brief the value and the offers afterward acquired through the bond would cover the short sale of equity.

To allow an case, the convertible bond may be offering at Rs. 60, when the value based cost is Rs. 75 based on Rs. 15 as work out cost for 5 value offers, at that point arbitrageurs will purchase the convertible bond at Rs. 60 and work out the alternative to urge 5 value offers at Rs. 15. The brief position taken by the buyer will be secured by transformation choice in which he makes a benefit of Rs. 15.

The supply and request components work to decide the cost of the conver¬tible bond, but is essentially subordinate on the transformation esteem of the convertible bond. Ordinarily the convertible has moreover a obligation component, specifically, Rs. 25 and thus its genuine cost will be Rs. 60 + 25 = Rs. 85 and at the work out cost of Rs. 15, the bondholder gets Rs. 75 + 25 = 100. At that point the change bond cites at a premium over its confront esteem, in the event that the change esteem of the bond is less than the showcase cost of comparing value shares.

Role of Interest Rate

Part of investment rate. As views the convertible bond, the coupon rate advertised on it may be by bring down over the business rate advertised around non-convertible securities from claiming similar development.

The motivation behind may be that such securities are cited at An premium because of the quality included motivation taking after from the change office. The quality from claiming security Concerning illustration debt, will be more level over that of the convertible bond which incorporates mostly value part What's more mostly debt part. Since interest paid ahead convertible debenture will be fixed, the worth from claiming this bond varies conversely for investment rate. Those higher will be those enthusiasm rate, for coupon rate settled toward say 12 ½ %, those easier may be the worth of the convertible bond, for those same level about hazard Furthermore development. The advertise operators might purchase all the convertible bond on accomplish the higher yield, though its value will be easier over that floor. Those operators can't drive down those value whatever All the more past the floor value of the non-convertible debt, regardless of the worth of the equity under which the convertible parcel will be will be changed over were with decrease. The reason will be that toward those carpet perspective the entire bond quality is approached Similarly as equivalent to debt which sets those floor, Anyhow toward the top level, those limit may be situated Eventually Tom's perusing

those business value of equity Also transformation worth of the convertible bond in addition to those face esteem of the non-convertible part of the convertible bond. There is consequently protection at those floor level At for good fortune about pick up the upper wind of the security value. (Kurilova An. A. , 2016).

Graphical portrayal. A warrant alternately convertible debenture or devotion coupon which provides for a good should a future equity may be like non-voting share, Assuming that transformation is inside 18 months on account for convertible debentures and 3 quite some time or lesquerella on account warrants, devotion coupons, and so on. , separable or not. Costs of warrants would at risk of the base Moreover most prominent breaking points. The reason is that at the floor point the entire Bond esteem is treated as rise to to obligation which sets the floor, but at the top level, the restrain is set by the advertise cost of value and transformation esteem of the convertible bond furthermore the confront esteem of the non-convertible parcel of the convertible bond. There's hence protections at the floor level but with opportunity of pick up the upper conclusion of the bond cost.(Kurilova A. A., 2016).

Graphical Depiction

A warrant or convertible debenture or devotion coupon which gives a right to a future value is like non-voting share, on the off chance that change is inside 18 months within the case of convertible debentures and 3 years or less within the case warrants, devotion coupons, etc., separable or not. Prices of warrants are subject to the least and greatest limits.

Condition	*Minimum Value*
$P_M > P_c =$	$(P_M - P_c) \times N$
$P_M < P_c =$	0

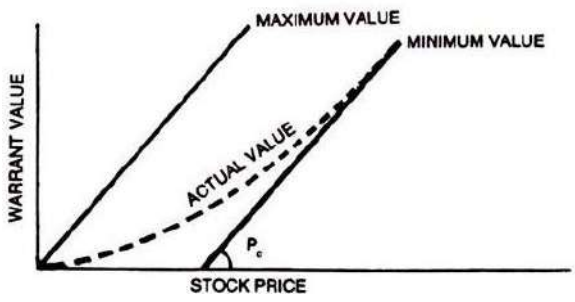
PM = Current market price

Pc = Exercise price of warrant

N = Number of common shares per warrant

Least esteem of warrant is zero, on the off chance that advertise cost is less than or break even with to the work out cost. The most extreme esteem is Pm x N. The talk expect that there's a advertise for the warrants and they are separable. The least work out cost may be the book esteem or something based on inborn esteem of the share. The most extreme cost is the advertise cost.This is shown graphically below. The actual value lies along the dotted line in between the minimum and maximum values

Picture 2. Sloppe of Pe depends on the nmber of shares exchanged



Source: Makshanova T. V., Kovalenko O. G. (2013), p.350

Convertible bond is expected to be tradeable and contains a showcase esteem. So is the case with convertible inclination offers. It has both venture esteem and change esteem. Speculation esteem (straight esteem) is based on the ytm in regard of a bond and profit on favored stock, in regard of Convertible Inclination Share. Speculation esteem is the confront esteem for bonds; which is the least payable to bondholders. The speculation esteem of CPS is V = D/γ where D is profit for favored stock, and γ is the current abdicate or appropriate discount rate. For Bonds, we take ytm, rather than γ, for straight esteem. The change esteem will alter with the showcase cost. On the off chance that the bond can be traded for 20 offers, and showcase cost of each is 55, at that point the change esteem = 55 × 20 = Rs. 1,100.

Investment value = Rs. 1,000

Market Stock price = Rs. 55 and

Market Bond price Rs. 1,200.

Picture 3. Graphically, the values and market premium for a convertible bond are shown below:

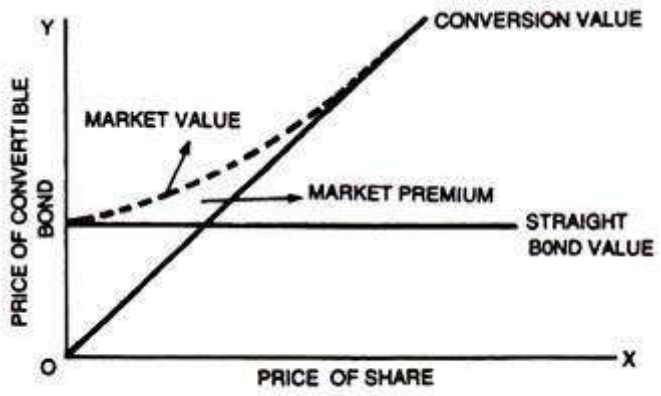


Fig. 3

Source: Polteva T. V. (2016), s.20

i. Premium over conversion value is = Bond Price – Conversion Value/ Conversion Value

ii. Premium over Investment value is = Bond Price – Investment Value / Bond Price

iii. Conversion parity price of stock = Bond Price/ No. of Shares on Conversion

Examples:

Premium over conversion value-

$$\text{Rs. } \frac{1{,}200-1{,}100}{1{,}100} = \frac{100}{1{,}100} = 9.09\%$$

This suggests that the stock must rise by about 9.09% for the breakeven point to be reached.

If stock price is 55, then-

Rs. 55 + .0909 (55) = Rs. 60

Conversion parity of the stock is also the same, namely-

$$= \frac{1,200}{20} = \text{Rs. } 60$$

Premium over Investment value is calculated as-

$$\frac{1,200-1,000}{1,200} = 16.67$$

This implies that bond can drop in cost by 16.67%, in the event that the stock cost fell and this gives floor cost of bond. Assume the stock cost fell to Rs. 40. The transformation esteem is Rs. 40 × 20 = Rs. 800 but the bond floor cost may stay at Rs. 1,000. In the exchanging of convertibles, one must see into the current yields on stock and bonds. Assume the basic stock is offering at Rs. 55 and yearly profit is Rs. 1.65, thencurrent abdicate on stock =1.65 × 100/55 = 3%. Intrigued on Bond is 6% and the current cost of bond is Rs. 1,200. current abdicate on Bond = 60 × 100/1200 = 5% If the current surrender on bond is higher than on stock, why do individuals purchase convertibles? The bond will drop to Rs. 1,000 as it were and not to Rs. 800 [as 40 x 20 is Rs. 800] indeed when the stock falls to Rs. 40. Which implies there's a descending security for bondholder in capital losses.

For the technique of vital sum the bond is ideal; whereas the stock can drop to any degree, but not the bond. Other than, a convertible offers both the points of interest of obligation and proprietorship. Be that as it may, on the off chance that there's a capital appreciation the equity stock provides distant better;a much better;a higher;a stronger;an improved">a much better scope for appreciation than for bond.(Kandinskaya, O. A., 2015) It will in this way be seen that the financial specialist inclinations or the portfolio targets are the direct for a choice to contribute in Common Stock, bond or a convertible bond. In periods of falling costs, bonds and convertible bonds, and in times of rising costs value or convertible bond will be chosen depending upon the desires of intrigued rates and showcase prices.

Conclusion

Despite the costs associated with hedging and the many difficulties that a company may encounter when developing and implementing a hedging strategy, its role in ensuring sustainable development is quite large:

- a significant reduction in price risk associated with the procurement of raw materials and the supply of finished products;
- hedging frees up the company's resources and helps management personnel focus on the main aspects of the business, minimizing risks, and also increases capital, reducing the cost of using funds and stabilizing revenues;
- the hedge does not overlap with ordinary business operations and allows you to provide ongoing protection without the need to change the stock policy or enter into long-term forward contracts;
- in many cases, a hedge makes it easier to attract credit: banks account for hedged collateral at a higher rate; the same applies to contracts for the supply of finished products.

Thus, in world practice, the use of various financial hedging instruments has long become an integral part of the economic activities of major companies.

References

1. Anisimova Y. A., & Ayupov A. A (2012). Hedging models of financial risks in electric energy markets / Science Vector of Togliatti State University. -- No. 3, 111–115.
2. Kandinskaya, O. A. (2015). Market of Derivative Contracts for Individual Shares Abroad // Corporate Finance Management. No. 3, 10-11.
3. Kurilova A. A.,.(2016). Hedging of currency and commodity risks using options by enterprises of the automotive industry // Audit and financial analysis, No. 2, 132–137
4. Makshanova T. V., & Kovalenko O. G. (2013). Derivative securities and financial instruments: essence and possibilities of application, Vector Science, Togliatti State University, No. 3, 348–352.
5. Polteva T. V. (2016). Hedging and arbitration in the market of depositary receipts / T. V. Polteva // Azimuth of Scientific Research: Economics and Management. - No. 3, 19–22.

Asset Management in Financial Institutes: Performance Evaluation

Shukufa Imranli

shuku_imranli@mail.ru

Abstract

The relevance of the topic under study is that if the analysis of passive operations is an analysis of the bank's resources, then the analysis of active ones is an analysis of the direction of use of these resources: for what purposes, in what volume, for how long and to whom they are provided. Thus, the effective operation of a commercial bank depends largely on the management of existing resources, that is, assets.To ensure the survival of the enterprise in modern conditions, the managerial staff must, first of all, be able to really assess the financial condition of both their company and existing potential competitors. Financial condition is the most important characteristic of the economic activity of an enterprise.The main goal of the thesis is a theoretical study of the assets and active operations of commercial banks and the practical use of scientific methods for analyzing the assets of a particular commercial bank. To ensure the survival of the enterprise in modern conditions, the managerial staff must, first of all, be able to really assess the financial condition of both their company and existing potential competitors. Financial condition is the most important characteristic of the economic activity of an enterprise.The main goal of the thesis is a theoretical study of the assets and active operations of commercial banks and the practical use of scientific methods for analyzing the assets of a particular commercial bank.

Key words: Bank, Financial, Commercial

Introduction

Working capital management is the most extensive part of financial management operations. This is due to the large number of elements of their internal material - material and financial composition requiring individualization of management; high dynamics of transformation of their types, a priority role in ensuring solvency, profitability and other target results of the operating activities of the enterprise. Current assets include; stocks of raw materials, materials and semi-finished products, stocks of finished products, current receivables, cash assets and other current assets.

Financial managers and asset liability management committees in banks use traditional approaches to risk analysis of changes in interest rates in long-term planning and resource markets. The objective of asset and liability management is to minimize the impact of changes in interest rates on economic growth and decline. Different indicators are used to describe assets and liabilities, which are calculated on the basis of the balance sheet and show the entity's stability. In this case, the management method is to convert some assets or liabilities to others, such as short-term interbank loans to government securities. Some financial institutions are developing resource portfolio modeling techniques to assess the risk of fluctuations in global markets. Other market risk modeling systems can measure the risk level of various instruments by examining interest-free interest rates (such as exchange rates), country factors, and other factors. However, in many cases the change of risk assessment systems at market prices is inseparable, making it difficult to manage risk.

In relation to the balance sheet of a bank, liquidity means the ability of assets to turn into cash. A bank is considered liquid if the amounts of its cash and other liquid assets, as well as the ability to quickly raise funds from other sources, are sufficient for timely repayment of debt and financial obligations. Assets of a commercial bank are placed in the balance sheet in descending order of liquidity, i.e. the possibilities of their cash conversion for making payments. The ability to timely and fully fulfill the obligations of a commercial bank depends on its liquid assets. Asset liquidity is the ability of an asset

to be transformed without loss into cash to pay off related liabilities. Bank liabilities consist of real and contingent. Actual liabilities are reflected in the bank's balance sheet in the form of demand deposits, term deposits, interbank loans, creditors' funds. Contingent liabilities are expressed by off-balance sheet passive instruments (guarantees and sureties issued by the bank) and off-balance sheet active operations (unused credit lines and issued letters of credit) (Golubev S. A. 2016: p.102).

The level of liquid assets in Azerbaijan banks averages from 10 to 20% of assets. Average indicators of the level of liquid assets are quite stable, although the values for large regional banks are declining and remain below the rest.The different approaches of the Central Bank of the Azerbaijan Republic, independent experts and analytical departments of the banks themselves to the analysis of financial condition are explained by different targets, using different assessment methods, and, accordingly, a set of indicators characterizing them.

The Bank carries out work to determine the state of banks, which is based on official reporting and established economic standards for credit institutions. When analyzing the standards, it is revealed how much the values indicated in the financial statements correspond to the true financial condition of the bank. In addition, the Central Bank has developed recommendations for determining criteria for the degree of bank problem. The first category includes financially stable commercial banks, and the second one includes problem banks.

To develop a comprehensive methodology that allows evaluating the functioning of Azerbaijan banks with a sufficient degree of reliability and taking into account the largest number of indicators, it is necessary to conduct analytical work to study the characteristics of banks, the laws of their development, as well as the experience of foreign commercial banks.

Fixed assets consist of securities, real estates and special cost values. Items such as safes, office machines, furniture and vehicles purchased by banks and used for more than one year are classified as securities. Buildings, land, land and real estates purchased by the Bank for use are included in this account group. Fixed assets, in other words tangible assets are classified as follows:

- Land and plots
- Buildings
- Flooring and fixtures
- Vehicles
- Reserve tangible assets
- Ongoing investments (Bratko A. G.2016: p.59).

Revaluation increases are recognized as liabilities to both groups. Expenditures made to expand the leased real estates and increase their economic value are also accounted as special cost in this group. Depreciation expenses related to these fixed assets are recorded as credited to accumulated depreciation accounts which are a regulatory account of fixed assets. Fixed assets are offset with these accounts.

Method

In the course of this work, general scientific and special research methods were used, such as statistical analysis, synthesis, generalization method, comparison method, correlation analysis.

The methodological basis of the study was the principles of dialectical logic: the unity of historical

and logical, unity and differences in form and content, the principle of contradiction, which determines the development of the sphere of credit relations; principles of economic theory, including neoclassical, institutional areas; quantitative methods were used, as well as grouping methods, comparative and statistical analysis.

Analysis

Assets not included in any classification constitute the group of other assets. Prepaid taxes, CBRT special accounts, prepaid expenses and temporary debtor accounts are included in this group. Receivables from the sale of associates, subsidiaries and joint ventures, sale of real estate and other assets are also included in this group.

Table 1: Items on the Active Side of the Bank X Balance Sheet

X BANK	----------	----------
CASH VALUES	7055807	17804032
BANKS	68464041	140717048
The central bank	9057243	24840931
Other banks	59406798	115876117
Domestic Banks	9285709	30675397
Foreign Banks	50121089	85200720
SECURITIES WALLET	21278591	169168522
Government Domestic Debt Securities	11795002	77198150
Stocks	2885	17636
Other Securities	2945756	91952736
LOANS	206019720	592185824
Short term	205483202	588223539
Medium and Long Term	536518	3962285
NON-FOLLOWING RECEIVABLES (NET)	0	0
Receivables in Administrative Proceedings	32151	34155
Allocated Provision (-)	32151	34155
Legal Non-Performing Receivables (Net)	0	0
Legal Receivables	1278467	4690698

Allocated Provision (-)	1278467	4690698
INTEREST AND INCOME ACCRUALS. AND REACTIONS	19053002	98448987
Loans	7911282	20233176
Securities	9140783	70589156
Other	2000937	7626655
FINANCIAL LEASING RECEIVABLES	0	0
DEPOSIT PROVISIONS	16057566	29421540
LEGAL RESERVES STATE BONDS	3146481	6683507
MISCELLANEOUS RECEIVABLES	541646	634091
AFFILIATES (NET)	885977	1285283
Financial Subsidiaries	258807	531254
Non-Financial Subsidiaries	627170	754029
SUBSIDIARIES (NET)	8405686	21542736
Financial Partnerships	6324079	12055164
Non-Financial Partnerships	2081607	9487572
ASSOCIATED SECURITIES (NET)	27511629	51763237
Stocks	261170	542974
Other Securities	27250459	51220263
FIXED VALUES (NET)	19484536	43921819
Book Value	24188573	53810681
Accumulated depreciation (-)	4704037	9888862
OTHER ASSETS	4559555	19126780
TOTAL ASSETS	402464237	1192703406

Source: Gegechkori E.T., Chaadaev A.V.(2018), p.196

Deposit is the main resource for banks. Deposits can also be considered as a foreign resource for the bank. Because the real and legal persons' money is taken from them for a period of time in return for interest commitment. Deposits are the deposits that are withdrawn on condition that they are withdrawn after a certain period of time or after a certain period of time or after the deposit, provided that they

are given back to the public in a certain term or when requested to keep or use them from the public. Deposits can be national currency and foreign exchange, as well as futures or demand deposits.

Another type of deposit on the balance sheet is savings deposits, official deposits, commercial institutions deposits, banks deposits and foreign exchange deposits. According to the Banking Law, deposits belonging to general and annexed budget agencies and institutions, local administrations and social insurance institutions are included in the official deposit classification. While deposits of real persons are classified as commercial deposits, deposits between banks and the central bank are subject to the bank deposits. (Lycheva I.M., Tsupko O.M., 2017, 192).

Equity: is calculated by deducting the values deducted from the capital from the total capital and contribution capital of the banks. This term covers both the capital that was initially or subsequently put into the bank by the partners and the resources provided by the retaining of profits within the bank.

Shareholders' equity consists of paid-in capital, reserves, reserves for possible losses, revaluation funds, valuation differences and losses. Sub-items of this account are:

- Capital Account: An account showing the nominal capital of banks. The capital determined in the establishment of the Bank according to financial needs is called nominal capital. Nominal capital represents the maximum capital amount. There may be a difference between the amount shown under the capital account and the amounts actually invested by the shareholders in the bank. In other words, there are cases where the nominal capital is not paid in full. The nominal capital can be paid within a period of several accounting periods after the establishment of banks. The capital accounts that are not paid immediately in the organization are shown in the Unpaid Capital account under the Equity account.

- Unpaid Capital Account: An account in which the capital committed by the partners is recorded; the difference between capital and unpaid capital constitutes paid-in capital. The outstanding capital account is a value corrective account; regulates the nominal capital account on the liabilities side of the balance sheet.

- Reserves: This is the portion of the profit obtained which is not retained within the Bank. It is divided into statutory reserves and optional reserves. The Reserve Funds is a passive account in which the reserve funds allocated from the annual profit are recorded. Discretionary reserves are the reserves that are set aside by the decision of the General Assembly after the separation of legal reserves from profit after annual tax. Accumulated losses are deducted from this account.

- Revaluation Fund: It is corrective of equity. It is a passive account in which the increase in the net book value of fixed assets subject to revaluation is recorded. Similarly, the increase in assets arising from the revaluation of associates and subsidiaries by bonus shares is recorded in the same account group. In addition, the increase in the cost value in the sale of securities and real estates at the rate of revaluation, resulting from this, the tax excluded from the scope of profit, cost increase fund is credited to account. This account is included in the revaluation account group. (Mamaev A.A., 2017, 147).

- Valuation Differences: The positive difference that arises as a result of the market value of the securities and associates exceeds the cost value is credited to the securities increase account and credited to this account.

- Loss: Represents the portion of the bank's total expenses that could not be covered by the revenues obtained in that period. Previous year loss and period loss of banks are recorded in this account.(Bryantseva T.A. & Melikhova D.N 2017: p.103)

It is a liability account which shows the profit of the period after deducting tax provision from pre-tax profit of the Bank from its operations in a balance sheet period. When performing the balance sheet analysis, the profit account should be transferred to the taxes payable, reserves, possible loss provisions and profits to be distributed.

While capital is the first line of liabilities, profit is the last line of liabilities. The profit is disclosed to the public in the form of two sub-items in the balance sheet: transfer from last year ’and‘balance sheet profit ’. The profit remaining in the bank after all the distributions is recorded under ’retained earnings’ account. However, since dev transfer from last year is included in the capital, it is not seen clearly.

Table 2: Items on the Liabilities of Bank X Balance Sheet

X BANK	----------	----------
DEPOSIT	194573861	514690449
Savings Deposit	20726570	35507194
Deposit Certificate	87406	480
Official Institutions Deposit	337539	606835
Deposits of Commercial Organizations	13152526	33110731
Other Institutions Deposit	2205799	5992996
Bank Deposits	20767748	127601777
Foreign Exchange Deposit Account	137234721	310174528
Gold Warehouse Accounts	61552	1695908
INTERBANK MONEY MARKET	-	-
LOANS RECEIVED	111170301	394910046
Central Bank Loans	1388	-
Other Loans Received	111168913	394910046
Domestic Banks and Institutions	7010802	76520619
From Abroad Banking Institutions and Funds	104158111	318389427
Subordinated Loans	-	-
FUNDS	-	-

SECURITIES ISSUED (NET)	23701440	95040974
bonds	-	-
Asset Backed Securities	125944	129613
Bonds	23575496	94911361
INTEREST AND EXPENSES REDISCOUNTS	5247877	24078036
Deposits	3654008	12152972
Borrowings	1266023	5705898
Other	327846	6219166
FINANCIAL LEASING PAYABLES (NET)	0	0
TAX DUTIES AND PREMIUM PAYABLE	969951	2717258
IMPORT TRANSFER ORDERS	407002	2759423
MISCELLANEOUS LIABILITIES	6532432	9209419
PROVISIONS	3810311	2324283
Provision for Severance Pay	606115	1218205
Other Provisions Other Provisions	57597	1106078
OTHER LIABILITIES	7321360	18895714
EQUITY	29156262	67871717
Paid-in capital	18000000	40000000
Nominal Capital	18000000	40000000
Trading capital(-)	-	-
Reserves	3214710	6099477
Provision for Potential Losses (Ban. Kan. 32/1)	872066	1848488
Revaluation Funds	6959159	19627351
Valuation Differences	110327	296401
Gain	19573440	60206087
Profit	19573440	60206087

Previous Year Profits	-	-
TOTAL LIABILITY	402464237	1192703406

Source: Gegechkori E.T., Chaadaev A.V.(2018), p.196

Off-balance sheet transactions are transactions that affect the bank through profit and loss account without directly taking part in the balance sheet. The off-balance sheet accounts are kept in pairs and are included in the same amounts on both the asset and the liability side of the balance sheet.

Table 3: Off Balance Sheet Items of Bank X Balance Sheet

X BANK	----------	----------
OFF-BALANCE SHEET LIABILITIES	415547075	1627979454
Warranty and Guarantees	203077326	627218260
commitments	92237572	318389545
Foreign Currency and Interest Rate Transactions	120232177	682371649

Source: Gegechkori E.T., Chaadaev A.V.(2018), p.196

The main activity of a bank is to use the foreign resources it collects to other companies for a certain price. The name of this price is interest income. Interest income sub-group includes the following items:

- Interest from Loans: Includes interest received from all national currency and foreign currency, short, medium- and long-term loans. Interest accrued is recognized as interest in the accrual accounts, and receivables are credited to this account group. A large part of the interest income of banks is obtained from this account.

- Interest Received from Deposit Reserve Provisions: This is the account group in which the interest received from the reserve requirements of national and foreign currency deposits within the central bank is processed.

- Interest Income from Banks: It is an account where interest obtained from deposit accounts of central bank, domestic and foreign banks is processed. (Bryantseva T.A., Melikhova D.N. (2017).

- Interest received from the Interbank Money Market: The account in which the interest received against the debt given to other banks through the central bank is processed.

- Interest Received from Securities Wallet: An account specific to the recording of interest received from government domestic debt securities and other securities.

- Other Revenues: It is an account in which income items not included in any classification are recorded.

Table 4: Interest Income Items of Bank X Income Statement

X BANK	----------	----------
INTEREST INCOME	65797701	220445906
Interest on Loans	38789386	113391497
TL Interest Income	28556823	82372927
Interest Received from FX Loans	10025858	30754939
Premiums Received from Non-Performing Receivables	206705	263631
Premiums Received from KKDF	-	-
Interest Received from Reserve Provisions	31328	-
Interest From Banks	3374393	12029081
From Central Bank	73133	329858
Domestic Banks	677069	6400548
From Abroad Banks	2624191	5298675
Interbank Money Market Oper. Interest Received	44897	112219
Interest Received from Securities Portfolio	21353888	88406897
Government Domestic Debt Securities	16551330	75098552
Other Securities	4802558	13308345
Other Interest Income	2203809	6506212

Source: Gegechkori E.T., Chaadaev A.V.(2018), p.196

A bank's financial statement analysis is based on the annual report, along with information from bank management, investment experts and other additional information published by the bank.There are a number of qualitative and quantitative factors in bank analysis, which are also taken into account by independent rating agencies, whose effectiveness has increased in recent years. In general, the weight rating given to these factors varies according to the factors such as the legal structure of the country in which the financial institution under consideration, accounting practices, competition conditions.For a private bank, profitability, capital adequacy analysis, asset quality, liquidity and management structure and competition conditions are also important. For a bank with public capital, the bank's importance in the sector and its financial strength are among the priorities of the rating agency in terms of evaluation criteria. Similarly, the possibility of the Government or the Central Bank to help banks with payment difficulties is also considered.Rating institutions also review the economic and political environment of the country where the bank they are analyzing and conduct a separate risk assessment

called “Country Risk. Since political stability or instability and economic indicators affect the country rating, it is also effective in the rating of banks.In addition, the position of banks in the national and international system is taken into consideration by the rating agencies. Even the interest and payment terms of syndicated loans received from foreign banks by banks are evaluated. (Mkrtchyan D.K., 2016, 69).

Thomson Bank, one of the rating agencies, which is an expert in the world in terms of bank ratings; political and economic risks that can be considered under the country risk heading, the legal regulations of the government on the banking sector and its effect through public banks, the regulation and supervision mechanism in the banking sector, the degree of concentration and specialization in the banking system, all the risks including the operational and market risks faced by the banks.There are four steps to be taken to analyze the financial performance of a bank considering all risk factors in the banking sector. First, the purpose of the financial analysis is important. For example, an analyst working in a bank and a non-bank analyst operating in intermediary institutions will have a different approach to bank balance sheets and income statements. While a stock analyst deals with information that is closely related to the price of stocks, such as expected profits, dividends to be distributed, an analyst working in the bank's financial control department spends minutes for every detail.(Denisova D.N & Bicheva E.E., 2017).

Secondly, it is necessary to make the balance sheet of the relevant bank understandable. In other words, financial statements should be cleared of all balance sheet make-up.Third, data should be analyzed over a long period to assess trends. As a general rule, data from four to five years are sufficient for analysis. Because the balance sheets reflect the situation of only one day of a year; therefore, the balance sheets do not reflect the true face of the bank's activities.

Finally, the bank data should be compared with the banks in the group in which the bank is located. With groups, for example, they can be formed from banks of similar asset size or located in the same residential area.

Conclusion

Commercial banks play an important role in the economy, performing a number of functions, in In conclusion, I would like to note that the main problems and tasks of using economic analysis in banking were disclosed in the work: the features and organization of economic analysis of banking activities and its information support, as well as the analysis of own and borrowed funds, active operations were considered; an analysis of the implementation of economic standards of the bank and its financial results: income, expenses, profits and profitability; a number of indicators used in the analysis of banking activities; shows the role and importance of banking analysis, etc. Examination of precisely these aspects made it possible to identify the significance of economic analysis in the activities of the bank, to show how economic analysis is used in banking.

In general, in my opinion, it should be noted once again that at the present time, when Azerbaijan banks are placed at the center of emergency circumstances caused by the action of many contradictory, difficult to predict crisis processes in the economy, politics, public life, the special relevance and significance of the analysis for successful banking management is difficult to overestimate. Indeed, without a systematic analysis of banking, it is almost impossible to identify and predict changes that inevitably occur in connection with rapidly changing economic conditions.

Modern economic analysis is the basis of an objective assessment of the bank and management decisions. Without its use, the effective operation of the bank is impossible and the very existence of the bank is hardly possible.

References

1. Bratko A. G.(2016). Central Bank in the banking system of Azerbaijan. M .: Spark. –1-336
2. Bryantseva T.A. & Melikhova D.N. (2017). The problem of protecting banking systems from cyber attacks. Belgorod Economic Bulletin.. No. 2 (86). Pages. 189-191.
3. Denisova D.N & Bicheva E.E. (2017). The banking system of Azerbaijan, its structure, problems and development prospects // Scientific almanac. No. 5-1 (31), 77-82.
4. Gegechkori E.T., Chaadaev A.V.(2018). Modern problems of developing expert systems in the banking sector during the reengineering of business processes . International Journal of Applied and Fundamental Research. No. 8-2, 185-197.
5. Golubev S. A. (2016). The role of the Central Bank of the Azerbaijan Republic in the regulation of the banking system of the country. M.: Legal House "Justiceform". – 2016: 1-190

Expansion Perspectives of Record Keeping Application in the Efficient Financial Management of Farms

Abdulrahim Dadashov

ebdulrehimdadasov@gmail.com

Abstract

Existing agricultural operations are more modern and more business-oriented. In order to be successful in farming, farmers must be not only good producers, but also gaining knowledge of financial management and generally financial literacy. The ability to maintain accurate and transparent business records, establishing a self-sustaining primary and operational record keeping system, financial and production records include factors of contributing to the financial literacy of farmers. Farmers need a clear system of records, accounting and financial planning to track all activities of the farm. Agricultural producers are not interested in accounting because except land tax they are exempt from other taxes. Recent agrarian reforms in the non-oil sector in Azerbaijan have raised the issue of improving accounting and record keeping system in farms. "Improving the effectiveness of state regulation in the agricultural sector and improving the business environment" was selected as the strategic goal № 8 in the "Strategic Roadmap for the Production and Processing of Agricultural Products in the Republic of Azerbaijan", approved by the Decree dated 06.12.2016 of the President of the Republic of Azerbaijan. In order to achieve this goal, promotion measures of initial accounting in agriculture are envisaged by state.

This article explores the need to maintain accounting records of financial and production operations for the efficient financial management in the farm and the impact of farm record keeping on farm management.

Keywords: Finance, management, farm, record keeping, accounting

Introduction

Accounting is of particular importance as it provides the most comprehensive information about the past as it records the operations of the entity. In developed countries, as well as in industrial and commercial enterprises, due consideration is given to accounting in agricultural enterprises. Agricultural accounting standards for countries such as the US, Canada, Australia, New Zealand, France and England have been around for a long time. Since 2003, the application of IASs in agriculture has been applied in the European Union. As mentioned above, in accordance with the aforementioned standard, National Accountancy Standarts (MMUS 28) has been developed in Azerbaijan.

In Europe in the XVIII century various financial institutions used the initial and accounting methods. We can give example economist reseaechers related with research on agricultural accounting in European countries; England; Arthur Young, Germany; Albrecht D.Thaer, W.Hermann, D.Howard, F.Aereboe, Switzerland; Ernst Ferdinand Laur and etc (Sharma & Dubey, 2019).

Agricultural accounting develops in general terms or different from other business accounting. Because agricultural activity is very complex income-expense accounts and contents are very different. Agricultural accounting measures the income-expenses of the agricultural enterprise more accurately and enables the efficiency of the agricultural enterprise. The interest of the scientists in this matter with the agricultural accounting system started in the 1800s. Accounting of agricultural activities first emerged with the cost-based accounting system, and later analyzes were made with simpler accounting systems. With the increase of commercial activities and tax obligation in agricultural enterprises, it has

made it obligatory to switch from simple accounting system of enterprises to balance-based system.

Examining the past studies related to agricultural accounting and their purpose will be an important initiative in providing the system with the innovations that will bring more accurate results in this direction. Contribution to the development of this accounting branch, who does not know past studies on agricultural accounting, will be incomplete. Research authors who will work on agricultural accounting should be aware of the historical development of agricultural accounting studies in order to benefit from the experiences of the authors who worked before them. These old works shed light on the current situation and the future, and shape new system developments. Knowing past studies on this subject provides a better understanding of current studies.

Agricultural accounting studies in history have been handled together with the applied systems, and the opinions of the authors who have different agricultural accounting system approaches should be compared and details should be taken into consideration. When the historical development of agricultural activity accounting is analyzed, it is seen that it is an example for other European and world countries, especially in Europe, England, Germany and Switzerland (Fidan, 2018).

This article focuses on the practice of accounting for income and expenses of production activities in farms, the need for accounting in economic management and the efficiency of managing and using financial resources.

Research methods of article

Systematic literature review methods used in this article. After an extensive database search and an examination of references/citations described and analyzed in this research paper. Application perspectives of positive practices in agricultural accounting field in developed countries are summarized using analysis and synthesis methods.

The role of accounting for effective management of agricultural activities

In modern conditions, households and farms need to solve at least two important problems. On the one hand, they must meet domestic demand for the products they produce, and on the other hand, they must earn enough to meet their needs for consumer goods by selling the products they already produce in the market. As we know, in a market economy, all production entities operate on the principles of economic accounting (Fidan, 2018).

This requires an in-depth analysis of many factors that affect the formation of income - arable land, the structure of livestock, the composition of costs involved in production, factors affecting variable and fixed costs, the trend of price changes in commodity markets, etc. In order to analyze, it is necessary to have an economically justified business plan of the farm, to keep records of daily operations and related actual costs, proceeds from the sale of products, as well as all income and expenses related to economic activities in general. Without achieving these, no business entity can operate effectively (Varangis, 2019).

Private entities should plan their production and financial activities, keep cost records, analyze their activities, and investigate whether their financial results are high or low.

A budget prepared on the basis of accurate accounting information in agricultural enterprises allows for more efficient results in management.

The budget expressed in figures of the expected result is prepared in agricultural enterprises mainly as budgets of separate spheres. These budgets can inform the entrepreneur about the need for raw materials such as seeds, fertilizers, feed, medicine for each sector and the benefits they will bring. Therefore, in order to achieve the expected result, the company must establish a sound accounting system before planning. The establishment of this system provides access to accurate, detailed and comprehensive information to achieve the set goals. The information needed to prepare an enterprise plan can also be collected through approximate and statistical methods or questionnaires. However, this information may not be enough for reliable planning. Thus, predictions about the future are related to the details of some past events (Sharma & Dubey, 2019).

Historical background of farm record keeping in developed countries

In the 18th century, addition to financial accounting techniques utilized by various countries around the World, agricultural accounting with enterprise planning where production branches are considered separately was also prominent. Within that framework in order to facilitate enterprise management and to reveal annual profit-loss position, initially implemented by Arthur Young between the years of 1773-1779 in Britain. Young utilized double-entry bookkeeping system in his own enterprise. By the end of the 18th century, Albrecht D. Thaer, W. Herman Howard and Friedlich Aerobe, being impressed with Young's work, had made consequential contributions to development of agricultural accounting by implementing it in Germany (Dogan, Arslan and Koksal, 2013).

Agriculture accounting also began to be applied in the United States shortly after European countries. Andrew Boss and his colleagues highly contributed to the application of agricultural accounting in US agricultural enterprises. In 1890, an agricultural cost accounting method known as "Minnesota System" is initiated in the State of Minnesota. Development process of agricultural accounting in the United States is also contributed by Thomas Nixon Carver, Carl E. Ladd, F.W. Peck, H.C. Taylor, Roth and G.F. Warren (Dogan et., 2013).

Developed countries recognized the need for farm record keeping long time ago. Although it was known in the late 18th century, record keeping in Germany became mandatory in 1953, while its expansion occurred in the late 19th century. In 1925 France founded its first institution for record keeping, and one more after the World War II. In Italy, a simple accountancy system was introduced in 1926. 21 In Serbia, the first research on accountancy dated before the World War II, in 1921. The Faculty of Agriculture and Forestry was in charge of this research, and the first funding for it was approved in 1938. Unfortunately, the data on the research conducted until 1941 on 900 farms in 44 villages were burnt down by the German army just before the liberation of the city of Belgrade. After the World War II, in 1949 the government of the Federal National Republic of Yugoslavia (FNRY) put in charge the Institute of Agricultural Economics from Belgrade to collect data on farms. Thousands of farms were surveyed in that period, and the focus was put on taxing of farmers and the analysis of costs and prices of agricultural products. Although the obtained results were there for implementing agrarian policies and writing master and PhD thesis, this research was stopped in 1981 due to the lack of funding. In the next two decades there were no valid farm data until 2001 when implementing the "Monitoring selected registered farms" project, funded by the Ministry of Agriculture, Forestry and Water Management of the Republic of Serbia and conducted by the Institute for Science Application in Agriculture (IPN) from Belgrade, resulted in the first relevant data on family farms. That year, data on 1774 individual farms were taken into the sample. (Pejanovic, Vasiljevic,

Tomic, Ljiljanic and Radisic, 2013).

Importance of basic accounting in financial management of farmers

There is a logical connection between the financial results of economic activity and the level of profitability of the agricultural sector. When choosing a long-term strategy for managing financial resources in the agricultural sector or at the level of farm financial management, improving financial management should focus on four closely interrelated components: (1) community development in rural areas, and social capital, (2) institutions and organizations, (3) rules and regulations, (4) financial products.

Particular attention should be paid to providing reliable information for future financial management purposes at the farm level. For this reason, there is a need to promote and encourage agricultural accounting systems among farmers. In addition, research has shown that the impact of accounting on the institutional infrastructure of the economy on the improvement of traditional or innovative financial mechanisms and the correct choice of financial management tools has resulted in a positive correlation in international practice (Soliwoda, 2016).

For effective management of the economy, it is necessary to keep a record of financial and economic operations at a modern level and maintain it.

In order to increase the profitability of the farm, a mechanism should be developed to attract funds within the business plan, as well as a financial plan based on this mechanism. The financial plan is the main document for the study of operational areas of economic activity, the assessment of efficiency in each of these areas. This document reveals the lower and upper limits of income in comparison with the measures envisaged for economic activities, and on the basis of these analyzes provides financial forecasts for the future. Revenues, receivables and payables, the degree of risk should be taken into account when choosing the activities of the economy. Rather, the farmer needs to know exactly how much the proposed measure will bring in profit, whether he will be able to repay the loan on time, and whether he will be able to take the risk by starting the business. To find answers to these questions, the head of the farm must draw up a general and incomplete budget of the farm, a financial estimate of the cash flow available. The overall financial budget of the farm and the estimate of net income (forecast profit or loss) are based on a number of indicators (Cothren & Gryder, 2015).

A farm record is a document (in most cases a book) that is used to record various actions, events, materials, etc., relating to farm operations. Farm records differ from farm accounts in the sense that farm accounts deal only with the financial aspects of all farm operations. Farm accounts primarily relate to farm expenses and revenues and help the farmer figure out how his business works (Olawale, 2018).

In order to correctly determine the priorities of economic activity and the structure of production, the head of the farm first determines which of the products grown in the region has the greatest profitability, and in the perspective of exporting farmers the price difference in the country of export, transportation costs, export risks, legal and also explores political aspects. For this purpose, it compiles technological maps for individual main products and calculates the cost per 1 hectare of land. Clarifies domestic and foreign market prices (for exporting farmers) of the main products grown in the region. Thus, the economic and production efficiency of the head of the farm is studied through the actual yield per hectare for individual crops, the cost of production per hectare and the unit price of the

product.

In the course of economic activity, profitability (profit-to-cost ratio) and financial efficiency (solvency of expenses, debts and other liabilities, frequency of turnover of profits and cash, level of risks and profitability) are measured for these selected products (Sharma & Dubey, 2019).

Basic accounting of agricultural operations means the classification and registration of financial and cash flows, production costs and farm income in agricultural activities. Proper on-farm financial and production activity records help farmers analyze their farm activities and make adjustments to make them more efficient (eg, more efficient use of fertilizers and pesticides), thus increasing farm profits.

Preliminary records are mainly related to the income and expenses of the farm. They may include information on product sales, operating expenses, purchase of machinery and equipment, debt obligations, receivables, inventories, depreciation accounting, credit balance and selling prices.

The purposes of basic accounting in agriculture can be given as follows:

-Estimation of actual costs for agricultural products;

-Determining the selling prices of agricultural products;

-Fair and balanced distribution of dividends among business partners after profit and loss statement;

-Assistance to farmers and enterprises in assessing the tax base;

-Monitoring of current financial and physical aspects of agricultural enterprises;

-Monitoring the movement of agricultural products in terms of quantity and value;

-Analysis of production costs, taking rational precautionary measures;

-Assistance to agricultural enterprises and individual entrepreneurship in budget planning for the future;

-Facilitate the exchange of information during leasing operations;

-Providing information to high-level government agencies on agricultural, income and pricing policy;

-Establishment of state support and improved subsidy mechanism for agricultural producers;

-Providing information on agricultural enterprises to financial institutions (investors and lenders) providing loans for agriculture;

-Assistance to employees in determining salaries, education, training and research services (Soliwoda, 2016).

In the field of agricultural production, basic accounting records cover items related to the product that are the production resource and the production result. In international practice (mainly in Western Europe), the most advanced primary records are made with the following sections in mind:

-The size of the farm area (each area is set aside or planted);

-Sowing history records in the field (area of cultivated plants, rehabilitated soil and used plant protection products);

-Internal procurement (production resources) records (registration of pesticides or fertilizers, seeds,

seedlings, product names and orders indicating suppliers)

-Records of farm operations include planting, harvesting, application of fertilizers or pesticides, soil management experience, explanation of plant health or disease problems, monitoring of plant and animal diseases, crop, storage, equipment supply parameters, climatic conditions, etc. data are recorded. Within the transaction records, indicate which product is used, location (area), etc. should show.

-Sales records (type and quantity of products sold - must include invoice date, buyer's name, product, sales amount and prices) (Soliwoda, 2016).

Challenges of record keeping in agriculture

Agricultural producers have different characteristics from producers operating in other profiles. These features alone lead to differences in the field of primary accounting among agricultural producers, which in turn has led to various difficulties in the accounting process. The difficulties faced by agricultural producers in keeping records are listed below:

a) Differences in agricultural enterprises and farm sizes;

b) Dependence of economic activity on seasonality and natural-climatic conditions;

c) Existence of multidisciplinary economic activities in agriculture;

d) Most of the income from agricultural investments falls on future periods;

e) Confusion in distinguishing between fixed and current assets in agriculture (FBC Centre, 2017).

Making farm record keeping mandatory will not necessarily solve the problems of rural depopulation; improve the farm ownership structure, solve the problem of farmers' lack of trust, etc. This measure, however, would certainly help in diminishing production costs, making more appropriate decisions on investments in more profitable and sustainable production, and making agricultural production more specialized (Pejanovic et., 2013).
In 2019, 2697 trainings were conducted for 29781 farmers in order to keep proper records in the Electronic Agriculture Information System established by the Ministry of Agriculture of Azerbaijan Republic (agro.gov.az).

Results and recommendations

As it is known, basic accounting in the field of agriculture is one of the forms of accounting. All agricultural producers use financial, cost and management accounting information. In this context, financial accounting is required during the registration of financial transactions in the agricultural production process.

Estimation of production costs incurred in planting and cultivating agricultural products requires farm managers to use the financial statements or information obtained during the initial cost accounting for decision-making practices, which is part of farm management accounting.

The advantages of correct and efficient primary accounting in farms are listed below:

a) Measurement efficiency and development;

b) Easier preparation of reports for the year;

c) Identify the strengths and weaknesses of the farm;

d) Assistance in managing changes and growth rates in agribusiness activities;

e) Forecast future productivity;

f) Help control costs and minimize the tax burden;

g) Facilitate informing employees and creditors about the current status of receivables and payables;

h) Simplify the process of obtaining a loan or selling a business activity;

i) Facilitate the distribution of profits from economic assets among shareholders (dividends);

j) Clear information on profits and losses for business partners.

Literature

1. Cothren J., Gryder J. (2015). Why is good record keeping important to successful farm management? NC A&T University Cooperative Extension.
2. Dogan Z., Arslan S., Koksal A. (2013). Historical development of agricultural accounting and difficulties encountered in the implementation of agricultural accounting. International Journal of Food and Agricultural Economics, Vol. 1 №2, 105-114.
3. FBC Centre. Importance of keeping good records for agricultural business. (2017).
4. Fidan H. (2018). Historical development of work in farm accounting system. Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, 04(01), 8-15.
5. J.Olawale. (2018). Types of farm records and their uses.
6. Pejanovic R., Vasiljevic Z., Tomic V., Ljiljanic N., Radisic R. (2013). Problems in record keeping of production and economic results of family farms in the Republic of Serbia. IV International Symposium Agrosym, 1181-1186.
7. Sharma J.K., Dubey P.K. (2019). A need of farm records and accounting in agriculture sector. International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities, Vol 4, №5, 155-158.
8. Soliwoda M. (2016). How to improve a farm financial management? The lesson from Poland. European Rural Development Network, 13, 149-159.
9. Strategic Roadmap for the Production and Processing of Agricultural Products in the Republic of Azerbaijan. 2016.
10. Varangis P. (2019). Agriculture finance & Agriculture insurance. IRBD, The World Bank.

Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Davranışsal Önyargıların İncelenmesi – Aşırı güven faktörü

Aygül Guluzade

khalilova.aygul@gmail.com

Özet

Ekonomi ve finans bilimi uzun yıllar yatırımcı davranışı üzerine pek çok teori geliştirmiştir. Bu teorilerde insanların rasyonel birer varlık olduğu düşüncesi yaygın bir inanıştır. Ancak her insan bireyseldir ve aynı koşullara sahip olsalar da farklı düşünce yapılarından dolayı aynı kararları vermeleri beklenemez. Bu bağlamda, geleneksel teoriler yetersiz kalmış ve yerini davranışsal finansa vermeye başlamıştır. Davranışsal finans, bireysel yatırımcıların finansal karar verme konusunda rasyonel davranmadıklarını ve kişinin yatırım kararlarında farklı faktörlerin etkisinde kaldıklarını savunmaktadır. Davranışsal finans, yatırım alanındaki katkıları göz önüne alındığında dikkat çeken ve nispeten yeni bir alandır. Finansın bu alanı, finansal karar verme psikolojisini inceler. Duyguların yatırım kararlarını etkilediği malumdur. Endüstrideki insanlar genellikle borsaları yönlendirmede hırs ve korkunun oynadığı rol hakkında konuşurlar. Davranışsal finans psikolojik araştırmaların kavramlarını ve öngörülerini finansal karar alma süreçlerine uygular. Davranışsal finans alanında yapılan çalışmalar uluslararası literatürde üssel hızla artmaktadır. Bu araştırmalar genellikle bireysel yatırımcıların finansal kararlarındaki eğilimleri belirlemeye ve yatırım tercihini etkileyen değişkenleri test etmeye yöneliktir. Ancak ülkemizde davranışsal finansın kavramsal çerçevesini inceleyen ve yatırımcıların finansal kararlarındaki eğilimleri değerlendiren çalışmaların eksikliği görülmektedir. Bu çalışma ülke literatüründeki ilgili eksikliği gidermek için finansın genel kavramlarından hareketle, neoklasik ve davranışsal finansın değerlendirilerek karşılaştırılmasına dayanır. Yatırımcıların irrasyonelliği, araştırmacılar tarafından defalarca vurgulanan kaçınılmaz bir gerçektir (Statman, 2008). Bu nedenle, bu makale, finansal karar vermede davranışsal önyargıların rolünü değerlendirmek için yapılan bir çalışmadır. Çalışmada finansal piyasaların belirsizliği ve öngörülemezliği göz önünde bulundurularak yatırımcıların günlük olarak uğraştığı risk altında karar verme önerilerine yer verilmektedir.

Anahtar kelimeler: Yatırımcı, Davranışsal Finans, Finansal Kararlar, Davranışsal Önyargı

Giriş

Finans biliminde kabul gören iki yaklaşım bulunmaktadır. Geçtiğimiz elli yılda belirlenmiş finans teorisi, yatırımcıların finansal kararlar vermekte çok az zorluk yaşadıklarını ve çok bilgili, dikkatli ve tutarlı olduklarını varsaymıştır. Bu, geleneksel finans adlandırılmaktadır. Geleneksel finans teorileri, yatırımcıların bilginin onlara nasıl sunulduğu ile ilgili belirsizlik yaşamadığını ve duyguları tarafından etkilenmediğini savunur. Ama açıkçası, gerçeklik bu varsayımlarla eşleşmiyor. Geleneksel finans teorileri üzerine araştırmalar yapan bilim adamları, *homoekonomikus*'u (Homo economicus) temel alıyorlar. Homoekonomikus - rasyonel bireyler için ekonomi ve finans alanında kullanılan klasik finans teorilerinin öne sürdüğü bir terimdir. Geleneksel finans teorisi "ekonomik insanı", çevrenin kendisi ile ilgili yönleri hakkında yeterince kesin bilgiye sahip bir birey olarak görür.

Araştırmacılar, finans teorisinin gözlemlenen insan davranışının dikkate alması gerektiği görüşünü benimsemiş ve psikoloji alanında araştırma yaparak finansal karar verme anlayışını geliştirmiş ve "davranışsal finans" bilim dalını oluşturulmuştur. Böylelikle, davranışsal ekonomi ve özellikle davranışsal finans, homo economicus'u destekleyen teorileri eleştirmiştir.

Kapsamlı araştırmalar, yatırımcıların iktisatçıların önerdiği kadar rasyonel ve tutarlı olmadığını ve insanların mantıksal olarak tutarlı kalmasının zor olduğunu göstermiştir (Kahneman, 2011, s. 335-336).

Bu araştırma, insanların gerçekten "homo economicus" olmadığı iddialarına ışık tutuyor ve karar vermenin arkasında, hiç bir şüphe olmadan, psikolojik ve bilişsel faktörlerin var olduğu iddialarını destekleyerek, gelişen davranışsal finans alanı hakkında geniş bilgiler vermiştir. Bu nedenle, irrasyonalite ve tutarsızlığın insan doğasının bir parçası olduğu ve bu nedenle bireyler arasında mevcut olduğu düşünüldüğünde, klasik finans teorisinde büyük bir boşluk mevcut olduğu kanaatine varılmakta ve bu boşluğun davranışsal finans alanı tarafından doldurulması amaçlanmaktadır.

Davranışsal Finansın temelleri ve amacı

Bilim, herhangi bir olayı gözlemlemenin, kaydetmenin, analiz etmenin ve yorumlamanın sistematik ve bilimsel bir yoludur. Davranışsal Finans, girdilerini çeşitli teorilere dayanan sistematik ve iyi tasarlanmış bir konu olan geleneksel finanstan almıştır. Bu sebepten, davranışsal finansın bir bilim olduğu söylenebilir.

Davranışsal Finans, aynı zamanda, bir sanat dalıdır. Sanat, bilim gibi temel kurallar üzerinde değil, kendi yarattığımız kurallar üzerinde çalışır. Sanat, teorik kavramları pratik dünyada kullanmamıza yardımcı olur. Davranışsal finans, standart finans teorilerini sınırlayan nedenlere ve piyasa anormalliklerinin sebeplerine odaklanır, yatırımcılara finansal planlamada uygulanacak çeşitli özel çözümler sunar. Yukarıda söylenenlere dayanarak, davranışsal finansın daha pratik bir şekilde uygulanan bir finans sanatı olduğunu söyleyebiliriz. Davranışsal finansın temel amaçlarını aşağıdaki şekilde sıralaya biliriz:

- standart finans'taki tartışmalı konuları gözden geçirmek;
- standart finans ve davranışsal finans teorileri arasındaki ilişkiyi incelemek;
- finansal piyasalardaki farklı kişilikler ve karakterler nedeniyle ortaya çıkan önyargıların yatırım süreci üzerindeki etkisini analiz etmek;
- finansal dünyada ortaya çıkan sorunları tartışmak;
- çeşitli piyasa anormalliklerine karşı yeni finansal araçların geliştirilmesi üzerine araştırmaların yapılması;
- yatırımcının kişiliklerinin daha ayrıntılı bir şekilde tanımlanması konusunda çeşitli araştırmalar;
- yatırımcıların yaş, cinsiyet, gelir vb. gibi yönler bakımından, aynı zamanda davranışsal yönlerine göre optimum Varlık Tahsisine dair daha ayrıntılı inceleme.

Davranış bilimi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve iktisat gibi bilim dallarından insan davranışı hakkındaki teorilerin ve kavramların sentezini ifade eden genel bir terimdir. Davranışsal finans, davranışsal bilimin finans bilimine uygulanmasıdır.

Davranışsal finans teorileri

Klasik çağda, Adam Smith ve Jeremy Bentham, para psikolojisinin etkileri hakkındaki gözlemlerini ayrıntılı bir şekilde yazmıştılar. Birçok araştırmacının 1900'lerin ikinci yarısına kadar psikolojiyi finansta kullanma fikrine ilgisi mevcut değildi.

Davranışçılar ve finansal teorisyenler son yıllarda konuyu daha ayrıntılı bir şekilde araştırmaya başladılar. İnsanların yatırım kararları verirken nasıl düşündüklerini ve bu bilgileri kendi yararlarına kullanmak için hangi modelleri oluşturabileceklerini anlamaya çalıştılar. Daniel Kahneman'ın "Beklenti Teorisi: Risk Altındaki Kararın Analizi" makalesi muhtemelen modern zamanların en önemli çalışmalarından biridir.

Daha önceki çalışmalar daha ampirikti. Özellikle, olaylar üzerinde gözlemler yaparak hem bireysel hem de grup düzeyinde yanıtlar ölçülmüştür. Modern teorisyenler daha ileriye giderek beynin önemli kararlardan sorumlu olabilecek kısımlarını tanımlamak için nöro-haritalama yapmaya başladılar. Birçok araştırmacının önerdiği ilginç bir sonuç, yatırımcıların genellikle daha fazla para kazanmalarına veya sahip oldukları servetlerini korumalarına yardımcı olma olasılığı düşük kararlar aldıklarıdır. Mantığa uymasa da, bu fikri destekleyecek çok fazla kanıt mevcuttur (https://www.moneycrashers.com/advances-behavioral-finance-theory-economics/, 01.03.2020).

Davranışsal finans, karar alma sürecinin "insan" tarafını ele alan bir sosyal psikoloji dalı olarak ortaya çıkmıştır. 18. yüzyılda Adam Smith'in Ahlaki Duygular Kuramı (1759) ve Ulusların Zenginliği (1776) gibi önemli eserleriyle bu alanda araştırmalar yapılmaya başlandı. Bu çalışmalarda Smith, bireylere sosyal, ekonomik ve hatta finansal kararlar vermede rehberlik eden "görünmez bir elin" veya bireysel ahlakın varlığını savunmuştur.

Smith 1759 yılında yazdığı eserde gurur, utanç, güvensizlik ve bencillik gibi duyguların rolü üzerinde durmaktadır. Bir başka çağdaş düşünür olan Jeremy Bentham 1789 yılında yazdığı çalışmasında, fayda fonksiyonun psikolojik yönlerini vurgulamıştır. Bentham, insanın mutluluk konusundaki endişesinin, tamamen duygulardan arınmış bir karar vermelerini imkansız hale getirdiğini savunuyor.

Duyguların rolü Keynes tarafından 1936 yılında bireylerin "hayvan ruhları" olarak gözden geçirilmiştir. Keynes ve diğer birçok araştırmacılar, homo economicus kavramını eleştirerek her hangi bir insanın beklenen faydasını en üst düzeye çıkarmak için her durumdan tamamen haberdar olmasının mümkünsüzlüyünü savundu. Bunun yerine, Simon (1955) tarafından verilen sınırlı rasyonalite teorisini savundular. Bu teori, bireylerin rasyonelliğinin iki faktörle kısıtlandığını varsaymaktadır: sahip oldukları bilgiler ve zihinlerinin bilişsel sınırlamaları. Sınırlı rasyonellik, standart beklenen fayda teorisinin daha esnek bir versiyonudur. Aynı zamanda, insan muhakemesinin sınırlamalarını içerdiğinden geleneksel muadiliden daha gerçekçidir.

Davranışsal finans, iki temel teorik yapı taşı üzerinde kurulmaktadır. İlki, sınırlı arbitraj teorisidir. Bu teori, arbitraj faaliyetlerinin paraya ihtiyaç duyduğunu ve risk aldığını savunmaktadır. Gerçek hayatda finansal piyasada, arbitraj tüm yanlış fiyatlandırmanı elimine edemez. İkincisi ise bilişsel karar verme psikolojik araştırmalarının esasında yatırımcıların psikoloji ve davranışlarının analizidir. Bu teori, yatırımcıların nasıl karar vermeleri gerektiği yerine gerçek dünyada nasıl kararlar aldıklarını araştırmaya çalışmaktadır.

Yatırımcıların kararlarını etkileyen ekonomik olmayan eğilimler

Davranışsal finans, insanların gerçek dünyada nasıl finansal kararlar aldıklarını inceleyen bilimlerarası bir alandır. Davranışsal finansın ana odak noktalarından biri, insanların finansal kararlarını etkileyen kısayolları (sezgisel tarama) ve diğer zihinsel önyargıları belirlemektir (Stephen Wendel, 2019).

Son otuz yılda, ekonomi ve psikoloji araştırmacıları, yatırımcıların seçim yapma şeklini etkileyen ve ideal ekonomik sonuçlardan sapmalarına neden olan farklı eğilimler (önyargılar) listelemiştirler. Önyargı, birisine ya da bir şeye karşı ya da onun aksine eğilim göstermeye neden olur. Finansta önyargı, yatırımcıların önceden sahip oldukları inanç ve niyet esasında oluşan finansal karar verme eğilimleridir. Borsalarda ve firmalarda yatırım kararları verirken bu önyargıların yatırımcı kararlarının çerçevelemesinde önemli bir rou vardır. Araştırmacılar tarafından birçok önyargı araştırılmıştır. Onları bilişsel eğilimler, kendini kandırma eğilimi, sosyal ve duygusal eğilimler olarak kategorize edebiliriz. Bu çalışmada ise kendini kandırma eğilimi grubundan aşırı güven faktörü incelenecektir. Kendini kandırma kavramı öğrenme şeklimizin bir sınırıdır. Olduğundan daha fazlasını bildiğimizi düşündüğümüzde, bilinçli bir karar vermek için ihtiyacımız olan bilgileri gözden kaçırma eğiliminde oluyoruz.

Çoğu insan yeteneklerinin veya yargısının olduğundan daha iyi olduğuna inanır (aşırı güven) veya kararlarını sorgulama riski taşıyan kararlardan kaçınır (pişmanlıktan kaçınmak). Davranışsal finansta kendini kandırma eğilimi altında farklı önyargılar belirlenmiştir, onlardan biri de aşırı güven eğilimidir. Güven, kişinin kendi becerilerinin, yargısının ve yeteneklerinin onaylanmasından kaynaklanan kendinden emin olma hissidir. Eğer bir kişi kendine fazla güveniyorsa, becerilerini, bilgisini, inançlarını ve yargısını gerçekte olduğundan fazla olduğunu tahmin eder ve gerekenden daha fazla güven gösterir.

Araşdırma Modeli

Çalışmanın metodolojik yapısını nicel araştırma türüne dayalı istatiksel işlemler oluşturmaktadır. Bireysel yatırımcıların yatırım tercihlerini belirlemek ve davranışsal finans açısından değerlendirmek, araştırmaya ait bulgulara ulaşmak ve verileri analiz edebilmek amacıyla anket yöntemi uygulama olarak kullanılmıştır. Anket, belli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak bir evren ya da örneklemi oluşturan kaynak kişilere sorular yöneltmek suretiyle sistemli veri toplama tekniği olarak tanımlanabilir. Anket çalışmasında daha önce uygulanmış anket sorularına ek olarak sorular ve önermeler hazırlanarak bireysel yatırımcıların cevapları alınmıştır. Anket çalışmasında bireysel yatırımcıların sosyal-demografik özelliklerini analiz etmek üzere öncelikle katılımcıların cinsiyet durumu, yaşı, medeni durumu, çocuk sayısı, mesleki durumu, eğitim düzeyi, aylık geliri ve b. gibi sorular sunulmuştur. Anketin ikinci bölümünde bireysel yatırımcıların finansal profillerini belirlemeyi amaçlayan sorular sorulmuştur. Bu sebeple, araştırmanın amaçlarına her boyutta ulaşılabilmek için fikir derecelerini ortaya çıkarmayı sağlayan 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Anket verileri üzerinde SPSS istatistik paket programıyla istatiksel işlemler yapılarak elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

Analiz

Bireysel yatırımcıların yatırım tercihlerini yaparken etkilendikleri sosyal-psikolojik faktörlerin hangilerinin daha basgın olduğunu belirlemek için uygulanmış anket çalışmasından elde edilen veriler "IBM SPSS Statistics Version 26" paket programında ve MS Excel'de analiz edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet					
		Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde, %	Birikimsel yüzde, %
Valid	Kadın	14	35.9	35.9	35.9
	Erkek	25	64.1	64.1	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Kaynak: Müellif tarafından IBM SPSS paket programında analiz edilmiştir.

Anket katılımcılarının demografik ve sosyal-ekonomik verileri aşağıdaki gibidir. Anket sonuçlarına göre katılımcıların yaklaşık %64 hissesini erkekler, takriben %36'sı ise kadınlar oluşturmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni durum					
		Frekans	Yüzde	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evli	13	33.3	33.3	33.3
	Bekar	26	66.7	66.7	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Kaynak: Müellif tarafından IBM SPSS paket programında analiz edilmiştir.

Katılımcıların %33,3'ü evli ve %66,7'si bekardır.

Tablo 3. Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Eğitim durumu					
		Frekans	Yüzde	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Natamam orta	1	2.6	2.6	2.6
	Orta	1	2.6	2.6	5.1
	Lisans	9	23.1	23.1	28.2
	Yüksek lisans	26	66.7	66.7	94.9

	Elmlər namizədi	**1**	**2.6**	**2.6**	**97.4**
	Doktorant	**1**	**2.6**	**2.6**	**100.0**
	Total	**39**	**100.0**	**100.0**	

Kaynak: Müellif tarafından IBM SPSS paket programında analiz edilmiştir.

Eğitim durumu açısından, katılımcıların büyük bir kısmını (%66.7) yüksek lisans ve lisans (%23.1) eğitimli grup oluşturmaktadır. Diğer grublar ise her biri %2.6 olmakla, ortaokul, kolej, doktora, doçent doktor dağılmaktadır. Ankete katılanların çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu malumdur.

Tablo 4. Bağımsız grup T-testi (SPSS paket programında analiz edilmiştir)

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		**t-test for Equality of Means**						
				t	**df**	**Sig. (2-tailed)**	**Mean Dif.**	**Std. Error Dif.**	**95% Conf. Interval of Dif.**	
		F	**Sig**						**Lower**	**Upper**
Maliyyə yatırımlarımdan əldə etdiyim qazanc həmişə bazardakı ortalama gəlirlərdən yüksəkdir.	**Equal variances assumed**	**0.287**	**0.595**	**-0.061**	**37**	**0.952**	**-0.020**	**0.328**	**-0.685**	**0.645**
	Equal variances not assumed			**-0.062**	**28.604**	**0.951**	**-0.020**	**0.322**	**-0.679**	**0.639**
Maliyyə yatırımlarında doğru qərarlar verdiyimə əminəm və bunla bağlı özümə güvənim tamdır.	**Equal variances assumed**	**0.069**	**0.794**	**1.460**	**37**	**0.153**	**0.466**	**0.319**	**-0.181**	**1.112**
	Equal variances not assumed			**1.503**	**29.456**	**0.143**	**0.466**	**0.310**	**-0.167**	**1.099**

Biliklərimin digər investorların biliklərindən daha dəyərli olduğunu düşünürəm.	**Equal variances assumed**	**1.473**	**0.233**	**-0.279**	**37**	**0.782**	**-0.097**	**0.348**	**-0.803**	**0.609**
	not assumed			**-0.290**	**30.348**	**0.774**	**-0.097**	**0.335**	**-0.780**	**0.586**

Kaynak: Müellif tarafından IBM SPSS paket programında analiz edilmiştir.

SPSS programında iki bağımsız grubun (kadın, erkek) aşırı güven faktörü analiz edilmiştir. Aşırı güven önyargısını ölçmek için katılımcılara 3 ilgili soru sorulmuştur.

Analizde Levene testinin (Levene's Test for Equality of Variances) anlamlılık değerinin (Sig) ($Sig._1$=0.595, $Sig._2$.=0.794, $Sig._3$=0.233) 0.05-ten büyük olması görünmektedir. Bu, her iki grup için %95 güvenle varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Varyansların eşit olduğunu göz önünde bulundurarak, Bağımsız T-testini yorumlarken birinci satıra bakmamız gerekir. Her üç şart için "significance two-tailed" değeri >0.05-ten yüksektir. Sig.(2-tailed) değeri, birinci soru için 0.952, ikinci soru için 0.153, üçüncü soru için ise 0.782 şeklindedir. Bu ise aşağıdaki gibi yorumlanabilir:

%95 güvenle kadın ve erkek bireysel yatırımcılar arasında aşırı güven önyargısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yokdur.

Sonuç

Karar verme, rutin yaşamın bir parçasıdır; insanlar her gün büyük veya küçük, ekonomik ya da ekonomik olmayan çeşitli kararlar alıyorlar. Bazı kararlar kolaydır ve direkt verilirken, bazıları karmaşıktır ve karar vermede çok adımlı bir yaklaşım gerektirir. Bu çalışma, davranışsal önyargıların varlığını ve kapsamını, yatırımcıların karar verirken karşı karşıya kaldıkları faktörleri, esasen de aşırı güveni değerlendirmektedir.

Davranışsal önyargı, bazen algısal değişiklik, yanlış yargılama, mantıksız yorumlama veya büyük ölçüde irrasyonalite olarak adlandırılan belirli durumlarda ortaya çıkan yargıdaki bir varyasyon modeli olarak tanımlanır. Çalışma, yatırım kararları alırken yatırımcılar arasında aşırı güven yanlılığının varlığını araştırmayı amaçlamaktadır. Amaç, yapılandırılmış bir anket kullanılarak ve aktif yatırımcıların geçmiş performansları, yetenekleri, demografik özellikleri hakkında sorular sorularak ampirik veriler toplanmasıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre yatırım yapan bireysel yatırımcılar esasen genç ve orta yaşlı nesildir. Katılımcılar arasında erkekler kadınlardan daha fazladır ve tüm respondentlerin büyük bir kısmı yüksek eğitimlidir (lisans ve yüksek lisans mezunları).

Bundan başka, aşırı güven faktörünün kadın ve erkekler arasında farklılık gösterip göstermediği ölçülmüştür. Neticede cinsiyetin aşırı güven faktörü açısından bir farklılık yaratmadığı ortaya çıkmıştır.

Kaynak Listesi

1. Ahmet Köse, Murat Akkaya. "Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi: BIST 100 Üzerine Bir Uygulama", Bankacılar Dergisi, 2016, №99, s. 3-15.
2. Bilgehan Tekin. "Bilişsel Önyargı ve Hevristik Bağlamında Finansın İnsani Boyutu Olarak Davranışsal Finans: Bir Literatür İncelemesi ve Derleme Çalışması", Journal of Human Studies, 2018, vol.1 Sayı 2, s. 131-156.
3. Dizdarlar Işın, Şener Öykü. "Yatırımcıların risk alma davranışı üzerine bir uygulama", International Journal of Social Sciences and Education Research, 2016, Vol. 2(3), s. 801-814.
4. Bashir Ahmad Joo, Kokab Durri. "Comprehensive Review of Literature on Behavioural Finance", Indian Journal of Commerce & Management Studies, 2015, Volume VI (2), p. 11-19.
5. Bhoomika Trehan. "A study of existence of overconfidence biases among investors and its impact on investment decision", National Finance and Economics Conference, At Lucknow, Volume: ELK Asia Pacific Journals – Special Issue ISBN : 978-93-855370-1-1.
6. Hersh Shefrin (2002). "Beyond Greed and Fear: Understanding Behavioral Finance and the Psychology of Investing", Oxford University Press, Oxford, 368p.
7. Rupinder Kaul Gill, Rupeena Kajwa. "Study On Behavioral Finance, Behavioral Biases, And Investment Decisions", International Journal of Accounting and Financial Management Research (IJAFMR), 2018, Vol. 8, Issue 3, p. 1-14.
8. Samina Gill, Muhammad Kashif Khurshid, Shahid Mahmood, Arfan Ali. "Factors Effecting Investment Decision Making Behavior: The Mediating Role of Information Searches", European Online Journal of Natural and Social Sciences, 2018, Vol.7, No 4, pp. 758-767.
9. Sherif, M. (1937) 'An Experimental Approach to the Study of Attitudes', Sociometry 1(1/2): 90–98.
10. Victor Ricciardi, Helen K. Simon (2000), "What Is Behavioral Finance?", Business, Education & Technology Journal, Vol. 2, No. 2, pp. 1-9.
11. Zeynep Copur. "Theory of Behavioral Finance", Handbook of Research on Behavioral Finance and Investment Strategies: Decision Making in the Financial Industry, 2015, pp.1-24.
12. https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/behavioral-finance/ (29.02.2020)
13. https://socfinance.wordpress.com/2016/12/20/shiller-and-the-uses-of-sociology-in-behavioural-finance/, (29.02.2020)
14. https://economictimes.indiatimes.com/markets/stocks/news/behavioural-finance-why-you-invest-the-way-you-do-and-how-to-improve-it/articleshow/69093594.cms, (02.03.2020)
15. https://www.moneycrashers.com/advances-behavioral-finance-theory-economics/, (03.03.2020)
16. https://www.slideshare.net/keshavdatt/unit-1-behavioural-finance-to-send, (07.03.2020)

Kar Dağıtımının Hisse Senedi Değeriyle İlişkisi : BİST Gida Sektörü Üzerine Bir Uygulama

Aysel Hüseynova

huseynovaa.aysel@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, Kar dağıtımının hisse senedi değeriyle olan ilişkisini belirlemektir. Hisse senetleri, anonim şirketler ile sermayesi paylara bölünmüş komanditortaklıklarda, payları temsil eden bir menkul kıymettir. En bilinen özelliği sahiplerine ortaklık hakkı sağlamasıdır. Hisse senedi, risk profili "Çok Yüksek Risk" olan müşteriler ile uyumludur. Hisse senedi değeri konjonktürel durumla, ülkenin hatta dünyanın makro ve mikrodeğişkenleriyle yakından ilişkilidir. Bu değişkenler arasında kar dağıtımı ayrıca incelenmesigereken önemli bir etkendir. Özellikle araştırmanın uygulama konusunu oluşturan Gida sektöründe faaliyet gösteren firmaların hisse senedi değeri ile kar dağıtımlarının yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple çalışmada Gida sektöründe kar dağıtımı ile hisse senedi değeri arasındaki ilişki incelenmiştir.Analizde kullanilan oranlar BİST'in aylik bültenleri ile BİST şirketleri sermaye, temettü ve aylik fiyat verileri yilliğindan elde edilmiştir. Gida Sektöründe faaliyet gösteren halka açık şirketler araştırmanın evrenini oluşturmaktadir. Konu ile ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde, pay getirileri ile ilişkili faktörlerin genel olarak, makroekonomik ve mikroekonomik faktörler olmak üzere iki ana başlık altında ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, pay getirileri ile ilişkili finansal tablo oranlarının panel veri analiz yöntemi ile tespit edilmesidir.

Bu amaçla çalışmada, BİST'de işlem gören gıda sektörü işletmeleri örneklem olarak seçilmiştir.Araştirmadaki şirketlerin 2010-2018 yillari arasindaki hisse senedi değerleri ve ayni tarihlerdeki BİST-100 endeksi verileri kullanilmiştir.Yıllara göre yapılan analizler sonucunda Kar dağıtıı ile hisse senedi değeri arasinda anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Hisse Senedi, Kar Dağıtım Politikası, Gida Sektörü

Giriş

Hisse senedi yüksek hacimli yatırım aracıdır. Hisse senetleri işlem hacminin artması ile hisse senedi değerinde meydana gelen değişiklikleri yakından takip etme gerekliliği doğmuştur. Bir işletmenin finansal yönetiminde temel politika yatırım, finanslama ve kar payı elde edilmesi olarak ifade edilmektedir. Kar payı dağıtım politikası firma değerinin artırmağa hizmet ediyor. Kar dağıtımı kurumsal yönetim ilkelerine uygun olarak pay sahipleri ve işletmenin temettüsü arasında dengeli ve tutarlı bir politika izlenmesini desteklemektedir..

Organizasyonun faaliyyetinin özel gayelerinden biri de kar elde edip, bu karın ortaklara paylaştırılmasıdır. Tartışılan konu kar dağıtım politikasını işletmenin hisse senetlerinin fiyatlarının maksimizasyonu açısından da önem taşımasıdır. Fakat, organizasyonun hem büyümesi, hem de yüksek kar payı vermesini beklemek birbiriyle bir az çelişkili durumdur. Çünkü yüksek kar payı dağıtımı yapan işletme, daha az otofinansman yapmak zorundadır. Firma kendi kaynaklarından yeni bir yatırım gerektirtiği fonları yapmak durumundadır.

Kar paylaşımı, şirketin karının doğrudan hissesini doğrudan paylaşmayı amaçlayan bir plan anlamına gelir. Tanım geniştir, çünkü kar paylaşımının nasıl yapılabileceğine ilişkin birden fazla varyasyon vardır. Örneğin, çalışanlara ayrılan Kar yüzdesi belirli faktörlere bağlı olara sabit veya değişken olabilir.

Kar paylaşımı, onlarca yıldır var olduğu gibi yeni bir icat değildir. Çalışanların maaşlarını şirketin karına bağlamanın bir yolu olarak. Kar paylaşımına erken destek çoğunlukla ideolojik, çoğu taraftar kar paylaşımını işçileri entegre etmenin bir yolu olarak görüyordu. kapitalist sistem, sabit ücretlerden daha doğrudan ve somut bir şekilde. Kar paylaşımı siyasi demokrasinin mantıklı bir uzantısı olarak da görülebilir. Günümüzde destek Kar paylaşımı daha çok ekonomik sebeplere dayanır.

Özellikle, araştırmanın uygulama konusunu oluşturan gida hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların hisse senedi değeri ile kar dağıtımlarının yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple çalışmada gida hizmetleri sektöründe kar dağıtımı ile hisse senedi değeri arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca çalışmada gida hizmetleri sektöründeki firmaların hisse senedi değeri ile BİST endeksi arasında bir ilişki olduğu düşüncesi ile de bu ilişkinin varlığı araştırılmıştır. (Ahmet Kar, 2012).

Hisse senetleri

İşletmeler hisse senetlerini yatırımcılara sunar ve bununla da gelir elde etmeyi amaçlarlar. Mülkiyet hisselerin sayısına göre belirlenir. Örnek verirsek, bir işletmenin 1.000 hissesi ve %100 hissesi varsa, o kişinin varlıkların ve kazançların % 10'unu talep etmesi gerekir. Temel anlamda borsa sahipleri kendi şirketlerine sahip değildir; şirketler tarafından ihraç edilmiş hisselere sahiptirler.

Sahiplerin gerçekte sahip olduğu ortaklıklar, şirket tarafından ihraç edilmiş hisselerdir. Bir şirketin hisselerinin % 33'üne sahipseniz, o şirketin üçte birine sahip olduğunuzu iddia etmek yanlıştır; bunun yerine, şirketin hisselerinin üçte birinin % 100'üne sahip olduğunuzu belirtmek doğru olur. Hissedarlar istedikleri gibi bir işletmeyle veya varlıklarla yapamazlar. Bir hissedar bir sandalyeyle çıkamaz çünkü şirket hissedarın değil o sandalyenin sahibi olur. Bu, “mülkiyyet ve kontrol ayrılığı” olarak bilinir. (Arshad Z, Akram Y, Amjad M, Usman M, (2013)

Hisse senetleri sahiplerine verdiği haklara, anonim ortaklık payını temsil etmesi oranında türleri, adi ve imtiyazlı; nama ve hamiline, primli ve primsiz; bedelli ve bedelsiz ve son olarak kurucu ve intifa senetleri olmak üzere beş grupta toplanmaktadır. Hisse senedine ilişkin çok değişik değeri kavramlarının varlığından da söz edilebilir. Bu kavramları değişik yöntemlerle bulunmakta olup genel kabul görmüş değer kavramları nominal değer, ihraç değeri, defter değeri, tasfiye değeri, piyasa değeri, işleyen teşebbüs değeri ve gerçek değer olarak sıralaya biliriz. (Aras G. ve Müslümov A., 2018).

Kar Dağıtım Politikası

Kar belli bir dönemde, ekonomik faaliyyet nedeniyle bir işletmenin mal varlığında oluşan fazlalık olarak tanımlanmaktadır. Buradaki “belli bir dönem” normal şartlarda bir ekonomi yılıdır. Bu zaman kar, bir işletmenin bir işletme dönemindeki gelir ve giderleri arasındaki olumlu farklılıktır. Bu olumlu farktan dolayı da bir kar dağıtım politikası oluşturulması ihtiyacı vardır. (Canbaş, S. ve Doğukanlı H., 2007)

Bu nedenle kar payı dağıtım politikası nedir, işletmelerde önemi, nelerin kar dağıtımına etki ettiği,modeli.bilinmelidir.
Burada da işletmenin finans yöneticisine büyük görev düşer. Hem işletme işin hem hissedarlar için en uygun kar dağıtım politikası belirlenmelidir. Tabii ki bu politika belirlenirken otofinansman ve işletmenin büyüme isteği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Kar payı dağıtım politikası, dönem sonuna elde edilen işletme karlarının ortaklara dağıtılması veya işletme içerisinde yatırıma dönüştürülmesiyle ilgili kararları içerir. (Gürbüz, A. O. ve Ergincan, Y., 2014).

Araştırma modeli

Makalenin yazımında BİST-de olan 28 gida şirketleri üzerinden 2 örnek şirket seçilmiştir. Seçilen işletmeler malii devri çok yüksek ve düşük olan 2 işletmedir. Bu şirketlerin 2010-2018-ci yıl verileri toplanarak, portföy modelleme ile incelenmiştir. BİST gibi güvenilir kaynaklardan elde edilen verilerin, kar paylarına göre "düzenlenmiş" fiyatlar içerdiği bilinmektedir.

Araştırmanın hipotezi

- H0: Kar dağıtım öncesi hisse senedi değeri ile Kar dağıtımı sonrası hisse senedi
- değeri arasında bir ilişkisi yoktur.
- H1: Kar dağıtım öncesi hisse senedi değeri ile Kar dağıtımı sonrası hisse senedi
- değeri arasında bir ilişkisi vardır.
- H0: İncelenen dönemde, incelenen firmaların hisse senedi değeriyle BİST-100
- endeksi arasında bir ilişki yoktur.
- H1: İncelenen dönemde, incelenen firmaların hisse senedi değeriyle BİST-100
- endeksi arasında bir ilişki vardır.

Yorumlar ve bulgular:

AEFES üzerinden elde edilmiş verilere göre analiz:

	Kar paylarının hisse senetlerine yatırılması durumunda yılsonu AEFES hisse senedi getirileri				
	Yıllar	Yılsonu fiyatı	Pay başı kar payı	Kesikli bileşik getiri	Kesiksiz bileşik getiri
	2010	22.32			
	2011	22.32	0.48	0.021505376	0.140087838
	2012	22.32	0.45	0.02016129	0.140028848
	2013	22.32	0.45	0.02016129	0.140028848
	2014	22.32	0.46	0.020609319	0.14004852
	2015	22.32	0.46	0.020609319	0.14004852
	2016	22.32	0.25	0.011200717	0.139633584
	2017	22.32	0.25	0.011200717	0.139633584
	2018	22.32	0.42	0.018817204	0.13996978
Yıllık asimetrik getiri				0.018033154	0.13993494

Getirilerin standart sapması		0.004005725	0.000176657

Kaynak: https://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/hisse-senetleri-piyasasi-verileri/endeks-verileri (20.02.20)

Anadolu Efes Biracilik ve Malt Sanayi AS şirketinin yılsonu fiyatı 2010-2018 yılları arasında sabit olmuşdur. İşlem tablosundan görüldüğü gibi 2010 yılının sonunda 22.32 TL'ye satılmıştır. 2011 yılının sonunda yatırımcı 0.48 TL Kar payı , 22.32 yıl sonu fiyatı ile hisse senedi elde etmek için kullanırsa,

$0.48/22.32 \approx 0.0215$

kadar ek Kar payı edinmiş olacaktır.

Bununla yatırımcı 2012 yılının başlangıcında yaklaşık 1.0215 adet AEFES senedi elde etmiş olur. 2012 yılında hisse başına Kar payı 0.45 TL olduğundan eldeki hisse senetleri üzerinden alınan toplam Kar payı tutarı $1.0215 \times 0.45TL=0.459$ TL'dir. Alınan Kar payının yeniden hissedine yatırılması durumunda yatırımcının elinde

$0.459/ 22.32 \approx 0.0205$

kadar ek hisse senedi payı olacaktır. Görüldüğü gibi. 2010 yılının sonunda yatırımcının elinde 1 adet AEFES hisse senedi bulunurken, 2012 yılının sonunda elindeki hisse senedi sayısı $1+0.0215+0.0205 \approx 1.042$'ye ulaşmaktadır.

Diğer BİST Gida sektöründen diğer şirkete bakarsak:

	Kar paylarının hisse senetlerine yatırılması durumunda yılsonu PETUN hisse senedi getirileri				
	Yıllar	Yılsonu fiyatı	Pay başı kar payı	Kesikli bileşik getiri	Kesiksiz bileşik getiri
	2010	10.07			
	2011	10.07	0.77	0.076464747	0.236667626
	2012	10.07	0.31	0.030784508	0.232361557
	2013	10.07	0.64	0.063555114	0.235469502
	2014	10.07	0.75	0.074478649	0.236484238
	2015	10.07	0.58	0.057596822	0.234911608
	2016	10.07	0.97	0.09632572	0.238483122
	2017	10.07	1.01	0.100297915	0.238842272
	2018	10.07	0.49	0.048659384	0.234068846
Yıllık asimetrik getiri				0.068520357	0.235911096
Getirilerin standart sapması				0.021920298	0.002040069

Kaynak: https://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/hisse-senetleri-piyasasi-verileri/endeks-verileri (20.02.20)

Pınar Et ve Süt ürünleri A.Ş, şirketinin yılsonu fiyatı da 2010-2018 yılları arasında sabit olmuşdur. İşlem tablosundan görüldüğü gibi 2010 yılının sonunda 10.07 TL'ye satılmıştır. 2011 yılının sonunda yatırımcı 0.31 TL Kar payı , yıl sonu fiyatı ile hisse senedi elde etmek için kullanırsa,

$0.31/10.07 \approx 0.0308$

kadar ek kar payı edinmiş olacaktır.

Bununla yatırımcı 2012 yılının başlangıcında yaklaşık 1.0308 adet AEFES senedi elde etmiş olur. 2012 yılında hisse başına Kar payı 0.31 TL olduğundan eldeki hisse senetleri üzerinden alınan toplam Kar payı tutarı $1.0308 \times 0.31TL \approx 0.32$ TL'dir. Alınan Kar payının yeniden hissedine yatırılması durumunda yatırımcının elinde

$0.32/ 10.07 \approx 0.0317$

kadar ek hisse senedi payı olacaktır. Görüldüğü gibi. 2010 yılının sonunda yatırımcının elinde 1 adet PETUN hisse senedi bulunurken, 2012 yılının sonunda elindeki hisse senedi sayısı $1+0.0308+0.0317 \approx 1.0625$'e ulaşmaktadır.

Yapılan analiz sonucu H1 hipotezi kabul görülmesi uygundur. Kar dağıtımı ve hisse senetleri getirileri arasında pozitif yönle bir ilişkinin olması görülmektedir.

Sonuç

Günümüzün ekonomisinde hisse senedleri mühüm bir yer almaktadır. Borsada yatırım yapmak dediğimiz zaman aklımıza ilk gelen yatırım enstrümanı hisse senedidir. Hisse senedi yatırımı için minimum ve ya maksimum bir sınır yoktur. Yatırımcıların hisse senedi fiyatları üzerine etkili olan faktörlere hakim olması gerekmektedir. Kar dağıtımının hisse senedi üzerinde ilişkisi ile ilgili yapılan bu araştırmada bu yöndedir. Yatırımcılar borsayı izleyerek daha çok kar elde etmek, hisse senedlerinin değerini artırmağa çalışmaktadırlar. Yapılan kısa araştırma sonucu olarak kar dağıtımı ve hisse senedleri arasında bir ilişkinin olduğu anlamlı olması kabul görmektedir. Yatırımcılar finansal Kararlarını verirken bu durumu göz önünde bulundurmaları pozitif yönde etki edecekdir. Lakin finansal kararların yalnızca BİST endekslerinde olan değişimlerin yönüne göre verilmesi pek sağlıklı karar olarak görülmemektedir.

Kaynakça

1. Aras G, Müslümov A (2018) Kurumsal Yatırımcılar ve Sermaye Piyasası Gelişmesi: Nedensellik İlişkisi Analizi. BIST Dergisi 8(29): 1-17.
2. Bolak, M. (1994). Sermaye Piyasası, Menkul Kıymet ve Portföy Analizi. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. Büyükşalvarcı, A. (2010).
3. Finansal oranlar ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin analizi: IMKB İmalat Sektörü üzerine bir araştırma. Muhasebe ve Finansman Dergisi, 48, 130-141. Canbaş, S. ve Doğukanlı H. (2007).
4. Finansal Pazarlar. Adana: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. Damodaran, A. (2015).
5. Al-Nawaiseh M (2013) Dividend Policy and Ownership Structure: An Applied Study on Industrial Companies in Amman Stock Exchange. Journal of Management Research 5(2): 83-106

6. Gürbüz, A. O. ve Ergincan, Y. (2014). Şirket Değerlemesi: Klasik Ve Modern Yaklaşımlar. İstanbul: Literatür Yayıncılık. Gürsoy, C. T. (2014).
7. Ahmet Kar, Ekonomi Bilimleri Dergisi, Hacettepe Üniversitesi, Kar Dağıtımının Hisse Senedi Değeriyle İlişkisi: Spor Hizmetleri Sektörü Üzerine Bir Uygulama,2012
8. KABA, F. (2009), Kâr Payı Dağıtımın Firma Değeri Üzerinde Etkisi ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Sakarya.
9. Barber, B.M.&Odean, T. (2017). Trading is hazardous to your health: The common stock investment performance of individual investors'. Journal of finance.
10. DeBont, W.&Thaler,R. (2015) , Does the stock market overreact? Journal of Finance.
11. Arshad Z, Akram Y, Amjad M, Usman M (2013), Ownership Structure and Dividend
12. Policy. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business 5(3)
13. https://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/hisse-senetleri-piyasasi-verileri/endeks-verileri (20.02.20)
14. https://www.paraborsa.net/https://online-stock-exchange.com (24.02.20)

Sermaye yapısı oluşumunun statik uzlaşma teorisinin temelleri

Mirhüseyn Mövsümzade

mmovsumzade97@mail.ru

Özet

Sermaye yapısı finans araştırmacıları, akademisyenler ve akademik çalışmalar, yönetimsel kararda sermaye yapısının önemini hissedarlara doğrudan etki ederek kabul etmişlerdir. Sermaye yapısına ilişkin kararların bir firmanın değerini belirlemede önemli yer almaktadır, diğer çalışmalar ise bir firma, borcun özkaynaklara oranını değiştirerek en uygun hedef sermaye yapısını elde ederek değerini değerlendirebileceğini ve gelecekteki beklentilerini ve sonuçlarını iyileştirebileceğini gösterile bilir. Sermaye yapısı kararı hayati bir karardır ve, bir işletmenin karlılığı bu karardan doğrudan etkilenmektedir. Sermayenin başarılı bir şekilde seçilmesi ve kullanılması, firmaların finansal stratejisinin kilit unsurlarından biridir. Bu nedenle sermaye yapısı kararını belirlerken uygun özen ve dikkat gösterilmelidir. Bu çalışmanın amacı, 2010-2019 yılları arasındaki 9 yıllık dönemde dünyada_sigorta şirketlerinin sermaye yapısı ile kârlılığı arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. BİST-de işlem gören şirketlerin yıllık bilançolarından toplanan veriler kullanılarak önce değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler bulunmuştur. Bugüne kadar yapılmış araştırmalar da çalışmada kullanılarak genel olarak fikir toplarlanmasına çalışılmıştır.Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre gelişmekte olan sermaye piyasalarında faaliyet gösteren şirketlerin verileri üzerine araştırmalar henüz ortaya çıkmaya başlamış ve henüz sermaye yapısının belirleyicileri veya yönetimin kendi sermayesi ve ödünç alınmış sermayenin optimal oranını seçmesini belirleyen güdüler açısından sürdürülebilir sonuçlara yol açmamıştır. Aynı zamanda, gelişmekte olan finansal piyasalarda sermaye yapısının oluşturulması için bir veya daha fazla güdünün avantajına ilişkin araştırma sonuçlarındaki farklılıkların, uygulanan metodolojideki farklılıklar, seçilen ekonometrik yöntemler, incelenen piyasaların kurumsal ve makroekonomik özellikleri ile veri analiz dönemlerinden kaynaklandığı gösterilmiştir.

Anahtar kelimeler: **Sermaye yapısı, statik uzlaşma, marjinal fayda**

Giriş

Akademisyenler ve finansal araştırmacılar, sermaye yapısının kurumsal finansal yönetimde önemli bir faktör olduğunu ve bir firmanın finansal performansı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Sermaye yapısının herhangi bir işletme için önemli olduğunu ve getirileri maksimize etme ve mal sahibinin değerini artırma ihtiyacına katkıda bulunduğunu ve optimum sermaye yapısı ile firmanın performansını artırdığını belirtti. Birçok yazar, sermaye yapısını, finansal yönetim kararlarını etkileyen ve hissedarların geri dönüşünü ve riskini doğrudan etkileyen önemli bir faktör olduğunu kabul etmektedir.

Finansal tablo analizi, bir firmanın finansal performansının değerlendirilmesinde, eksikliklerin belirlenmesinde yönetime yardımcı olan ve performansın iyileştirilmesi için düzeltici önlemlerin alınmasına yardımcı olan faydalı oranın çıkarılması için önemli bir rol oynar . Finansal performans, şirket politikalarının ve faaliyetlerinin sonuçlarını yatırım getirisi (YG) ve aktiflerin getirisi (AG) veya hisse getirisi (HG) açısından ölçer. (Akkaya, G.C., 2008).

Borç sermayenin ve öz sermaye oranının seçimi, sigorta şirketlerinin uzun vadeli gelişimi konusunda stratejik kararlar alınmasında kilit sorunlardan biridir. Sermaye yapısı, şirketin yatırım riski seviyesini, mal sahipleri, yönetim, alacaklılar, şirketin finansal ve finansal olmayan paydaşları arasındaki potansiyel çıkar çatışmalarını etkiler. Sonuç olarak, sahip olunan sermayenin ve borç alınan sermayenin oranı, şirketin değerini yönetmede önemli bir unsurdur, ancak oranın şirket için bu kadar önemli olduğu konusunda kararların nasıl alındığına dair bütüncül bir anlayış yoktur.

Dolayısıyla, araştırmanın güncelliği, şirketlerin pazar stratejilerini uygulamak için en uygun sermaye yapısını oluşturma sorununu çözme ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Çalışmanın hedefe uygunluğu, gelişmekte olan finansal piyasalar verileri üzerinde yapılan sermaye yapısı çalışmalarının sürdürülebilir sonuçlarının olmamasından kaynaklanmaktadır.

Çalışmanın predmeti, gelişmekte olan finansal piyasalarda faaliyet gösteren büyük kamu şirketlerinin uzun vadeli görevlerini çözmek için gerekli olan, kendi ve borç sermayenin oranını oluşturma ve sigorta sirketlerinin sermaye yapısının karlılık üzerindeki etkisinin ölçülmesi prosesidir.

Metod

Sermaye yapısı oluşumunun statik uzlaşma teorisinin stattik uzlaşmasını probeliminin çözülmesi için sistem analizi, sentezi içeren genel bilimsel biliş yöntemleri kullanılmıştır. Aynı zamanda, ölçüm yöntemi de kullanılacaktır. Ölçüm, gözlemden daha doğru bir algı biçimidir. Ölçüm yöntemiyle, rakamlar ülkenin ekonomisinde ne kadar başarılı olduğunu göstermek için sistematik hale getirilecek. (Akgüç, Ö. , 2010).

Literatür taraması yaparsak, bu konuda yapılan araştırmalarda aynı zamanda soyutlama, analiz ve sentez, karşılaştırmalı analiz, tümevarım ve tümdengelim yöntemlerini de kullanılmıştır. Karşılaştırmalı analiz yöntemi, güçlü rekabette tüketicilerin kararını etkileyebilecek faktörleri karşılaştıracaktır.

Analiz

Sermaye yapısı oluşumunun statik uzlaşma teorisi kurumlar vergisinin mühasebesi yoluyla sermaye pazarının mükemmelliyinin öne çıkması sonuçunda ortaya çıkmıştır. Bu gibi durumlarda, şirket bir finansman politikası seçerken, eğer borç tabanına yapılan faiz ödemeleri tutarında vergi matrahının düşürülmesinden kaynaklanan, finansal kaldıraç marjinal finansal istikrarsızlık maliyeti ve vergi tasarruflarının marjinal faydaları temelinde belirlenirse, uzlaşma teorisine bağlı kalır.

Bir uzlaşma teorisinin ortaya çıkması araştırmacıları, finansal istikrarsızlık maliyetlerinin niteliği ve niteliği gibi vergi faktörlerinin statik uzlaşmanın oluşumundaki rolü gibi konulara odaklamıştır.

Hizmet borcu yükümlülüklerinin yerine getirilmemesinden kaynaklanan finansal istikrarsızlığın maliyetleri, hem doğrudan hem de dolaylı maliyetleri içerir. Doğrudan finansal istikrarsızlık maliyetleri, iflas tehdidi şirketin toplam aktiflerinin piyasa değerinde bir düşüşe, faaliyetlerinin kısalmasına ve büyüme fırsatlarının azalmasına yol açtığında ortaya çıkmaktadır. Doğrudan maliyetler, danışmanların, avukatların, yöneticilerin hizmetleri yanı sıra aktiflerin likiti ve şirket faaliyetlerinin sona ermesi ile ilgili tüm maliyetlerden oluşmaktadır. Finansal istikrarsızlığın doğrudan maliyetleri, büyük şirketlerdeki ölçek ekonomileri nedeniyle küçük işletmelerde nispeten daha yüksektir. Borç sermayesi aktivlere olan değişen dereceli taleple subordinasiya olunmuş borçlarla temsil edildiyi, fon kaynaklarının karmaşık yapısına sahip firmalar da aynı zamanda doğrudan finansal istikrarsızlık maliyetlerine de sahiptir. (Akın Ebru Emine, 2004).

1. Finansal istikrarsızlık maliyetleri

Finansal istikrarsızlığın dolaylı maliyetleri, yüksek finansal kaldıraç nedeniyle şirketin kaybedilen fırsatlarının bir sonucudur. Bu maliyet türü, yüksek borç seviyesine sahip şirketlerle ortaya çıkan bir dizi olası sorundan kaynaklanmaktadır: müşteri güveni kaybı, tedarikçilerin gereksinimlerini

sıkılaştırması, ek sermaye çekiciliğindeki komplikasyonlar ve bunun sonucunda uygulanması şirketin yatırım politikasının uygulanması. Dolayısıyla, dolaysız finansal istikrarsızlık maliyetleri, iflastan önce nakit akışlarının düşmesine neden olur.

2. Vergi faktörlerinin rolü

Vergi faktörlerinin finansman kararlarındaki rolü de derinlemesine incelenmiştir. M. Brennan bir borç yükünün varlığının zorunlu olarak vergi avantajlarının gerçekleşmesini gerektirmediği koşullara odaklandı (bir "vergi kalkanı") ve borç yüküne, vergi avantajları ve finansal istikrarsızlık maliyetlerine bağlı olarak şirketin değerinin bir modelini oluşturdu. J. Graham 2000) 'in çalışmaları sadece vergi oranlarının daha yüksek olduğu şirketlerin yüksek borç yükü seçtiklerini değil, aynı zamanda vergi tasarruflarının şirket değerine katkısını da belirlemeye çalıştığını kanıtladı (yalnızca bir kurumlar vergisi varsa ve kişisel vergilerin vergi tasarrufu üzerindeki etkileri hariç tutulursa, vergi kalkanı şirketin değerinin% 4.3'üdür).

Sermaye yapısının oluşumuna ilişkin uzlaşma teorisinin geliştirilmesi, iki teori biçiminin ayrılmasına yol açtı: statik (Statik Ticaret Teorisi) ve dinamik (Dinamik Ticaret Teorisi).

Statik versiyon çerçevesinde, bir şirketin borç yükü finansal istikrarsızlık maliyetleri ve bir dönemde gerçekleşen borç vergi tasarruflarının faydaları esas alınarak belirlenmektedir. M. Bradley ve arkadaşlarının çalışmasında, kompromis teorisi çerçevesinde sermaye yapısı seçiminin birperiodlu modeli geliştirilmiştir.

Sermaye yapısı alanındaki daha ileri araştırmalar, optimal finansal kaldıraç seviyesinin belirleyicilerini belirlemeye odaklanmıştır. Daha sonra şirket tarafından seçilen borç yükü seviyesini etkileyen geleneksel faktörler olarak adlandırılan sermaye yapısının belirleyicilerini belirlediler. Bu faktörler şunları içerir: şirketin sermayesinin büyüklüğü, toplam sermayenin getirisi, büyüme fırsatları, şirket aktiflerinin yapısı (uzun vadeli maddi aktiflerin toplam aktiflerdeki payı).

Ancak, sermaye yapısının belirleyicileri üzerine yapılan deneysel çalışmaların sonuçları, şirketlerin statik uzlaşma teorisine bağlılıklarını tam olarak doğrulamamıştır. Bu nedenle, şirket tarafından seçilen borç seviyesi ile toplam sermaye getirisi arasında gözlenen ters ilişki, yukarıda belirtilen sonuçlarla çelişmektedir

Teorinin birperiodlu doğası ek bir seri soruna yol açtı. Statik uzlaşma teorisine göre, şirketin değerini maksimize eden optimal sermaye yapısını seçtiği varsayılmaktadır, ancak bu yapıya ulaşmanın yolu bilinmemektedir. Ayrıca, kavramın statik niteliği, kendi finansmanının kaynağı olan ve sermaye yapıları üzerinde etkisi olan şirketin dağıtılmamış kazanç rolüne dikkat edilmesine izin vermiyor.

Tablo 1'de ampirik analizlerde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait tanımlayıcı istatistik sonuçları yer almaktadır. Araştırmada BİST-de işlem gören sıgorta şirketlerinin bağımsız 6 değişken için gözlem yapılmıştır. Her değişken için gözlem sayısı 49-dur.

Tablo 1'den görüldüğü gibi BIST'de yer alan ve analiz kapsamında incelenen sigorta şirketlerinin ortalama ROA'sı %0,9'dur. ROA şirketlerin kazanma gücü, net karı ifade etmektedir.

Çalışmadaki ilk bağımsız değişken (BUYUK) sigorta şirketlerinin toplam aktifleridir. Tablo 1'den görüldüğü gibi sigorta şirketlerinin ortalama aktif büyüklüğü 20,25'dir. Araştırmada statistik hata payı 0.771 değerindedir.

Ikinci bağımsız değişken ise (HASAR) hasar prim oranıdır. Hasar prim oranı gerçekleşen hasarların kazanılmış prime olan oranıdır. Ortalama hasar prim oranı %69,7 olarak elde edilmiştir. Statistik hata payı 0.941 değerindedir.

Üçüncü bağımsız değişken ise sigorta şirketlerinin (KALDIRAC) borç sermaye oranıdır. Ortalama kaldıraç oranı 1,51'dir. BIST'de yer alan sigorta şirketlerinin kaynakların önemli bir kısmı borçlardan oluşmakta ve bu durum risklilikleri artırmaktadır. Statistik hata payı 2.328 değerindedir.

Bir diğer bağımsız değişken (LIKIT) kısa vadeli borçları ödeme gücünü gösteren bir orandır. Ortalama LIKIT 1,237 olarak belirlenmiştir. Sigorta şirketlerinin her ne kadar borç oranı yüksek olsa da kısa vadeli yükümlülükleri ödeme gücü iyidir. Bu durum sigorta şirketlerinin toplam borçlarının büyük bir kısmının uzun vadeli borçlardan oluştuğuna işaret etmektedir. Statistik hata payı 0.535 değerindedir.

Son bağımsız değişken ise (YAS) sigorta şirketlerinin kuruluş yaşıdır. Ortalama sigorta şirketlerinin yaşı 54, 93'tür. Statistik hata payı 2.078 değerindedir.

Tablo 1 Tanımlayıcı İstatistik

DEĞİŞKEN	GÖZLEM SAYISI	MİN	MAX	MEDYAN	Ort.	ST.HATA
ROA	49	-0,23	0,07	0,02	0,009	0,049
BUYUK	49	18,68	22,45	19,97	20,25	0,771
HASAR	49	0,01	1,04	0,720	0,697	0,941
KALDIRAC	49	0,17	12,04	1,510	2,451	2,328
LIKIT	49	0,95	5,378	1,030	1,237	0,535
YAS	49	15	86	62,00	54,93	2,078

Kaynak: https://www.paraborsa.net/, Veriler esasında yazar tarafından hazırlanmıştır. (28.03.2020).

Sonuç ve öneriler

Sermaye yapısının oluşumu, yarım yüzyılı aşkın bir süredir kurumsal finans alanındaki araştırmacıların dikkatini çekmeye devam ediyor. Gelişmiş sermaye piyasalarından şirketler için, sonuçları oldukça istikrarlı olan sermaye yapısının kilit belirleyicileri tanımlanmış ve bu şirketler tarafından sermaye yapısının oluşumunun bir takım özelliklerini tanımlayan stilize olgular formüle edilmişken, özkaynak ve borçlanmış sermaye oranının oluşumuna ilişkin nedenler hala çözülmemiştir. Gelişmekte olan sermaye piyasalarında faaliyet gösteren şirketlerin verileri üzerine

araştırmalar henüz ortaya çıkmaya başlamış ve henüz sermaye yapısının belirleyicileri veya yönetimin kendi sermayesi ve ödünç alınmış sermayenin optimal oranını seçmesini belirleyen güdüler açısından sürdürülebilir sonuçlara yol açmamıştır.

Aynı zamanda, gelişmekte olan finansal piyasalarda sermaye yapısının oluşturulması için bir veya daha fazla güdünün avantajına ilişkin araştırma sonuçlarındaki farklılıkların, uygulanan metodolojideki farklılıklar, seçilen ekonometrik yöntemler, incelenen piyasaların kurumsal ve makroekonomik özellikleri ile veri analiz dönemlerinden kaynaklandığı gösterilmiştir.

Genel olarak, sigorta sisteminin geliştirilmesi için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

1. Uluslararası sigorta ilişkilerinin ve dünya sigorta piyasasının küreselleşme trendlerinin analizine dayanan ulusal sigorta şirketlerinin finansal istikrarının bir unsuru olarak reasürans enstitüsü geliştirme beklentilerinin tanımlanması;
2. Lisanslama ve mevcut kontrol işlevlerinin ayrılmasını ve ayrıca sigorta, yatırım ve reasürans faaliyetleri için devlet garantilerinin sağlanmasını içeren Ulusal Sigorta Yedeklerinin oluşturulması;
3. Ulusal sigorta şirketlerinin finansal strateji, planlama ve uluslararası standartlara uygun bütçeleme sistemi, muhasebe ve raporlamanın geliştirilmesi,
4. Uluslararası sigorta ve sigorta denetim kuruluşlarıyla entegrasyonu derinleştirmek için önlemler almak.

Kaynakça

1. Erkan ALSU - Sermaye Yapısının Kârlılık Üzerindeki Etkisi: BIST 100 Üzerine Panel Veri Analizi
2. Akgüç, Ö. (2010). Finansal Yönetim. 7. Baskıdan Tıpkı Basım 8. Basım. Ankara: Avcıol Basım Yayın.
3. Akkaya, G.C. (2008). Sermaye Yapısı, Varlık Verimliliği ve Kârlılık: İMKB'de Faaliyet Gösteren Deri-Tekstil Sektörü İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. s.30. ss.1-13.
4. Albayrak, A. S. ve Akbulut, R. (2008). Karlılığı Etkileyen Faktörler: İMKB Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde İşlem Gören İşletmeler Üzerine Bir İnceleme. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 4/7. ss. 55-83.
5. Aydın, N., Başar, M. ve Coşkun, M. (2007). Finansal Yönetim. 2. Baskı. Eskişehir: Genç Copy Center.
6. Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2008). İşletmelerde Finansal Yönetim. 10. Basım. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
7. Doğan, M. (2013). Sigorta Firmalarının Sermaye Yapısı ile Kârlılık Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Muhasebe ve Finansman Dergisi. ss. 121-136.
8. Demirhan, D. (2009). Sermaye Yapısını Etkileyen Firmaya Özgü Faktörlerin Analizi: İMKB Hizmet Firmaları Üzerine Bir Uygulama. Ege Akademik Bakış. c. 9. s. 2. 677-697
9. İskenderoğlu, Ö., Karadeniz, E. ve Atioğlu, E. (2012). Türk Bankacılık Sektöründe Büyüme, Büyüklük ve Sermaye Yapısı Kararlarının Kârlılığa Etkisinin Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi. 7(1). ss. 291-311.
10. Akın Ebru Emine (2004),Sermaye Yapısı, Kaynak Maliyeti ile Firma Değeri İlişkisi ve İMKB Uygulaması,Yayımlanmamış Yüksek LisansTezi, Gazi Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
11. https://www.paraborsa.net/ (28.03.2020)

Sermaye Yapısı Ve Karlılık: İngiltere'de KOBİ'lerin Ampirik Analizi

Mehrab Kerimli

mehrabkerimli96@gmail.com

Özet

Günümüzde, küreselleşen dünyamızda teknlojinin geliştiği, rekabetin ve piyasaya giriş zorluklarının arttığı, rakiplerin çoğaldığı bir iş dünyası mevcuttur. Tüm işletmeler yaşamlarını uzun dönemde sürdürebilmek için bu gelişimlere ayak uydurmak zorundadırlar. Bu konuda sermaye yapıları da büyük öneme sahiptir. Sermaye yapısı kararları doğrudan işletmenin geleceğini etkileyebilme potansiyeline sahip olduğu için, işletmeler bu kararları alırken çok dikkatli olmalıdırlar. Sermaye yapısı kararlarına işletmenin toplam sermayesinin hangi oranda özkaynak ve hangi oranda yabancı kaynaklardan oluşacağı kararları dahildir. Doğal olarak özsermaye içerisinde özkaynak oranının yüksek olması daha avantajlı durumdur. Ancak yabancı kaynak kullanımına gidecek olan işletmeler de kısa vadeli yabancı kaynak ve uzun vadeli yabancı kaynak oranını doğru belirlemeli ve bu borçları gelecekte ne kadar ödeyebilme potansiyeline sahip olduklarını bilmelidirler. Bu çalışma, 2008 -2018 dönemi için İngiltere'de sermaye yapısı ile finansal olmayan KOBİ'lerin karlılığı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. İki Aşamalı En Küçük Kareler (2SLS) kullanılarak, sonuçlar sermaye yapısı ve kârlılık ile negatif ilişki gösteren önemli bir ilişki göstermektedir. Firmanın büyüklüğü, İngiltere'deki KOBİ'lerin kârlılığını belirleyen daha önemli bir faktör olarak gözükmektedir. Olumlu büyüklük-karlılık ilişkisi için tutarlı kanıtlar vardır. Bu çalışmanın sonuçları, firmanın sermaye yapısının İngiltere'deki KOBİ'lerin karlılığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Özellikle uzun vadeli borçların toplam aktiflere oranı kârlılıkla olumsuz ilişkilidir ve bu, KOBİ'lerin kontrolü kaybetme korkusu nedeniyle daha fazla özsermaye kullanmaya karşı bir göstergesidir.

Anahtar kelimeler: **Sermaye Yapısı, Karlılık, KOBİ**

Giriş

Birçok teori sermaye yapısını açıklamaya çalışsa da, optimal sermaye yapısını belirleyen model, finans araştırmaları arasında hala ünlü bir konudur. Sermaye yapısının statik değiş tokuş teorisinde, daha karlı bir firmanın daha yüksek kaldıraç oranına sahip olduğu tahmin edilmektedir (Frank ve Goyal, 2015). Değiş tokuş teorisinin ampirik ilgisi sıklıkla sorgulanmaktadır. Bir şirket, gelirlerini ve maliyetlerini dengeleyerek kendisi için ugun olan borç ve özkaynak karmasını seçer. Uygun borç ve özkaynak karışımını seçen yöneticiler, finansman maliyetini en aza indirir, karlılığı en üst düzeye çıkarır ve böylece rekabet avantajını artırır. Yöneticiler tarafından firmaya rekabet avantajı sağlamak ve böylece firma değerini arttırmak için farklı firmalara farklı özel stratejiler uygulanmaktadır (Gleason, 2010).

Modigliani ve Miller sermaye yapısının ilgisizlik teorisini hazırlamışlardır. "MM yaklaşımı" olarak tanınan bu yaklaşıma göre finansal kaldıraç firmanın piyasa değerini etkilememektedir. Modigliani ve Miller bunu genel olarak tamamen teorik bir sonuç olarak gördüler, çünkü türetmek için sermaye yapısı kararını etkileyecek birçok önemli faktörü ortadan kaldırmak zorunda kaldılar. Teori, gerçek dünyada göremediğimiz çok gerçekçi olmayan varsayımlara dayanıyordu. Bu, gerçek dünyayı incelemek ve sermaye yapısının neden önemli olduğunu düşünmek için bir temel sağlar. Özellikle iflas masraflarının varlığı ve faiz ödemesine yapılan uygun vergi muamelesi, firmanın değerini en üst düzeye çıkaran ve sermaye maliyetini en aza indiren "Optimal Sermaye Yapısı" kavramına yol açar (Arbor J. 2016).

Daha sonra Modigliani ve Miller daha fazla borç sermayesi kullanmanın, borcun ödenen faizi vergiye izin verilebilir bir gider olduğu için şirketin karını artıracağını savunan sermaye yapısı seçiminin belirleyicisi olarak verginin faydasını dahil ederek eski bakış açılarını revize etdiler. Bu nedenle Modigliani ve Miller firmanın değerini en üst düzeye çıkarmak için riski göz ardı ettikleri yerde mümkün olduğunca fazla borç sermayesi kullanmaları gerektiğini önermektedir. Daha sonra araştırmacılar tarafından ajans teorisi, sıra teorisi ve iflas teorisi gibi MM teorisine alternatif teorilr önerildi (Teruel, P.J.G. and Solano, P.M. 2007).

İflas maliyetleri, daha yüksek bir iflas olasılığından kaynaklanan özkaynak yerine borcun finanse edilmesindeki artmış maliyetlerdir. Bu maliyetler KOBİ'ler için büyük firmalara kıyasla daha yüksek olabilir. Göre, yasal ve idari maliyetler gibi iflas olasılığına ilişkin maliyet, şirketin karlılığını ve değerini düşüren borçla artacaktır. Araştırmalar, iflas maliyetlerinin, paydaşların onlarla iş operasyonları yapmaya isteksizliği sonucunda firmanın maruz kaldığı kar kaybı olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, borç sermaye kullanımı da ajans maliyetlerine yol açar. Ajans maliyeti, hissedarlar ve yöneticiler arasındaki ilişkinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece, daha yüksek kaldıraç, yatırım seçimi konusunda yöneticiler ve hissedarlar arasındaki çatışmaları azaltabilir (Özkan A, 2011).

Ajans teorisi, ajans çatışmalarını (ajans maliyeti) en aza indirmek ve böylece firmanın kârlılığını arttırmak için sermaye yapısı kararlarının alınması gerektiğini önermektedir. Pay sahiplerinin menfaatleri ile borçluların çatışması özellikle önemli bir ajans sorunudur. Daha fazla takas teorisi, çeşitli güçlü yönlerin faydaları ve borç finansman maliyetlerinin getirdiği kısıtlamalar dikkate alınarak borç finansmanına öncelik verilmesini önermektedir. Dolayısıyla ideal bir kaldıraç oranı olmalı ve kârlılık ve kaldıraç oranı pozitif olarak ilişkili olmalıdır (Gill, A., Biger N. ve Mathur, N. 2011).

Bu çalışmada, sermaye yapısının İngiltere'deki KOBİ'lerin risk primi üzerindeki etkisine odaklanıyoruz. Bu çalışma, İngiltere'deki finansal olmayan KOBİ'lere yönelik karlılığın belirleyicilerini araştırmak için panel veri ekonometrisindeki son gelişmeleri kullanarak literatüre katkıda bulunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, İngiltere'de KOBİ'lerin karlılığını belirlemede önemli faktörleri bulmaktır. Bu zamana kadar Birleşik Krallık'ta KOBİ'lerin kârlılığının belirleyicileri hakkında Birleşik Krallık çalışması yapılmamıştır.

Metod

Bu çalışma, sermaye yapısı ile kârlılık arasındaki ilişkiyi incelemek için dinamik modele dayanmaktadır. Varlıkların getirisi (ROA) ve kullanılan sermayenin getirisi (ROE), firmaların finansal performanslarının ölçülmesinde bağımlı değişkenler olarak kullanılırken, literatür incelemesi ile firmaların karlılığı üzerindeki etkisini ölçmek için beklenen beklenen işaretlere sahip bir dizi bağımsız değişken kullanılmıştır.

Tablo 1. Değişkenlerin tanımı ve beklenen ilişki.

Değişkenin Adı	Değişkenin İşareti	İşaret	Tanım
Performans	ROA, ROE		Toplam aktiflere net kar, faiz öncesi kazanç ve kullanılan sermayeye vergi
Sermaye Yapısı	Gearingr	-	Özkaynak borcu
Sermaye Yapısı	TD	+/-	Toplam aktiflere toplam borç

Sermaye Yapısı	LTD	-	Toplam aktiflere uzun dönemli yabancı kaynaklar
Sermaye Yapısı	STD	+/-	Toplam aktiflere kısa dönemli yabancı kaynaklar
Sermaye Yapısı	STDTD	+	Kısa dönemli yabancı kaynaklar / toplam yabancı kaynaklar
Boyut	Logsize	+	Toplam aktiflerin kaydı / satışların kaydı
Satış Büyümesi	Salesgr	+	Yıllık satışlardaki artış yüzdesi
Likidite	Liquidityr	+/-	Kısa vadeli yabancı kaynaklara / dönen varlıklar

Kaynak: Yazar tarafından.

Araşdırma Modeli

Ampirik prosedür, yukarıda açıklanan tüm firmalar için 2008-2018 yılları arasında mevcut olan tüm gözlemleri kullanmaktadır. Denklemin tahmin süreci, Panel İki Aşamalı En Küçük Kareler olacaktır. Sabit etki modeli verileri kullanmamıza izin verirken, kesişimin firmalar ve zamana göre değişmesine izin verilir. Atlanan açıklayıcı değişkenlerin etkileri, değişen şirket müdahalesinde yakalanabilir. Buna ek olarak, model sabit bir zaman etkisi ekleyerek makro ortamın karlılık üzerindeki etkisini otomatik olarak değerlendirir. Ampirik soruşturma modeli aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

ROAi,t = α0 +α1 LIQUIDITYRi,t + α2 LOGSIZE i,t + α3 GEARINGR i,t + α4 STDTD i,t + α5SALESGR i,t +λt +ηi +ε i,t (1)

ROAi,t = α0 +α1 LIQUIDITYRi,t + α2 LOGSIZE i,t + α3 TDA i,t + α4 STDTD i,t + α5SALESGR i,t +λt +ηi +ε i,t (2)

ROAi,t = α0 +α1 LIQUIDITYRi,t + α2 LOGSIZE i,t + α3LDA i,t + α3 SDA i,t + α4 STDTD i,t + α5SALESGR i,t +λt +ηi +ε i,t (3)

ROAi,t değeri, i firmasının varlıklarının t zamanında geri dönüşü, LIQUIDITYRi,t değeri, i firmasının t zamanında likiditesi, LOGSIZEi,t değeri, i firmasının t zamanında satış veya toplam varlıklarını, GEARINGRi,t değeri, i firmasının t zamanında finansal kaldıracı, STDTD i,t değeri i firmasının t zamanında kısa vadeli yabancı kaynaklarının toplam yabancı kaynak içerisindeki yerini, SALESGRi,t değeri i firmasının t zamanında satış artışlarını göstermektedir. λt parametresi, karlılığı etkileyen toplam faktörleri toplamak için zamana bağlı bir değişkendir, ancak firmalar arasında değişime izin vermemekle birlikte, her bir firmanın gözlemlenemeyen heterojenitesidir ve εit rasgele rahatsızlığı ölçer.

Analiz

Tablo 2. Panel A (ROA)

Değişkenler	Katsayılar	Anlamlılık Düzeyi	Katsayılar	Anlamlık Düzeyi	Katsayılar	Anlamlılık Düzeyi
C	-0.5976	0.0000***	-0.6466	0.0000***	-0.7285	0.0000***
Liquidityr	-0.0157	0.0000***	-0.0116	0.0000***	-0.0166	0.0061**
Logsize	0.0572	0.0000***	0.0605	0.0000***	0.0612	0.0000***
Gearingr	-0.0184	0.0000***				
TDA			-0.0642	0.0000***		
SDA					0.0641	0.0085**

LDA					-0.0509	0.0496**
Salesgr	0.0076	0.9185	0.0080	0.1177	0.0073	0.3195
STDTD	0.0039	0.0148**	0.0043	0.0221**	0.0035	0.0471**
Belirlenmiş R 2	0.846		0.847		0.752	
Gözlemler	170232		178232		181157	

Kaynak: Yazar tarafından.

Tablo 3. Panel B (ROE)

Değişkenler	**Katsayılar**	**Anlamlılık Düzeyi**	**Katsayılar**	**Anlamlık Düzeyi**	**Katsayılar**	**Anlamlılık Düzeyi**
C	-21.1456	0.0000***	-2.4499	0.6043	-8.0097	0.0098**
Liquidityr	-0.0157	0.0001***	-0.2177	0.0348**	-0.1189	0.0010**
Logsize	5.3080	0.0000***	1.4102	0.0143**	8.0897	0.0008**
Gearingr	-0.0573	0.0000***				
TDA			-0.0313	0.0093**		
SDA					-0.0592	0.0003***
LDA					0.0471	0.0089**
Salesgr	0.0016	0.8989	0.0002	0.7485	0.0021	0.6720
STDTD	11.0195	0.0000***	22.9783	0.0000***	18.4370	0.0000***
Belirlenmiş R 2	0.498		0.265		0.752	0.429
Gözlemler	167446		205005		181157	204639

Kaynak: Yazar tarafından.

Tablo 2'nin A ve B panellerinde, ROA ve ROE üzerindeki tahmini katsayı tüm durumlarda oldukça önemlidir. LOGSIZE tarafından ölçülen değişken firma büyüklüğü, tüm tahminlerde pozitif olarak imzalanmış tahmini katsayılarla her zaman oldukça önemlidir. Likidite oranı tüm ROA ve ROE tahminleri için negatiftir. Ayrıca ROA ve ROE için% 1 veya% 5 düzeyinde önemlidir. Likidite eksikliğinin iş başarısızlığının önemli bir nedeni olduğuna dair kanıtlar vardır. Likidite yükseldikçe kârlılık düştüğünde, varlıklara net kâr ile faiz ve kullanılan sermayeye vergi öncesi kazanç arasındaki negatif korelasyon doğrulanır. İflas uygulayıcıları topluluğu (2009) tarafından yapılan bir araştırma, işletme sermayesi ve ödemesiz borçluların eksikliğinin şirketler tarafından başarısızlığın ana nedeni olarak giderek daha fazla atıfta bulunduğunu ortaya koymaktadır. Satışlardaki büyüme karlılıkla pozitif bir ilişki göstermektedir. Hiçbir tahminde anlamlı değildir. Bir firmanın iş fırsatlarının göstergesi olabilecek satış büyümesi, firmaların daha fazla kârlılığa sahip olmalarını sağlayan önemli bir faktördür. Burada satış büyümesinin işareti, ROA ve ROE tahminleri için toplam örneklemin tüm tahminlerinde olumludur.

Sonuç

Bu çalışma 2008-2018 dönemi için İngiltere'de sermaye yapısı ile finansal olmayan KOBİ-lerin karlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sonuçlar, sermaye yapısı ile karlılık arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Firmanın büyüklüğü İngilterede KOBİlerin karlılığını belirleyen daha bir önemli faktör olarak görülmektedir. Burada olumlu büyüklük-karlılık ilişkisi mevcuttur.

Tahmin sonuçları, her iki karlılık ölçütü için karlılık ve dişli oranı ile negatif bir korelasyona işaret etmektedir. Aynı ilişki, diğer kaldıraç (TDA) ve tüm tahminler için karlılık ölçüsü için de gösterilmiştir ve sonuçlar da istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu, KOBİ'lerin riskin daha yüksek olduğunu söyleyen teori ile tutarlı bir geri dönüşün daha büyük bir göstergesidir. Ancak bu, acentelik teorisi ile tutarlıdır, çünkü kaldıraç ne kadar yüksekse, dış borcun acentelik maliyeti de artar. Ancak,

Uzun vadeli borç ve toplam varlıklar (LDA) açısından sonuçlar karlılıkla istatistiksel olarak anlamlı negatif bir ilişki gösterirken, toplam varlıklara kısa vadeli borç (SDA) karlılıkla pozitif bir ilişki göstermektedir. Bu, karlı firmaların faaliyetlerini finanse etmek için daha kısa vadeli borç kullandıklarını göstermektedir. Bu nedenle, kısa vadeli borçlar İngiltere'deki KOBİ'lerin finansman operasyonlarında olağanüstü bir rol oynamaktadır. Pahalı borç kullanımının acentelik problemleri yaratmasının ve karlılıkla olumsuz ilişkiye yol açmasının nedeni bu olabilir. Bu Arbor (2016) ve Gleason ve arkadaşları (2010) tarafından doğrulanmıştır.

Analiz, satış büyümesi ile aktiflerin getirisi ve küçük şirketlerin istihdam edilen sermaye getirisi arasında zayıf bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Bu, satış büyümesi için performans denklemi ile ROA ve ROE arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmaması durumunda açıktır. Satış büyümesi, çoğu sektördeki karlılıkla olumlu ilişkilidir ve toplam örneklem için tüm tahminlerde pozitif korelasyon göstermektedir. Ancak bu, İngiltere'de KOBİ'lerin karlılığı için önemsiz bir ilişki bulduğumuz için önemli bir faktör değildir. Bunun anlamı, büyümedeki kısa vadeli artışın kârlılık etkisi olmayacaktır ve bunun tersi de geçerlidir.

Bu çalışmanın sonuçları, firmanın sermaye yapısının İngiltere'deki KOBİ'lerin karlılığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Özellikle uzun vadeli borçların toplam aktiflere oranı kârlılık ile negatif ilişkilidir ve bu, KOBİ'lerin kontrolü kaybetme korkusu nedeniyle daha fazla özsermaye kullanmaya ve dolayısıyla sermaye yapısındakinden daha fazla borç kullanmanın bir göstergesidir. Ajans sorunlarından ve özsermaye kazanmada karşılaşılan sorunlardan kaçınmak, borç kullanımını artırır. Gelecekteki araştırmalar, sermaye yapısı ile firmanın karlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek için yöneticinin algılaması gibi nitel faktörleri içeren İngiltere dışındaki bulguların genellemelerini araştırmalıdır.

Kaynakça

1. Arbor, J.,(2016), “The effect of capital structure on Profitability: an empirical analysis of listed firms in Ghana” , The journal of risk and finance, pp. 438-47.
2. Arcas M.J, and Bachiller, P., (2008), “Performance of capital structure of privatized firms in Europe”, Global economic review, pp 107-123.
3. Farna, E. F. and French, K. R. (2008) “Taxes, Financing Decisions, and Firm Value”, Journal of Finance, Vol.53, (3),819-843.
4. Frank M.Z., K.V. Goyal, (2015) “Trade-Off and Pecking Order Theories of Debt”, Handbook of Corporate Finance: Empirical Corporate Finance, Vol. 2, pp. 1-82
5. Gill, A., Biger, N., & Mathur, N. (2011, December). The Effect of Capital Structure on Profitability: Evidence from the United States. International Journal of Management, 28(4).
6. Gleason K.C., Mathur I. and M. Singh (2010), “Wealth effects for acquirers and divestors related to foreign divested assets”, International Review of Financial Analysis, 9:1, 5-20.
7. İnam M. (2017), “Sermaye Piyasası”, ss: 38-74, 106-152.
8. Krishnan, V.S. and R.C. Moyer, 1997, “Determinants of Capital Structure: an Empirical Analysis of Firms in Industrialized Countries”, Managerial Finance, 22 (2), 39-55.
9. Ozkan, A. (2011), “Determinants of Capital Structure and Adjustment to Long Run target: Evidence from UK Company Panel Data”, Journal of Business Finance and Accounting, 28, pp.175-198.
10. Teruel, P.J.G. and Solano, P.M. (2007), “Effects of Working Capital Management on SME Profitability”, International Journal of Managerial Finance, pp. 164-177.
11. Yaslıdağ B. (2018), “Finansal Yönetim ve Finansal Analiz””, ss: 24-93
12. Weston J. F., and Brigham, E. F., (2010), Essentials of managerial finance, 10th Edition.

Выявление и Предотвращение Фальсификации Финансовой Отчетности

Юнис Аббасов
abbasov-yunis@mail.ru

Аннотация

Настоящая выпускная диссертационная работа посвящена общим аспектам выявления фальсификаций финансовой отчетности. Большое значение в современной экономике приобретает информация. Она оказывает прямое влияние на принятие экономических решений. Поэтому для анализа информации важно иметь не просто данные отчетности компании, а достоверные данные, откуда вытекает необходимость овладения методами выявления мошенничества в составлении отчетности.

Выявление рисков существенного искажения финансовой отчетности осуществляется в ходе ознакомления с деятельностью соответственной организации или предприятия , а также со средствами контроля, имеющими отношение к группам однотипных операций, остатками по счетам бухгалтерского учета и случаям раскрытия информации. Целью такой стадии является оценка вероятности наличия искажений на уровне предпосылок подготовки финансовой отчетности и подверженности отчетности в целом существенным искажениям.

Фальсификация финансовой отчетности – это важная и сложная проблема современного бухгалтерского учета. Эта проблема имеет место и в странах с развитой рыночной экономикой, в которых существует система общественного надзора над процедурой подготовки финансовой отчетности и в нашей стране, где в текущих реалиях реформируется система бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами и создается общественный надзор.

При выявлении учетных рисков также необходимо проанализировать их влияние на риск недобросовестных действий и риск непрерывности деятельности. Соответственно, при выявлении основных рисков недобросовестных действий, связанных с составлением финансовой отчетностью или присвоением активов, следует оценить их влияние на учетный риск и риск непрерывности деятельности проверяемой организации. Также на стадии выявления рисков требуют особого рассмотрения, оценить их значимость.

Ключевые слова: Фальсификация, финансовая отчетность, выявление и предотвращение.

Введение

В условиях глобализации появляется необходимость в оценке финансового положения и сравнительном анализе как отечественных компаний так и иностранных, как компаний действующих в рамках одного государства, так и транснациональных. Финансовая отчетность в данном случае может выступать в качестве информационной базы для объективного анализа, а за её унификацию будет отвечать приближение национальных и региональных стандартов учета на основании международных стандартов финансовой отчетности. Фальсификация данных финансовой отчетности порождает дополнительный информационный риск (это риск, связанный с принятием экономических решений, основанных на недостоверной финансовой отчетности), снижается эффективность рынка капитала, различные сектора экономики становятся менее прозрачными. Исходя из этого актуальной задачей будет предотвращение манипуляций с отчетностью.

В современном мире фальсификацией занимаются многие организации, умышленно искажающие отчетные показатели, что образует угрозу для объективности принимаемых финансовых решений, основанных на финансовой отчетности. Даже при условии того, что финансовая отчетность многих компаний подлежит обязательному аудиту, аудиторская

проверка не способна гарантировать полную достоверность отчетности; исходя из этого существует необходимость выявления искажений в отчетности, для поддержания эффективного функционирования экономики.

Финансовая отчетность определяет будущее компании, её развитие, рост, прогресс или регресс. Отчетность может обеспечить мобилизацию и распределение сбережений общества. И важная задача именно для общества состоит в том, чтобы вкладывать свои сбережения в те компании, которые действительно приносят прибыль и выгодны с точки зрения сохранения сбережений. Близкая к этому модель используется в Японии, где работники корпораций вкладываются в собственные компании и благодаря этому успешно сохраняют, и увеличивают своё обеспечение в старости. Изучение финансовой отчетности будет еще долго волновать умы ученых-экономистов – это и показывает актуальность моей работы.

Актуальность темы исследования заключается в том, что фальсификация финансовой отчетности – это важная и сложная проблема современного бухгалтерского учета. Эта проблема имеет место и в странах с развитой рыночной экономикой, в которых существует система общественного надзора над процедурой подготовки финансовой отчетности и в нашей стране, где в текущих реалиях реформируется система бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами и создается общественный надзор. В условиях глобализации появляется необходимость в оценке финансового положения и сравнительном анализе как отечественных компаний, так и иностранных, как компаний, действующих в рамках одного государства, так и транснациональных.

Метод

В процессе написания первой главы были использованы общенаучные методы исследования (анализ и синтез, дедукция и индукция, логический и исторический, сопоставление и объяснение), в особенности, при раскрытии экономической природы, классификации и методов фальсификации финансовой отчетности.

Автор стремился составить полный и практически обоснованный обзор различных способов фальсификации и искажения финансовой отчетности и всесторонне раскрыть и изучить методы их выявления и предотвращения при проведении аудита в производственных предприятиях

Средства накопления информации будут применяться при анализе правонарушений, а также при изучении методов выявления и предотвращения фальсификации финансовой отчетности.

При исследовании использовались данные статей, книг, учебных пособий и общеэкономических журналов. В целом, теоретические основы, применяемые в этом исследовании, охватывают различные предметные области в рамках стратегического управления, финансов, экономики, бухгалтерского учета и аудита.

Анализ

Под понятием фальсификации финансовой отчетности подразумевается фальсификация балансов, отчетов о доходах и отчетов о движении денежных средств, чтобы обмануть людей, которые их читают. Мошенник может преследовать личную выгоду или пытается удержать бизнес на плаву. Ложные финансовые отчеты являются одним из многих видов мошенничества в области бухгалтерского учета. Они могут включать множество преступлений, в том числе

мошенничество с ценными бумагами и лжесвидетельство.

Неудивительно, что многие предприниматели совершают финансовые махинации в личных целях. Если их бонус зависит от того, какой доход приносит их отдел, в их собственных интересах увеличить доход в отчете о прибылях и убытках. Если показатели компании были низкими, высшее руководство может порадовать владельцев, написав фальшивую финансовую отчетность, чтобы сказать иначе.

Схемы мошенничества в управлении не обязательно обогащают интриганов. Владельцы бизнеса могут манипулировать счетами, чтобы сделать компанию более здоровой для инвесторов или кредиторов. Они могут сделать это, либо увеличивая доход и стоимость активов, либо недооценивая долги и обязательства компании (Брюханов М. Ю., 2009, с.76).

Общие хитрости и инструменты в совершении мошенничества часто просты:

- Отправлять товары несуществующим клиентам, а затем кредитовать счета для продажи.
- Сообщать о несуществующем доходе от продажи, например, предварительно выставив счет постоянному клиенту за его следующую покупку.
- Отложить отчетные расходы на более поздний расчетный период, чтобы текущие доходы выглядели более здоровыми.
- Фальсифицировать стоимость актива. Если, скажем, инвестиции в акции теряют свою стоимость, компания должна отражать это в балансе. Без этого активы компании выглядят более ценными, чем они есть (Сотникова Л. В., 2011, с.124).

Компании, которые занимаются мошенничеством, часто используют несколько уловок. Они также могут совершать и другие виды мошенничества.

Аудиторы и эксперты по мошенничеству говорят, что владельцы бизнеса могут использовать несколько предупреждающих знаков для выявления возможных угроз. Красные флажки применяются независимо от того, смотрите ли вы на другую компанию или на свою фирму:

- Менеджер или бухгалтер, живущий не по средствам.
- Финансовые затруднения.
- Человек находится под сильным давлением, чтобы выполнять и приносить доход.
- У кого-то есть проблемы с контролем, не желающие делиться обязанностями с другими.

Другие признаки меньше о человеке и больше о документах:

- Отсутствующие / измененные документы.
- Расхождения и необъяснимые вещи.
- Доход растет, но денежный поток остается неизменным.
- Значительное, необъяснимое изменение активов или обязательств.
- Производительность компании резко возрастает до конца финансового года.
- Необъяснимые кредиты или бонусы (Когденко В.Г., 2009, с.5).

Согласно исследованию, проведенному Ассоциацией сертифицированных экспертов по борьбе с мошенничеством (ACFE), мошенническая финансовая отчетность составляет примерно 10% случаев, связанных с преступлениями белых воротничков. Незаконное присвоение активов и коррупция, как правило, происходят гораздо чаще, но финансовые последствия этих последних

преступлений гораздо менее серьезны. ACFE определяет мошенничество как «обман или искажение фактов, которые физическое или юридическое лицо делает зная, что искажение может привести к некоторой несанкционированной выгоде физическому лицу или юридическому лицу или некоторой другой стороне». Жадность и давление на работу являются наиболее распространенными факторами, подталкивающими руководство к обману инвесторов и кредиторов (Бычкова С.М., 2016: с.55).

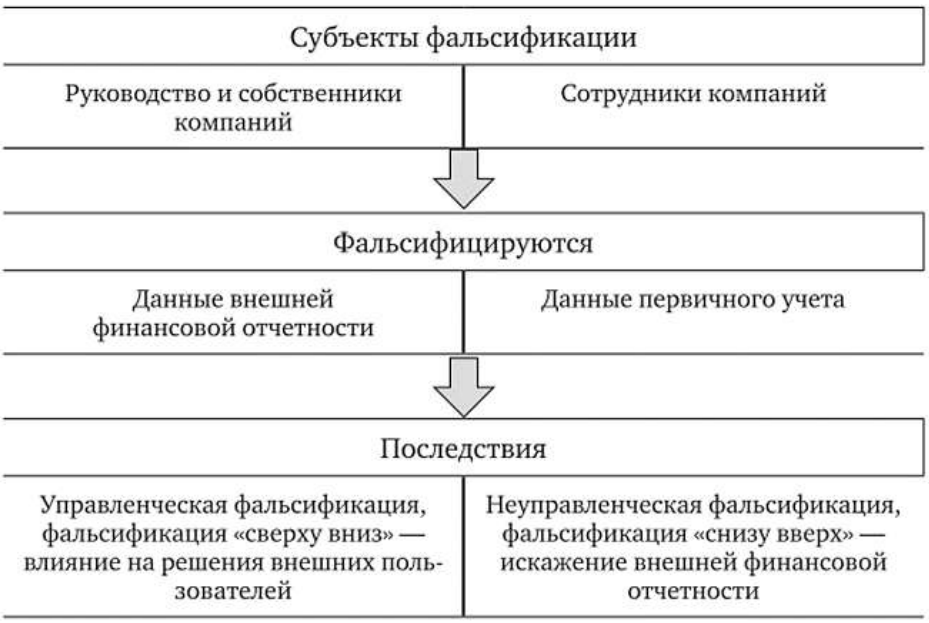
Мошенничество с финансовой отчетностью может проявляться во многих различных формах, хотя после введения в заблуждение методов бухгалтерского учета будут использоваться различные системы манипулирования для поддержания устойчивости. Общие подходы к искусственному улучшению внешнего вида финансовых показателей включают в себя: завышение доходов путем регистрации будущих ожидаемых продаж, занижение расходов с помощью таких средств, как капитализация операционных расходов, увеличение чистой стоимости активов путем сознательного отказа от применения надлежащего графика амортизации, сокрытие обязательств от баланс компании и неправильное раскрытие информации о сделках с заинтересованностью и структурированных финансовых сделках.

Существует пять основных типов мошенничества с финансовой отчетностью:

- фиктивные продажи
- неправильное признание расходов
- неправильная оценка активов
- скрытые обязательства
- неподходящие раскрытия

Другой тип мошенничества с финансовой отчетностью связан с практикой бухгалтерского учета, которая позволяет компании занижать доходы за один отчетный период и сохранять их в качестве резерва для будущих периодов с худшими показателями. Такие процедуры устраняют появление волатильности в операциях.

Схема 1. Субъекты фальсификации финансовой отчетности



Источник: https://studme.org/146468/buhgalterskiy_uchet_i_audit

Наиболее распространенные махинации с финансовым отчетом:

- Учет аномалий, таких как рост доходов без соответствующего роста денежных потоков. Продажами намного легче манипулировать, чем денежным потоком, но они должны двигаться более или менее в тандеме с течением времени.
- Последовательный рост продаж, в то время как устоявшиеся конкуренты переживают периоды слабых результатов. Конечно, это может быть связано с эффективными деловыми операциями, а не с мошеннической деятельностью.
- Быстрый и необъяснимый рост количества дневных продаж дебиторской задолженности в дополнение к растущим запасам. Это предполагает устаревшие товары, для которых фирма регистрирует фиктивные будущие продажи.
- Значительный всплеск результатов деятельности компании за последний отчетный период финансового года. Компания может испытывать огромное давление, чтобы оправдать ожидания аналитиков.
- Компания поддерживает стабильную валовую прибыль, в то время как ее отрасль сталкивается с ценовым давлением. Это может потенциально указывать на неспособность признать расходы или агрессивное признание выручки.
- Большое наращивание основных средств. Неожиданное накопление основных средств может пометить использование капитализации операционных расходов, а не признание расходов.
- Методы амортизации и оценки срока полезного использования активов, которые не соответствуют показателям всей отрасли. Завышенный срок службы актива уменьшит ежегодные расходы на амортизацию.
- Слабая система внутреннего контроля. Сильные процессы корпоративного управления и внутреннего контроля сводят к минимуму вероятность того, что мошенничество с финансовой отчетностью останется незамеченным.
- Невероятная частота сложных операций со связанными сторонами или третьими лицами, многие из которых не добавляют ощутимой ценности (могут использоваться для сокрытия задолженности за балансом).
- Фирма находится на грани нарушения своих долговых обязательств. Чтобы избежать технического дефолта, руководство может быть вынуждено мошеннически корректировать свои коэффициенты левереджа.
- Аудитор был заменен, в результате чего пропущенный отчетный период. Замена аудитора может сигнализировать о дисфункциональных отношениях, в то время как пропущенный отчетный период дает дополнительное время для «исправления» финансовых результатов.
- Непропорциональная сумма управленческой компенсации получается из бонусов, основанных на краткосрочных целях. Это дает стимул для совершения мошенничества.

В последние дни возрос спрос на аутентичные функции аудита для услуг, помимо простого подтверждения ответственности. Это связано с тем, что заинтересованные стороны задаются вопросом, почему мошенники не могут быть обнаружены аудиторами. Существует ряд крупных бухгалтерских скандалов, которые внушают такой страх, в том числе WorldCom,

Famie Mac и Enron.

Следовательно, репутация финансовой отчетности сильно пострадала, что вдохновило на возобновление беспокойства о случаях и подверженности корпоративного скандала в финансах. Была проведена широкая реструктуризация законодательства и Комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC) для решения вопросов корпоративного управления, а также для установления внутреннего контроля (Бакаев А.С., 2010, с.8).

В нынешних условиях мошенничество - это преднамеренный акт искажения финансовой отчетности, который в основном сводится к преднамеренной нечестности, мошенничеству и краже. Определение советов по надзору за бухгалтерским учетом публичной компании заключается в том, что мошенничество представляет собой преднамеренное искажение финансовой отчетности, подлежащей проверке. Результатом мошенничества являются финансовые убытки или денежные потери.

Обнаружение красных флажков может быть чрезвычайно сложным, поскольку фирмы, которые занимаются мошеннической деятельностью, будут пытаться изобразить образ финансовой стабильности и нормальных деловых операций. Вертикальный и горизонтальный анализ финансовой отчетности представляет собой простой подход к выявлению мошенничества. Вертикальный анализ включает в себя учет каждого элемента в отчете о прибылях и убытках в процентах от выручки и сравнение тенденций по сравнению с прошлым годом, которые могут быть потенциальной причиной беспокойства. Аналогичный подход также может быть применен к бухгалтерскому балансу с использованием совокупных активов в качестве контрольного ориентира для сравнения значительных отклонений от нормальной деятельности. Горизонтальный анализ реализует аналогичный подход, согласно которому финансовая информация, а не учетная запись, служит отправной точкой для представления в процентах от показателей базовых лет. Аналогичным образом необъяснимые изменения в процентах могут служить красным флагом, требующим дальнейшего анализа.

Сравнительный анализ коэффициентов также позволяет аналитикам и аудиторам выявлять расхождения в финансовой отчетности фирмы. Анализируя коэффициенты, можно определить и проанализировать информацию о дневных продажах по дебиторской задолженности, коэффициентам кредитного плеча и другим важным показателям на предмет несоответствий. Математический подход, известный как модель Бениша, оценивает восемь коэффициентов для определения вероятности манипулирования доходами. Качество активов, износ, валовая маржа, левередж и другие переменные учитываются при анализе. Объединяя переменные в модель, вычисляется M-оценка; значение, превышающее -2,22, требует дальнейшего изучения, поскольку фирма может манипулировать своими доходами, в то время как показатель M менее -2,22 предполагает, что компания не является манипулятором. Подобно большинству других стратегий, связанных с отношениями, полная картина может быть только точной изображается, когда мультипликаторы сравниваются с отраслью и с историческим средним для конкретной фирмы (Волошин Д. А., 2013: с.25).

Правильное знание «красных флажков», позволяющее компаниям не заниматься недобросовестными методами бухгалтерского учета, является полезным инструментом для обеспечения безопасности ваших инвестиций.

Сложность мошенничества с финансовой отчетностью привлекла значительное внимание в течение последнего десятилетия. Стало ясно, что существует множество тонких методов, используемых для манипулирования расходами и доходами, которые нелегко обнаружить без знания необходимых аналитических инструментов. В 2002 году, после серии крупных корпоративных мошеннических скандалов, Конгресс принял закон Сарбейнса-Оксли, который ввел строгие реформы в стандарты финансовой отчетности в надежде защитить инвесторов от возможной мошеннической бухгалтерской деятельности. Несмотря на эти новые стандарты, число случаев мошенничества, а также стоимость ложной финансовой отчетности в долларах продолжали расти в течение последних 14 лет.

Большинство случаев мошенничества с финансовой отчетностью принимают форму ненадлежащего признания выручки, искажения активов, обязательств или расходов. Практически невозможно отследить источник каждого потока доходов, проверить наличие всех зарегистрированных активов или найти потенциальные расходы, которые могли быть пропущены. Тем не менее, методы криминалистической аналитики могут помочь в выявлении очень специфических нарушений финансовой отчетности путем выявления нарушений в отчетных значениях. Некоторые из этих методов включают анализ сообщаемых цифр, обнаружение математических ошибок и оценку риска на основе противоречивых данных (Мухаметшин Р.Т., 2009, с.49).

Анализ цифр

Правдивые финансовые отчеты в целом соответствуют закону Бенфорда, который является математическим принципом, утверждающим, что в наборах больших натуральных чисел начальная цифра чаще всего мала. Закон гласит, что 1 - наиболее часто встречающаяся цифра, появляющаяся в 30% случаев; 2 появляется около 18% времени, 3 - около 13% времени, 4 - около 10% времени, 5 - около 8% времени, 6 - около 7% времени, 7 - около 6% времени, 8 около 5% времени, а 9 - около 4% времени. Группы сообщаемых чисел, которые отклоняются от предсказаний закона Бенфорда значительно больше, чем медианное абсолютное отклонение, часто являются красными флагами либо для преднамеренного, либо для непреднамеренного искажения. Судебно-медицинский бухгалтер, который обнаруживает эти отклонения, должен выполнить дальнейшие тесты, чтобы проверить наличие ошибок в сообщенных числах.

Обнаружение предубеждений

Закон Бенфорда можно использовать для определения числовых искажений, на которые влияют психологические барьеры. Например, компания может быть склонна округлять число, например, 196 497, до значения, превышающего 200 000, чтобы оно выглядело как значительно большее число при незначительном увеличении сообщаемой суммы. Это смещение может быть выявлено по превышению «0» второй цифры и относительному отсутствию «9» второй цифры.

Смещения также можно определить статистически путем построения графика данных, использования методов сглаживания для выявления любых больших расхождений и расчета статистики для определения значимости разрывов. Это позволяет аналитику быстро выявлять противоречивые данные.

Оценка риска

Различные методики оценки рисков были разработаны для выявления случаев мошенничества на основе финансовых отчетов. Эти методы оценивают риск мошенничества, выявляя нестабильное поведение, колебания остатков на счетах (высокие или низкие) и целевое поведение в продажах, прибыли, расходах и т.д.

Данные из этих категорий применяются к ряду формул для расчета показателя риска для каждой категории. Каждый из этих показателей затем взвешивается, чтобы наиболее точно отразить общий риск. После оценки риска и выяснения вероятности мошенничества аналитик может продолжить расследование по мере необходимости.

Несмотря на то, что многие из этих инструментов могут быть автоматизированы, они не могут заменить руки при приближении кеды. Первым шагом в анализе возможности мошенничества является подготовка параллельного анализа тенденций компании-субъекта. Сравнивая балансовый отчет и отчет о прибылях и убытках с каждым годом и по категориям, можно выявить возможные проблемные области из-за различий, пропусков и других тенденций. Еще один метод, используемый судебными бухгалтерами, заключается в сравнении рассматриваемой компании с ее группой сверстников. В этом случае финансовые нарушения могут быть выявлены по изменениям в производительности и положении по сравнению с аналогичными по размеру предприятиями в той же отрасли. Этот анализ может быть выполнен даже по региону и дате выписки.

Обнаружение и расследование мошенничества с финансовой отчетностью включает следующие десять шагов:

1. Понимание того, созрели ли поведенческие условия для мошенничества, прежде всего путем определения наличия сильного стимула для лиц участвовать в мошеннической финансовой отчетности

2. Определение наличия индикаторов риска мошенничества (красные флажки); эти симптомы существуют, когда происходят определенные мошенничества с финансовой отчетностью

3. Учитывая наличие слабых мест во внутреннем контроле, которые могут упростить мошенничество с финансовой отчетностью без выявления в ходе обычной деятельности

4. Выполнение аналитических процедур, направленных на выявление мошенничества в финансовой отчетности, таких как анализ коэффициентов и тенденций

5. Участие в целевом анализе записей журнала, поскольку большинство случаев мошенничества с финансовой отчетностью либо осуществляется, либо скрывается за счет использования нестандартных записей журнала.

6. Отслеживание и оценка собранной информации для определения наличия явных признаков мошеннической финансовой отчетности.

7. Оценка того, является ли финансовая отчетность существенно искаженной в результате несоответствия требованиям GAAP США или МСФО (или другой приемлемой основы бухгалтерского учета)

8. Более глубокое изучение дополнительных доказательств, чтобы определить, имеются ли доказательства преднамеренного обхода внутреннего контроля и преднамеренного искажения

финансовых отчетов.

Выявление финансового мошенничества не ограничивается проверкой данных, обнаруженных исключительно в финансовой отчетности и декларациях по подоходному налогу. Криминалисты также привлекаются для изучения систем бухгалтерского учета и эксплуатации, которые могут выявить возможное мошенническое поведение.

Результаты

Для того чтобы добиться успеха на рынке, предприятию необходимо выявить, какие факторы влияют на его доходы. Учет внешней среды может заставить предпринимателей вносить соответствующие корректировки в свой финансовый результат, чтобы сделать его более адаптируемым к внешней среде.

Макроэкономика является одним из наиболее определяющих факторов, влияющих на риск фальсификации финансовой отчетности, хотя и является внешним элементом. Высокие ставки налогов могут препятствовать извлечению необходимой выгоды, что в свою очередь может привести к различным методам фальсификации. Не мало случаев фальсификации финансовой отчетности происходит, когда изменяется обменный курс в пользу импортирующих поставщиков, что чревато падением национальной валюты и возникновением инфляции.

Фальсификация финансовой отчетности более активно применяется при рецессиях, так как в условиях экономического спада партнеры бизнеса будут откладывать покупку нового оборудования и материалов, потому что они не знают, будет ли спрос на их товары и услуги. Продажа запасных частей и других дополнительных товаров может стать важным источником дохода.

Список Литературы

1. Учебник: Брюханов М. Ю. (2009) Фальсификация финансовой отчетности: обнаружение и предотвращение.
2. Учебник. Сотникова Л. В. (2011) Мошенничество с финансовой отчетностью: выявление и предупреждение. М.: Бухгалтерский учет.
3. Учебное пособие. Куликова Л. И. (2011) Вуалирование и фальсификация финансовой отчетности: историко-эволюционный аспект //Международный бухгалтерский учет. №. 14.
4. Учебное пособие. Когденко В.Г. (2015) Корпоративное мошенничество: анализ схем присвоения активов и способов манипулирования отчетностью // Экономический анализ: теория и практика. №4 (403). С.2-13
5. Статья. Бычкова С.М., (2016) Итыгилова Е.Ю. Контроль качества аудиторской деятельности. М.: КНОРУС.
6. Статья: Волошин Д. А. Монография. (2016) Искажение корпоративной отчетности: выявление, противодействие и профилактика. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М.
7. Статья. Мухаметшин Р.Т. (2009) Мошенничество в финансовой отчетности // Экономический анализ: теория и практика. №6. С.49-58
8. Статья. Бакаев А.С. (2010) О роли бухгалтерского учета в инновационной экономике // Международный бухгалтерский учет. №5. С.8-12
9. Интернет ресурс: https://studme.org/146468/buhgalterskiy_uchet_i_audit

Проблемы, Сдерживающие Механизм Внедрения Финансового Планирования На Промышленных Предприятиях

Парвиз Ахундов

pervizz.axundov555@mail.ru

Резюме

Финансовое планирование является неотъемлемой частью общей системы управления финансами, которая, в свою очередь, является основным элементом общей системы управления предприятием. Успешное развитие предприятия зависит от организации системы финансового планирования. Главной отличительной чертой современного финансового менеджмента является независимость субъектов, с учетом этого предприятия и организации вынуждены самостоятельно разрабатывать финансовое планирование и бюджетирование.

В условиях рыночной системы управления предприятия самостоятельно устанавливают цены на реализуемые товары, а также косвенно участвуют в процессе ценообразования на товары и услуги при покупке их у поставщиков и подрядчиков, определяют и устанавливают различные формы вознаграждения. После уплаты налогов организации самостоятельно распоряжаются своими оставшимися финансовыми ресурсами, самостоятельно выбирают для них наиболее эффективные объекты инвестирования, вложения в текущие и нематериальные активы. Прямое вмешательство государства в деятельность предприятий и организаций было ослаблено. Хозяйствующие субъекты самостоятельно устанавливают желаемый уровень рентабельности и обеспечивают его достижение. В связи с этим необходимо тщательно рассчитывать последствия каждого управленческого решения, а это невозможно без внедрения системы финансового планирования на предприятиях и в организациях.

Опыт предпринимательства в сфере потребительской кооперации показывает, что планирование деятельности организации становится все более важным в связи с быстрыми изменениями операционной среды. Отсутствие четкого плана экономической и финансовой деятельности является неопровержимым доказательством неудовлетворительного управления организацией. Успех предпринимательского проекта, независимо от его масштаба, масштаба или формы организации бизнеса, невозможен без четкого видения перспективы бизнеса, без разработки надежных руководящих принципов и реального плана осуществления экономической и финансовой деятельности.

Ключевые слова: финансовое планирование, финансовый план, система планирования, система бюджетирования, бюджет.

Введение

В условиях рыночной экономики и жесткой конкуренции возрастает значение и актуальность финансового планирования. Очевидно, что благосостояние предприятия в корне зависит от правильной организации финансового планирования. Бизнес не может процветать без разработанных финансовых планов и контроля за их выполнением. В качестве одного из инструментов для улучшения управления, основанного на широком участии менеджеров на всех уровнях в процессе финансового планирования и контроля, улучшения информационных и коммуникационных потоков, предлагается использовать бюджетирование, которое уже давно доказано в развитых странах.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена тем, что это попытка представить всестороннее изложение вопросов, связанных с совершенствованием системы финансового планирования, с точки зрения оптимизации системы управления промышленным

предприятием путем внедрения системы планирования бюджета и контроля исполнения бюджета. Знание теоретических и методологических основ организации бюджетного планирования и контроля, вариантов адаптации систем бюджетирования к отечественным условиям представляет несомненный практический интерес и актуально для азербайджанских организаций в сложившейся ситуации.

Влияние Внедрения Финансового Планирования

При определении результатов финансового планирования авторы имеющихся в настоящее время плановых работ не разделяют эффекты реализации финансового планирования в зависимости от размера предприятия, количества видов деятельности и сложности производственного цикла. Хотя это разделение кажется нам подходящим, поскольку функции и степень проявления преимуществ финансового планирования значительно различаются в зависимости от вышеперечисленных особенностей, что в конечном итоге определяет актуальность применения финансового планирования в конкретной организации. В связи с этим, прежде всего, мы остановимся на общих результатах успешного внедрения финансового планирования, которые проявляются в любой организации, независимо от ее размера и сферы деятельности. С нашей точки зрения, это следующие.

Повышение эффективности и результативности управления. Финансовое планирование дает возможность подготовиться к использованию будущих благоприятных условий, а также предотвратить или минимизировать последствия негативных событий. Финансовый план устанавливает показатели эффективности, которые подлежат постоянному мониторингу. В процессе контроля за выполнением финансового плана управления операциями становится возможным получение информации о функционировании организации, появляется возможность оперативного вмешательства в производственную и коммерческую деятельность. Сравнение фактических данных с планом позволяет принять соответствующие меры для своевременного достижения желаемых результатов. Менеджеры осуществляют управление в порядке исключения. В случае выявления значительных отклонений в эффективности хозяйственной и финансовой деятельности предприятия от прогнозируемых, определяются причины расхождений и принимаются меры по исправлению ситуации (Мусорин, 2016: 181).

Улучшение финансовых результатов посредством управления прибылью и затратами, более рационального распределения и использования ресурсов, оптимизации затрат и осуществления оперативного контроля постоянных и переменных расходов.

Улучшение платежеспособности. Составление финансового плана денежных потоков на основании консолидации операционных бюджетов позволяет предвидеть ситуацию дефицита денежных средств, при этом руководство имеет возможность заранее позаботиться о привлечении в соответствующие моменты необходимых дополнительных источников финансирования.

Повышение образовательной подготовки управляющих. Разработка финансовых планов заставляет руководителей и специалистов постоянно знакомиться с нововведениями в области финансового планирования.

Улучшение процессов коммуникации в организации. Посредством финансового планирования осуществляется доведение информации о планах вышестоящего руководства до руководителей

подразделений (отделов) с тем, чтобы они имели возможность соответствующим образом ориентировать свою деятельность. Кроме того, улучшается обмен информацией между выше - и нижестоящими руководителями, между руководителями центров ответственности и персоналом бухгалтерии. Многочисленные исследования психологического климата, проводимые социальными психологами, показали, что очень часто члены мелких подразделений крупного предприятия оказываются довольно "замкнутыми" в рамках своей структурной единицы и слабо информированными относительно деятельности предприятия в целом. В то же время выяснено, что уровень информированности относительно предприятия в целом положительно влияет на общую атмосферу в каждом подразделении. Указанный факт объясняется тем, что осознание включенности каждого коллектива в более широкую социальную структуру создает дополнительную мотивацию в деятельности.Авторская оценка вероятности проявления результатов внедрения финансового планирования, в зависимости от размера предприятия представлена в таблице 1. Согласно представленным в нем данным, максимальный эффект от внедрения финансового планирования можно ожидать в крупных компаниях, имеющих большое количество различных подразделений и отделов, которые можно отнести к разряду центров ответственности и которые занимаются несколькими направлениями деятельности (Мусорин, 2016: 186). Дело в том, что, как правило, крупные масштабы ведут к ослаблению координации различных подразделений и направлений деятельности, усложнению процессов информационного обмена и ухудшению коммуникаций, формализации и бюрократизации управления, особенно в условиях сильной централизации. Финансовое планирование, в частности, позволяет децентрализовать управление и широкое участие менеджеров на всех уровнях управления в финансовом планировании, улучшить координацию деятельности в организации, повысить эффективность процессов обмена информацией, уменьшить склонность к бюрократизации, а также повышение мотивации руководителей центров ответственности и всего персонала в целом.

Таблица 1. Влияние внедрения финансового планирования от размеров деятельности предприятия

Условные обозначения:

0 - не проявляется или проявляется весьма слабо

1 - часто проявляется

2 - проявляется практически всегда

Результаты внедрения финансового планирования	предприятие		
	малое	среднее	крупное
1. Повышение эффективности работы отдельных подразделений (центров ответственности предприятия)	0	1	2
2. Увеличение финансовых результатов по различным видам деятельности	1	1	2
3. Повышение зависимости между финансовыми результатами деятельности и мотивацией труда руководителей подразделений и персонала	0	1	2
4. Экономия материальных ресурсов, оптимизация затрат	2	2	2
5. Улучшение показателей финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия	2	2	2
6. Нормализация информационного потока и схемы документооборота предприятия	1	2	2
7. Повышение оперативности принятия управленческих решений	1	2	2

Источник: Лисютина А.С. (2016) Проблемы и пути совершенствования финансового планирования на российских предприятиях в современных экономических условиях // Евразийский научный журнал,. № 10. С. 1-3. 10.Международные стандарты финансовой отчетности

Следует отметить, что в существующей научной литературе не достаточно изучены вопросы организации финансового планирования в зависимости от размера предприятия. Отсутствие возможности выделения центров ответственности в малых предприятиях приводит к тому, что целесообразность использования в них полных систем финансового планирования значительно ниже, нежели в крупных и средних организациях. Причем в данном случае размер организации по нашему мнению целесообразнее определять не в зависимости от объемов реализации и величины авансированного капитала, а в зависимости от численности персонала и количества выделенных центров ответственности, так как чем большее число структурных подразделений в организации, тем в большей степени она нуждается в формализованной модели принятия решений и коммуникаций, в качестве которой и может использоваться финансовый планирование. К малым организациям в соответствии с этим критерием можно отнести фирмы без структурных подразделений (отделов), которые можно квалифицировать как центры ответственности, либо с числом этих центров 2-3, к средним - с числом центров

ответственности примерно от 4 до 10, к крупным - соответственно свыше 10 (Лисютина, 2016: 47).

Крупные компании, естественно, обладают определенными преимуществами, среди которых можно назвать более высокие финансовые возможности, наличие высококвалифицированного персонала и возможность привлечения специалистов со стороны. Соответственно, заинтересованными во введении финансовое планирование могут быть на данном этапе в основном крупные и средние коммерческие организации с инициативным руководством нового типа, прежде всего ориентированные на внешний рынок, либо имеющие связи с зарубежными партнерами.

Финансового Планирования

Небольшим организациям трудно проводить полномасштабную плановую работу, так как они ограничены как в средствах, так и квалифицированных специалистах. Вместе с тем у этих фирм есть и определенные преимущества в организации финансового планирования на основе бюджетирования. Внутренняя среда малых фирм более проста и предсказуема. В таких организациях также легче сплотить сотрудников вокруг целей и интересов организации, создав особый психологический климат. Как считают некоторые экономисты, поскольку внешняя среда у небольших организаций менее контролируема, и их будущее более неопределенно, эти организации, не смотря на трудности осуществления планирования, нуждаются в нем в большей степени, нежели крупные фирмы.

Следует отметить, что необходимость использования финансового планирования в текущем управлении любой фирмой обосновывается различными авторами не только в литературе по менеджменту, особенно - финансовому, но и в работах посвященных основам экономики предприятий и бизнеса, финансам, управленческому учету и контроллингу.

Мы считаем, что планирование, включая и составление финансовый планов, как вид краткосрочного финансового планирования, является важнейшей составляющей успешного функционирования любой коммерческой организации. Серьезный подход к этой функции управления создает основу для эффективной устойчивой деятельности. Менеджеры организации должны четко представлять себе потребности в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также эффект от их использования, поскольку заинтересованные в деятельности фирмы лица (собственники, кредиторы) предъявляют определенные требования к результатам ее деятельности.

Еще один фактор, на который указывают в основном руководители предприятий - это не достаточная квалификация персонала в данной сфере деятельности, отсутствие навыков планирования на основе бюджетирования в условиях неопределенности среды. (12,93% опрошенных). Многие просто боятся планирования, либо из-за нехватки знаний и опыта в этой области, либо потому, что их обязанности несколько усложняются из-за необходимости участвовать в подготовке планов, осуществлять постоянный оперативный контроль за ходом их реализации , а также найти причины отклонений и разработать меры по их устранению (Шептиева, 2016: 151).

Как показывает практика, предприятия, которые планируют свою деятельность, функционируют более успешно. В зарубежных организациях, внедривших стратегическое и оперативное планирование, наблюдается увеличение отношения прибыли к объему продаж, доходов на вложенный капитал, производительности труда, расширение сфер деятельности и повышение степени удовлетворенности работой персонала. Ковалев В.В.называет оптимизацию экономических последствий в качестве второй основной причины, определяющей необходимость составления планов.

В целом, планирование деятельности организаций (объема и структуры выпуска продукции, затрат, потребностей в финансовых и прочих ресурсах, прибыли) позволяет прогнозировать положение фирмы на рынке среди конкурентов, своевременно разрабатывать мероприятия по повышению эффективности деятельности, в частности - по снижению затрат. Заметим, что 89,74% опрошенных в ходе исследования специалистов организаций региона, планирующих те или иные финансовые показатели, утверждают, что планирование способствует повышению эффективности деятельности (Разумовской, с.134)

Однако, в средних и крупных организациях, особенно при наличии нескольких направлений деятельности, решения не могут приниматься исключительно на основе интуиции и личных мнений многих менеджеров, имеющих порой различные представления о том, что лучше для компании, и всегда - свои личные цели и интересы. Возникает необходимость в формализации процесса принятия решений, включая предварительное определение целей и текущих задач, в координации действий различных отделов и подразделений, а также должностных лиц с тем, чтобы их деятельность способствовала достижению целей, стоящих перед всей организацией, укладывалась в рамки финансовых возможностей компании (при этом приоритет в выделении финансовых ресурсов должен отдаваться наиболее эффективным проектам и подразделениям), а также была контролируемой. При этом, во-первых, необходимо осуществление контроля не только последующего (путем оценки фактически достигнутых результатов), поскольку он является малопродуктивным, но и предварительного (путем определения целен и текущих задач, выбора действии, способствующих минимизации затрат, увеличению прибыли и укреплению финансового положения организации), во-вторых, контроль должен проводится не с субъективных позиций отдельных вышестоящих лиц, а на более объективной основе, например, путем сравнения с финансовыми плановыми показателями.

Метод

Исследование будет проводиться несколькими способами, первым из которых является метод анализа. Второй метод является сравнительным методом. Этот метод в конечном итоге встретит исследования и обзор литературы. В исследовании будет использован третий метод для сравнения начального и последующего методов. Во время написания диссертации она может быть использована в других случаях другими способами, например:

Другим методом является метод синтеза. В отличие от предыдущего метода, синтез предназначен для более полного изучения отдельных элементов (свойств, атрибутов). Этот метод исследования очень тесно связан с методом анализа, поскольку он всегда присутствует в качестве ключевого элемента, объединяющего отдельные результаты анализа.

Следующий метод - это моделирование, при котором существующий объект исследования переносится в искусственную модель. Это сделано для того, чтобы лучше моделировать ситуации и достигать результатов, которые будет трудно достичь в реальности.

Анализ

Недоверие к формализованному (осознанно, с помощью организованных специальных методов) планированию основано на мнении, что основным фактором достижения успеха компании является предпринимательский талант, способность быстро и точно ориентироваться в меняющейся текущей рыночной среде. Действительно, помимо формального планирования практически каждый руководитель использует так называемое "интуитивное предвидение", то есть планирование, основанное на опыте руководства, его "трезвом расчете", творческих способностях и т.п.. Причем интуитивное планирование может успешно использоваться в сочетании с формальным планированием, а в некоторых случаях оказыва-ется и более эффективным.

Выводы

Совершенствование финансового планирования в настоящее время является одной из наиболее актуальных задач, которые способствуют оптимизации системы управления с целью повышения эффективности операций и укрепления финансового состояния предприятия. Финансовое планирование является важным компонентом внутрифирменного планирования. Потребность в этом с развитием рынка не только не уменьшается, но и увеличивается. Это связано с тем, что сама компания несет прямую ответственность за все негативные последствия своей деятельности, и в ее интересах добиться эффективности, прибыльности и получения высоких доходов. Правильно организованное финансовое планирование помогает компании завоевывать новые позиции на рынке, разрабатывать концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации. Низкая степень применения финансового планирования на практике связана, в частности, с недостаточным уровнем развития, как теоретических аспектов, так и методологического обеспечения этого процесса.

Список использованных литературы

1. Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair (2015-2020-ci illər) üçün DÖVLƏT PROQRAMI 7.
2. Azərbaycan Respublikasında regionların sosial-iqtisadi inkişafı üzrə dövlət proqramı (2014-2018)
3. Ağayev Ağanemət. (2005) “Maliyyə”. Terminlər lüğəti. Bakı, 411 səh.
4. Abbasov A. B., (2005) “Biznesin əsasları”. Dərslik. Bakı, 296 səh.
5. Əliyev R, Novruzov N., və b., (2013) “İnvestisiyanın maliyyələşdiril¬məsi və kreditləşdirilməsi”. Bakı, 314 səh.
6. Мусорин А.Г. (2016) Проблемы организации эффективной системы финансового планирования // Научно-методический электронный журнал «Концепт»,. Т. 6. С. 181-185.
7. Лисютина А.С. (2016) Проблемы и пути совершенствования финансового планирования на российских предприятиях в современных экономических условиях // Евразийский научный журнал,. № 10. С. 1-3. 10.Международные стандарты финансовой отчетности
8. Шептиева О.Е. (2016) Совершенствование системы финансового планирования на предприятиях // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.,. № 2-3. С. 148-152.
9. Балабанов И.Т. 1998 Основы финансового менеджмента: Учеб пособие. - М.: Финансы и статистика,. - 480 с.\
10. Балабанов И.Т. 2000 Финансовый анализ и планирование хозяйствующе¬го субъекта. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика,. - 208 стр.

Вопросы Оценки Активов И Обязательств По Справедливой Стоимости

Исмайлова Майя

ismayilova.maya.96@gmail.com

Аннотация

В современное время руководство предприятий, которое несет ответственность за формирование и предоставление достоверной финансовой отчетности, а также профессиональные оценщики, занимающиеся оценкой активов и пассивов для их отражения в отчетности, постоянно сталкиваются с отсутствием сформулированной методологической основы оценки стоимости, применяемой в финансовой отчетности.

Статья посвящена изучению и анализу вопросов оценки активов и обязательств по справедливой стоимости в промышленности и предложении способов по их усовершенствованию.

Также статья нацелена на раскрытие активов, их роли и значения в деятельности предприятия, изучение обязательств, как источников формирования активов предприятия, их признание и классификация, исследование сущности и видов оценок активов и обязательств, методические рекомендации по оценке активов и обязательств в учете и финансовой отчетности, сравнительный анализ оценки активов и обязательств в системе финансового и налогового учета, анализ влияния методов оценки активов и обязательств на показатели финансовой отчетности в промышленных предприятиях, рекомендации по совершенствованию оценки активов и обязательств в промышленности, также методик и процедур в оценочной деятельности промышленного предприятия.

В статье рассматриваются основные вопросы и противоречия, возникающие в процессе применения оценки справедливой стоимости активов и обязательств компании. На основе изучения международных стандартов финансовой отчетности даются рекомендации по совершенствованию правил учета с целью формирования достоверных значений справедливой стоимости. Также определены и проанализированы ключевые критерии определения справедливой стоимости активов. Анализ использования справедливой стоимости в современном учете позволил смоделировать порядок ее формирования и установить основные характеристики учета активов по справедливой стоимости.

Ключевые слова: Активы, Обязательства, Финансовая Отчетность, Справедливая Стоимость.

Введение

В связи с развитием экономики и глобализацией мировых процессов создание финансовой отчетности в соответствии с МСФО стало необходимым компонентом корпоративного управления для большинства крупных и средних предприятий.

Широкое признание МСФО основывается на фундаментальных принципах финансовой отчетности - их понятности, сопоставимости и надежности. Одним из факторов достоверной отчетности является применение показателей стоимости для отражения активов и обязательств. А укрепление позиции стоимости как наиболее подходящего инструмента для принятия управленческих и инвестиционных решений приводит к тому, что с каждым годом оценка занимает все более значимое место в системе финансовой отчетности.

В МСФО вопросу оценки в финансовой отчетности уделяется некоторое внимание, в частности, отдельное приложение к стандартам оценки посвящено определениям и оценке типов и значений, которые применяются в финансовой отчетности. Однако в этом приложении в основном описываются рекомендации, которые в современных условиях работы по пересмотру

стандартов финансовой отчетности являются лишь частичным решением вопросов применения оценки.

Метод

В процессе исследования будут применены общенаучные методы: анализ и синтез, дедукция и индукция, логический и исторический; сопоставление и объяснение.

Общенаучные методы исследования будут применены при изучении теоретических основ исследования оценки стоимости активов и обязательств, логический и исторический методы будут применены при использовании справедливой стоимости в учете и финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

Анализ и синтез, дедукция и индукция будут применены при изучении оценки отдельных видов активов и обязательств в соответствии с международной учетной системой.

Анализ

Система МСФО определяет актив таким образом: «Актив - это ресурс, контролируемый предприятием в результате прошлых событий, от которого ожидается получение дальнейших экономических выгод для предприятия».

Примеры активов, которые могут быть перечислены на балансе предприятия, включают: денежные средства, временные инвестиции, дебиторскую задолженность, инвентарь, расходы дальнейших периодов, долгосрочные инвестиции, землю, здания, машины, оборудование, мебель, светильники, транспортные средства, гудвилл, и больше. Некоторые из наиболее ценных активов предприятия, возможно, не приобретены в сделке и, следовательно, не указаны в качестве активов на балансе предприятия. Примерами могут служить уважаемая торговая марка, ценный патент, очень эффективная команда менеджеров и корпоративная культура (Лапин, 2014).

Обязательство - это долг, принятый субъектом хозяйствования в результате своей деятельности по заимствованию или других обязательств (таких как финансирование пенсионных планов для своих сотрудников). Обязательства погашаются по краткосрочным или долгосрочным соглашениям. Количество времени, отводимого на погашение обязательства, обычно определяется размером долга; большие суммы денег обычно заимствуются по долгосрочным планам.

Оплата обязательства обычно включает в себя оплату общей суммы заимствованной суммы. Кроме того, хозяйствующий субъект, который предоставляет деньги заемщику, обычно начисляет проценты, выраженные в процентах от суммы, которая была одолжена.

Ниже (в таблице 1) представлены понятия и критерии признания активов и обязательств в МСФО:

Таблица 1. Активы и обязательства в системе МСФО

	Активы	**Обязательства**
Понятие	**Активы** - это ресурсы, контролируемые предприятием в результате событий прошлых, периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в дальнейшем.	**Обязательство** - это задолженность предприятия, возникающая из событий прошлых периодов, урегулирование которой приведет к выбытию ресурсов, содержащих экономическую выгоду.
Критерии признания в балансе	1. Существует вероятность того, что предприятие получит или потеряет какие-либо дальнейшие экономические выгоды, обусловленные объектом признания.	
	2. Актив должен иметь стоимость, которая может быть надежно оценена.	2. Величина текущего обязательства может быть надежно оценена.

Источник: http://www.snezhana.ru/msfo_2/ (15.06.2016)

Оценка активов - это процесс определения справедливой рыночной или текущей стоимости активов с применением балансовой стоимости, моделей абсолютной оценки, таких как анализ дисконтированных денежных потоков, моделей оценки опционов или сопоставимых данных (Гуцайт, 2014).

Стоимость основных средств предприятия, которые также называются капитальными активами или объектами основных средств, определяется непосредственно, исходя из их балансовой стоимости и стоимости замещения. Тем не менее, в отчетах нет цифр, которые точно указывают инвесторам, сколько стоит бренд компании и интеллектуальная собственность. Предприятия могут переоценить гудвилл при приобретении, так как оценка нематериальных активов носит субъективный характер и может быть трудно измерить.

Оценка активов выполняется с применением одного или нескольких из таких типов моделей:

• Модели абсолютной стоимости, определяющие приведенную стоимость ожидаемых дальнейших денежных потоков актива. Эти типы моделей принимают две общие формы: многопериодные модели, такие как модели дисконтированных денежных потоков, или однопериодные модели, такие как модель Гордона. Эти модели основаны на математике, а не на наблюдении за ценами.

• Модели относительной стоимости определяют стоимость на основе наблюдения за рыночными ценами на аналогичные активы.

• Модели определения цены опционов применяется для определенных типов активов и представляют собой сложную модель приведенной стоимости. Наиболее распространенными моделями оценки опционов являются модели Блэка-Шоулза-Мертона и модели решеток.

• Справедливая стоимость - это сумма, по которой актив может быть куплен или продан в текущей транзакции между заинтересованными сторонами или передан эквивалентной стороне, кроме продажи при ликвидации. Это применяется для активов, балансовая стоимость которых основана на оценке по текущим рыночным ценам; для основных средств,

учитываемых по исторической стоимости (за вычетом накопленной амортизации), справедливая стоимость актива не применяется (IFRS, 2019).

Распространенными условиями стоимости актива или обязательства являются справедливая рыночная стоимость, справедливая стоимость и внутренняя стоимость. Значения этих терминов различны. Например, когда аналитик полагает, что внутренняя стоимость акции больше (меньше) ее рыночной цены, аналитик дает рекомендацию «купить» («продать»). Кроме того, внутренняя стоимость актива может зависеть от личного мнения и варьироваться среди аналитиков.

Методы оценки активов такие:

- Себестоимость - это стоимость, уплачиваемая во время приобретения активов, плюс расходы на перевозку, сборы за эксплуатацию, ввод в эксплуатацию и установку и т.д.
- Балансовая стоимость - это стоимость, указанная в бухгалтерских книгах; себестоимость за вычетом амортизации.
- Реализуемая стоимость - стоимость, которая может быть реализована за счет продажи активов.
- Рыночная стоимость - стоимость, которую актив может получить во время продажи.
- Стоимость замещения - значение, на которое актив может быть заменен.
- Обычная стоимость - это означает, что себестоимость за вычетом амортизации списывается, игнорируя любые колебания цены.
- Стоимость лома - если актив не находится в рабочем состоянии и продается в виде лома, то продажная стоимость актива равна стоимости лома (Андреев, 2012).

Оценки могут быть сделаны для активов или в отношении обязательств. Оценки необходимы по многим причинам, таким как анализ инвестиций, составление бюджета капиталовложений, операции по слияниям и поглощениям, финансовая отчетность, налогооблагаемые события для определения надлежащего налогового обязательства и судебных разбирательств.

В таблице 2 рассмотрены виды оценки активов и обязательств:

Таблица 2. Оценка активов и обязательств

Оценка активов и обязательств		
	Активы	**Обязательства**
Фактическая стоимость приобретения	Сумма уплаченных за активы денежных средств или их эквивалентов либо справедливая стоимость, предложенных за них на момент приобретения	Сумма выручки, полученная в обмен на обязательство, или сумма денежных средств или их эквивалентов, уплата которых ожидается при нормальном ходе дел.
Текущая (восстановительная)	Сумма денежных средств или их эквивалентов, которая должна быть уплачена в случае приобретения таких	Сумма денежных средств или их эквивалентов, которая потребовалась бы для погашения обязательств в настоящий

стоимость	же или аналогичных активов в настоящий момент.	момент.
Возможная стоимость продажи	Сумма денежных средств или их эквивалентов, которая в настоящее время может быть выручена от продажи актива в нормальных условиях.	Стоимость погашения обязательств, т.е. сумма денежных средств или их эквивалентов, которая предположительно будет потрачена для погашения обязательств при нормальном ходе дел.
Дисконтированная стоимость	Дисконтированная стоимость дальнейших чистых поступлений денежных средств, которые предположительно будут создаваться активом в ходе нормальной деятельности.	Дисконтированная стоимость дальнейшего чистого выбытия денежных средств, которые предположительно потребуются для погашения обязательств в ходе нормальной деятельности.
Справедливая стоимость	Сумма денежных средств, достаточная для приобретения актива или исполнения обязательства при совершении сделки между хорошо осведомленными, действительно желающими совершить такую сделку, независимыми друг от друга сторонами. В разных ситуациях в качестве справедливой стоимости может применяться любая из 4х видов оценок.	

Источник: http://www.snezhana.ru/msfo_2/ (15.06.2016)

Ниже приведены цели проверки в целях оценки активов:

- Подтверждение о наличии активов путем физической проверки.
- Юридические и официальные документы, касающиеся активов, проверяются для подтверждения права собственности на активы.
- Подтверждено, что активы свободны от любого залога.
- Доказательство относительно правильной оценки активов.
- Для подтверждения того, что активы правильно учтены в бухгалтерских книгах.

Ниже приведены цели проверки обязательств:

- Кредиторы отражают истинную позицию в отношении обязательств бизнеса.
- Все обязательства раскрываются в балансе независимо от того, отражены они в учете или нет.
- Стоимость обязательств соответствует общепринятым принципам учета.
- Обязательства должным образом классифицированы и раскрыты в балансе (Фатуллаев, 2016).

Выводы и Рекомендации

Предприятия должны применять методы оценки последовательно. Предприятия также должны учитывать, если в результате изменения обстоятельств, в том числе перечисленных ниже, потребуется изменение методов оценки или их применения на том основании, что такое

изменение приведет к более подходящей оценке платежеспособности.

Такие изменения могут включать:

а) новые рыночные изменения, которые меняют рыночные условия;

б) новая информация становится доступной;

в) ранее примененная информация больше не доступна;

г) совершенствование методов оценки.

Когда предприятия определяют оценку имущества, они должны принимать во внимание способность участника рынка получать экономические выгоды, применяя имущество для его максимального и наилучшего применения, или продавая его другому участнику рынка, который будет применять актив в его самом высоком и лучшем применении.

Если балансовая оценка основана на формальной оценке или другой информации до отчетной даты, предприятия должны иметь возможность продемонстрировать своему надзорному органу, что все необходимые корректировки были внесены для отражения изменений в стоимости между датой официальная оценка или другая информация и дата баланса (Иваненко, 2018).

При оценке обязательств предприятия должны применять методы для определения стоимости, по которой обязательства могут быть переданы или урегулированы между хорошо осведомленными заинтересованными сторонами в сделке на расстоянии вытянутой руки, за исключением каких-либо корректировок, учитывающих изменения в собственной кредитоспособности предприятия после первоначального признания. Эти методы могут быть основаны на:

а) подход «снизу вверх»; или

б) подход «сверху вниз».

При подходе «снизу вверх» предприятия должны определять свою кредитоспособность при признании конкретного обязательства. Часть спреда кривой дисконта, связанная с собственным кредитным статусом, должна оставаться постоянной после ее первоначального признания. В последующих оценках стоимость рассчитывается путем определения изменений стоимости, обусловленных изменениями рыночных условий, которые влияют на стоимость обязательства, за исключением изменений рыночных условий, которые влияют на собственный кредитный риск.

Когда предприятия оценивают изменения рыночных условий, которые приводят к возникновению рыночного риска, они должны оценивать, по крайней мере, изменения в соответствующей безрисковой кривой процентных ставок, цен на товары, обменного курса или индекса цен или ставок.

В нисходящем подходе предприятия должны определить сумму изменений в оценке обязательства, которая связана с изменениями в собственном кредитном риске предприятия, и исключить ее из оценки.

При составлении прогнозов налогооблагаемой прибыли и оценке вероятности возникновения в дальнейшем достаточной налогооблагаемой прибыли предприятие должно:

а) принять во внимание, что даже сильная история доходов может не дать достаточных объективных доказательств дальнейшей прибыльности;

б) принять во внимание, что степень неопределенности в отношении дальнейшей налогооблагаемой прибыли, получаемой в результате ожидаемого нового бизнеса, повышается по мере того, как горизонт прогнозирования повышается, и особенно когда ожидается, что эта прогнозируемая прибыль возникнет в периоды, выходящие за рамки обычного цикла планирования предприятия;

в) считают, что некоторые правила могут задерживать или ограничивать восстановление не примененных убытков и не примененных налоговых льгот;

г) избегать двойного учета: налогооблагаемая прибыль, возникающая в результате восстановления налогооблагаемых временных разниц, должна быть исключена из предполагаемой дальнейшей налогооблагаемой прибыли, если она применялась для поддержки признания отложенных активов;

д) обеспечить, чтобы при составлении прогнозов налогооблагаемой прибыли эти прогнозы были достоверными и в целом соответствовали предположениям, сделанным для других прогнозируемых потоков денежных средств. В частности, предположения, лежащие в основе прогнозов, должны соответствовать предположениям, лежащим в основе оценки технических резервов и активов в балансе платежеспособности.

По запросу предприятия должны иметь возможность предоставлять надзорным органам, как минимум, информацию, основанную на записях предприятий:

а) об источниках временных разниц, которые могут привести к признанию отложенных налогов;

б) о принципах признания и оценки, применяемых к отложенным налогам;

в) в отношении каждого типа временной разницы и в отношении каждого типа не примененных налоговых убытков и не примененного налогового кредита расчет суммы признанных отложенных налоговых активов или обязательств, а также базовых допущений, связанных с этой суммой;

г) о сумме и дате истечения, если таковые имеются, вычитаемых временных разниц, не примененных налоговых убытков и не примененных налоговых кредитов, по которым отложенные налоговые активы признаются или не признаются.

Итак, при правильной оценке активы будут хранить и повышать благосостояние, повышая при этом доход или понижая расходы. В противном случае приобретение актива не будет продуктивным применением ликвидности. Кроме того, в этом случае альтернативная стоимость будет больше, чем выгода от инвестиций, так как есть много активов на выбор.

Список Литературы

1. Андреев Д.М. “Модель аудиторской проверки достоверности отчетности” – Аудиторские ведомости – № 12 – 2012 – 25-26 с.
2. Галкина Е.В. “Учетная политика и достоверность бухгалтерской отчетности” – Аудиторские ведомости – № 9 – 2007 – 57-64 с.
3. Гуцайт Э.М. “Внешний аудит контроля качества” – Аудиторские ведомости – № 4,5,6 – 2014 – 60 с.
4. Иваненко Р.Ю. “Про 3 стадии аудита” – Аудиторские ведомости – № 12 – 2018 – 25-26 с.
5. Лапин Д.Р. “Оценка активов и обязательств в условиях интеграции в международную систему учета и отчетности” – Экономика и управление – 2014 – 213 с.
6. Фатуллаев Р. (2017) “Введение в международный учет (IFRS)” – Баку – Издательский центр “Нурлар” – 351 с.
7. http://www.snezhana.ru/msfo_2/ (15.06.2016)

Vergilərin Tarixi Əhəmiyyəti və Dövlət Büdcəsinə Təsirinin Qiymətləndirilməsi

Qismət Qəfərli

qismet.qafarli@gmail.com

Xülasə

İqtisadi artıma bir çox amillər təsir edir ki, bu amillər iqtisadiyyatın və cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə edir. Bu amillərin formalaşmasında və nəticədə iqtisadi artıma təsirində vergilər xüsusi rol oynayır. Müxtəlif vergi dərəcələrinin və vergi növlərinin tətbiqi, vergi qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi prosesi, vergi inzibatçılığının kefiyyəti bilavasitə iqtisadi artıma öz təsirini göstərir.

İnkişaf Etmiş Ölkələrdə (İEÖ) zaman-zaman baş verən maliyyə böhranı, Dövlət büdcələrində kəsirlərin artması iqtisadi artıma vergi siyasəti vasitəsi ilə təsir etmə imkanını aktual bir mövzuya çevirmişdir. Həyata keçirilən vergi siyasəti vergitutma bazasına və gəlirlərin köçürülməsinə birbaşa təsir edir. Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) qloballaşan dünyada iqtisadi artımın əsas göstəricisidir. ÜDM-un isə formalaşmasında isə milli korporasiyalar, beynəlxalq holdinqlər və şirkətlər önəmli rol oynayır. Ancaq onu qeyd etmək lazımdır ki, dünyada həyata keçirilən beynəlxalq ticarət əlaqələrinin 80%-i multi-milli korporasiyalar vasitəsi ilə həyata keçirilir. Bu şirkətlər müxtəlif vergi dərəcəsinə malik olan ölkələrdə fəaliyyət göstərməsi həmin şirkətlərin gəlirlərinin maksimum edilməsi məqsədi ilə vergilərin minimuma endirilməsi məsələlərini real sürətdə gerçəkləşdirilməsinə imkan verir ki, bunun nəticəsində külli miqdarda vəsaitlər büdcədən yayındırılır.

Ölkəmizdə vergi sistemi artıq demək olar ki, yetəri qədər inkişaf etmişdir. Sahibkarlar üçün ölkəmizdə mənfət vergisinin dərəcəsi 20%-ə endirilmişdir ki, bu sahibkarlar üçün yetəri qədər stimullaşdırıcı bir haldır. Dərəcələrin artırılması ölkədə sahibkarların müflisləşməsinə və vergidən yayınma hallarına gətirib çıxara bilər ki, bu proses ölkəmiz üçün heçdə yaxşı nəticələr verməz. Vergi dərəcələrinin dolayı vergilər yolu ilə vətəndaşlara da mümkün müdaxiləsi vardır ki, bu vergilər ölkədə büdcə daxilmalarının əsasını təşkil edir və çox artırılması vətəndaşlrın rifahına mənfi təsir edər. Hazırki dövürdə vergilər vasitəsi ilə büdcəyə daxiomaların əhəmiyyəti nə qədər çoxdursa, iqtisadi sabitliyin qorunması da əsas önəm kəsb edən məsələlərdəndir.

Açar sözlər: ***Dövlət Büdcəsi, Vergi Siasəti, İqtisadi Sabitlik***

Giriş

Vergilər dövlətin reallaşdırdığı iqtisadi siyasətin bir detalıdır. Bu siasət dünya iqtisadiyyatı ilə əlaqələndirmədə ölkə daxilində bazar əlaqələrinin həyata keçirilməsində və əhalinin yaşayış səviyyəsinin artırılmasında əhəmiyyət daşıyır. Vergi siasətinin bu tələblər ətrafında gerçəkləşdirilməsi nəzəri-metodoloji əlamətlərinin dəqiq təyin olunması, bu dövrün tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsini həyata keçirilən iqtisadi islahatların aparıcı qüvvəsi kimi iqtisadiyyatın mövcud vəziyyətinə və standartlara müvafiq qurulmasını tələb edir. Hal-hazırda vergitutmanın bütün sektorlarını tədqiq və analiz etməyə dərindən ehtiyac vardır. Ancaq bütün vergi konsepsiyalarını dərindən tətqiq etməklə və iqtisadçı alimlərin fikirlərini dərindən analiz etməklə vergi sferasında böyük yüksəlişə nail olmaq olar (Rzayev P.Q 2015).

Müasir mühitdə vergi siasətinin əsas məqsədi büdcəyə olan ödənişlərlə birgə ölkə iqtisadiyyatının inkişafını sürətləndirmək, sahibkarların fəaliyyəti üçün şərait yaratmaq həmçinin də effektiv sərmayə mühiti yaratmaqdır (С.И. Хорошкова.2008).

Respublikamız müstəqilliyimizin ilk illərindən, keçən 29 ilinə nəzər salsaq vergilər sahəsində böyük siyasət və strategiya həyata keçirilmiş və büdcəyə daxilolmalarda yüksək nəaliyyətlər əldə etmişdir. Vergi auditinin təkmilləşdirilməsi nəticəsində vergidən yayınmaların önəmli dərəcədə qarşısını alan ölkəmiz hazırlanmış yeni strategiyaların nəticəsi olaraq büdcəyə vergi daxiolmalarını yüksək

məbləğdə artırılacağı düşünülür. Bu strategiya vergi ödəyicilərinə elektonlaşdırma sistemidir ki, bu sistemdən yayınmaq çox çətindir (www.taxes.gov.az).

Vergilərin tarixi və əhəmiyyəti

Deyə bilərik ki, ilk mütəşəkkil vergi anlayışlarından biri e.ə IV-III əsrlərdə qədim Romada yaranmışdır. Bu zaman Romada vətəndaşlar öz ailə vəziyyətləri və əmlakları haqqında təqdim etdikləri bəyənnamələrə görə vergiyə cəlb olunurdular. Roma imperatoru Avqust Oktavian e.ə 63-cü ildə vergitutmanın heyata keçirilməsinə əsaslı nəzarət məqsədi ilə maliyyə təşkilatları yaradır. Avqust Oktavianın islahatları nəticəsində tribut adlı ilk umumi vergini yaratdı ki, bu vergidə pul şəklində alınırdı. Qədim romada həm birbaşa həm də dolayı vergilər mövcud idi ki, burada 4%-li qul satışından alınan dövriyyə vergisi, 1%-li dövriyyə vergisi, qulların azad olunmasından alınan 5-li vergi, 5% li vərəsəlik vergiləri və s mövcud idi. Avropada o dövürdə ən çox yayılmış vergi növləri can vergisi, tikililərə görə vergi, torpaq vergisi, adam başına vergi, gömrük rüsumları, aksizlər və kammunal vergilər alınırdı (www.taxes.gov.az).

Qədim zamanlardan tutulan və XX əsrə qədər alınan vergi, tustu adı altında tikililerden tutulan vergi idi. İngiltərədə orta əsrlərdə bu vergi tikililərdən çıxan tüstü sayına görə alınırdı.

Bu dövürlərdə torpaq və mülk sahibi olmayanlar can və adambaşına düşən vergilərin ödəyiciləri idilər. Avropada Roma istilası zamanları yetimlər və dullar bu vergiləri ödəməkdən azad idilər. Təhkimli feodallara görə vergilər isə feodallardan alınırdı.

Vegilərin əhəmiyyətinin illər keçdikcə daha da artmağa başladı ki, hələ XVII yüzillikdə İngiltərə parlamenti vergilərin dövlət ehtiyacı olmasını tam qəbul etmirdi. Bu səbəbdən kral parlamentin razılığı olmadan vergilərin tətbiqinə nail ola bilmədi. Lakin bundan sonra muharibələrin davamlı büsat alması, ordunun saxlanılması xərcləri həddindən artıq çox vəsait tələb etməsi parlamenti düşündürməyə məcbur etdi. Bu proseslərdən sonra vergilər dövlətin daimi mənbələrindən birinə çevrilmiş oldu. Dünyada bir çox siasi xadimlər vergilərin əhəmiyyətini öz sözləri ilə açıq şəkildə izah etmişdirlər. Onlardan biri Amerikanın siasi xadimi Benjamin Fraklin “vergi verməyə və ölməyə hamı borcludur” deyə bildirmişdir. Karl Marks isə “vergi hakimiyyəti əmizdirən ana döşdür” deyə vurğulamışdır (www.taxes.gov.az).

İllər keçdikcə vergilərin əhəmiyyəti dövlət sturukturunda tam ciddi nəzər yetirilməli bir məqam şəklində özünü büruzə verdi. Müasir dövrə qədəm qoyduqca vergi siyasətində və strategiyasında nə qədər dəyişiklik olduğuna açıq şəkildə nəzərə çarpır. Hər bir dövlət öz vergi siyasətini ən mükəmməl şəkildə qurmağa çalışır ki, bu siyasət nəticəsində nə dövlət nə sahibkarlar nə də vətəndaşlar ziyan görsün. Hazırki dövrümüzdə elmyüklü məhsullar bazarının inkişafı özünü xüsusi şəkildə büruzə verir. Beynəlxalq əmək bölgüsünün formalaşması imkan verir ki, ölkələr öz resurslarını elm və texnologiyalar istiqamətində cəmləşdirsinlər. İnsanların həyat səviyyəsinin yüksəlməsinin və iqtisadi inkişafın ilkin və önəmli mənbələri olan təbii ehtiyyatlar və kapital öz yerini elmi biliklərə və informasiya resurslarına verir. Dünya üzrə yaradılan ÜDM-nin önəmli mənbəyi və 80% hissəsi İEÖ-in payına düşür ki, bunun da əsas səbəbi kimi ekspertlər bizə intelektual potensialın bu ölkələrdə cəmləşdiyini göstərirlər. İnkişaf etmiş ölkələr öz sərvətinin 60%-ni insan kapitalının inkişaf etdirilməsi üzərində cəmlənmişdir. Bu isə bilik iqtisadiyyatının təzahürüdür. Bəs bu kapitalın formalaşmasında vergilərin rolu nə qədərdir? Vergilərin önəmi müasir iqtisadi şəraitdə dövlətlərin idarəolunma formasına və kapitalına görə önəmini azalda bilmərik, çünki vergi daxiomaları hər bir ölkədə önəmli

dərəcədə diqqət yetirilən və maxsimum diqqət mərkəzində olan məsələdir. Burada olan əsas məqam daxil olan vergi məbləğlərinin ölkələr tərəfindən hansı istiqamətlərdə xərclənməsidir. Məsələn İEÖ-lər az öncə qeyd etdiyimiz kimi vergi daxiolmalarının çox hissəsini insan kapitalının formalaşdırılmasında və sosil layihələrin həyata keçirilməsində istifadə olunur. Burada az təminatlı ailələrin təmin olunması və iqtisadi elmilik proseslərindən geri qalmamaq daxildir. İEOÖ isə vergi daxilolmalarının əsas hissəsini iqtisadi inkişafa yönəldir. İqtisadi sabitliyin qorunmasında daxil olan məbləğlərin çox önəmli rolu vardır. Nəzər yetirsək görə bilərik ki, iqtisadi inkişafı zəif olan ölkələr vergi daxiolmalarını vətəndaşların rifahının yüksəldilməsinə, qeyri neft sektoru sahələrinin inkişafına yönəldir. Bəs vətəndaşlar vergilərin ödənilməsini nece qarşılayırlar? vergilərin ödənilməsində könüllü iştirak edənlərin %-i nə qədərdir? Bu məsələlər də deyə bilərik ki, ölkələrin inkişaf etmə səviyyəsindən son dərəcə asılıdır. Hər il vətəndaşlarının xöşbəxtlik səviyyəsinə görə dünya ölkələri arasında 1-ci yerə çıxan ölkə Fillandiyadan danışaq. Vergilərin ödənilməsində Filland təcrübəsinə baxsaq deyə bilərik ki, Fillandların 97%-i vergi yığımlarının dövlətin maliyyələşdirilməsində önəmli olduqlarını bildirirlər. Onların 95%-i vergi ödəmələrini özləri üçün mühüm öhdəlik kimi qəbul edirlər. Filland Əhalisinin 51%-i büdcə vəsaitinin vətəndaşlara əhəmiyyətli olan məqsədlər üçün xərclənəcəyitəqdirdə daha çox vergi ödəməyə hazır olduqlarını söyləmişdirlər. Onların 85%-i dövlətin vergi admistirasiyasına güvənir. “Fillandiya əhalisinin 71%-i vergitutma ilə bağlı məsələlərdə elektron xidmətlərdən istifadə edir və 91%-i hesab edir ki, veb sayt informasiyanın əldə edilməsi ucun çox yaxşı vasitədir”. Makedoniyada vergilərin ödənilməsi ilə bağlı təlimlər həyata keçirilir ki, bu təlimlər vergi ödəyicilərinə şamil olunur. Bu təlimlərin məğzi vergi xidmətlərinin kefiyyətinin yüksəldilməsi, vergi administrasiyasının məhsuldarlığının yüksəldilməsi və Avropa İttifaqı standartlarına yaxınlaşdırılmasından ibarətdir (Məmmədov, Yusifov və Seyfullayev 2015).

Vergi daxiolmaları hər bir dövlətdə büdcə kəsirinin bağlanmasınada və ölkədə ehtiyyat fondunun yaradılmasında kömək edir ki, bu da əsas önəmli məqamlardan biridir. Ən son hadisələrə nəzər salsaq tarxin ən təhlükəli viruslarından 1-i COVİD-19 virusu 2019-cu ilin sonu 2020-ci ilin əvvəllərindən yayılmağa başladı və bu prosesləri çox da ciddiyə almayan ölkələrdə ciddi şəkildə zərər gördü. Artıq burada 2 məqam ölkəni yaranmış vəziyyətdən tez bir şəkildə çıxara bilərdi ki, bunlar da ölkə büdcəsi və ölkənin səhiyyəsidir. İqtisadiyyatın demək olar durduğu bu məqamda istehsal prosesi dayandı. Büdcə daxiolmalarının dayandığı bu məqamda ehtiyyat fondunun önəmi və miqdarı çox önəmlidir. Bu vəziyyətin nə qədər çəkəcəyini proqnozlaşdırmaq elədə asan deyil və dövlət yaşayışın əvvəlki kimi təmin olunması üçün külli miqdarda vəsait xərcləməli sosial rifayı yüksək tumalıdır. Bu proseslər hər bir ölkədə onun hansı sektorlarında boşluq olduğunu açıq şəkildə göstərdiki bunların ilkidə elə büdcə idi.

Azərbaycanda Vergilərin Büdcəyə Təsirinin Qiymətləndirilməsi.

İqtisadiyyatımız dünyada sürətlə inkişaf edən iqtisadiyyatlar sırasındadır. Hal-hazırda ölkəmizdə aparılan siasətin kökündə modernləşdirmə siasəti dayanır. “Bu siyasət iqtisadiyyatın diversifikasiyası istiqamətində iqtisadi tələblərə cavab verən iqtisadi inkişafın Azərbaycan modelinin formalaşmasına xidmət edir” . Azərbaycanda formalaşmaqda olan iqtisadi modelin əsasını səmərəlilik, çoxşaxəlilik, rasionallıq, sosialyönümlülük prinsipləri təşkil edir. Bu modelin başlıca hədəfi ölkəmizdə rəqabətədavamlı, hərtərəfli inkişafı təmin etməkdir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, ölkələdə iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişaf bazarı yüksək bilik və texnologiya təchiz etmək yolu ilə mümkün olur. (Qarayev İ.Ə 2015)

Ölkəmizdə iqtisadi siyasətin parametrləri yaradılması istiqamətində uğurlu vergi siasəti həyata keçirilir. Bu vergi siasəti nəticəsində regionda rəqabətli və səmərəli siasət həyata keçirilməsinə zəmin yaratmışdır. Bunu kökündə kapital qoyuluşları üçün sərbəst axınlı maliyyə vəsaitləri lazımdır ki, bunu təmin etmək üçün dövlət vergi ödəyicilərinə vergi gözəştləri tətbiq edir və nisbətən vegi yükünü azaldaraq investisiyaları cəlb edir. Ölkəmiz müstəqillik əldə edən gündən vergi sahəsində islahatlar aparmağa davam etmişdir ki, bunun nəticəsini son illərdə açıq şəkildə görə bilərik. Müstəqillik illərinin əvvəllərində iqtisadiyyatı yeni yaranan bir ölkə kimi vergi daxilolmaları da təəbii ki, az olmağı normal idi. Büdcəyə daxil olan vergilər nəzərə çarpmayacaq qədər az idi. Bu illərdə vergi auditi sahəsində olan boşluqlarda vergilərdən yayınma hallarını maksimum edirdiki ölkə bu proseslərə hələ tam şəkildə nəzarət edə bilmirdi. Neft ölkəsi olaraq büdcə daiolmalarımızın yüksək faizi neft gəlirləri vasitəsi ilə daxiolmalar təşkil edirdi. Müasir dövrümüzdə isə aparılan yüksək vergi siasəti nəticəsində ölkəmizdə iqtisadiyyatın inkişafı, vergi ödəyicilərinin çoxalması, vergi auditinin təkmilləşdirilməsi dövlət büdcəsinə daxil olan vergilərin payını yüksək məbləğə qaldırmışdır. 1991-ci ildə müstəqilliyimizi qazandıqdan sonra vergi siasətinin işlənib hazırlanması və qalan müddət ərzində vergilərin yığılması büdcədə özünü o qədər də büruzə vermədi, Lakin 1992-ci ildə hazırlanmış siasət və ciddi nəzarət üzrə vergilərin büdcəyə daxiolmalarında 1-ci ilə nisbətən xeyli fərq var idi. İllərin statistikasına nəzər yetirdikcə görə bilərik ki, hər il vergi gəlirləri artmaqdadır. Bu dövlətin apardığı vergis strategiyasının bir nəticəsidir.Ancaq bu strategiya sahibkarlara və vətəndaşlara köklü şəkildə pis təsir edir desək yanılarıq, dünya praktikasına nəzər yetirsək görə bilərik ki ölkəmizdə verg dərəcələri digər ölələrə nisbətən hətda inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən xeyli aşağıdır. Bu artımın səbəbi isə ölkədə il bə il baş vermiş yüksəlişdir. Yəni ölkədə sahibkarlığın inkişafı və yeni sahələrin yaranması mənfəət gəlirlərində öz yerini tapır. Respublikamızda minimum əməkhaqqı və pensiyaların artması istehlakçı səbətinə də təsir edir və nəticədə ƏDV və bir sıra vergilərdə öz təsirini tapır. Bir cədvəl ilə ölkəmizin müstəqillik qazandığı illərin və bu günümüzün vergi daxiolmalarına nəzər yetirək.

Cədvəl 1. İllik Vergi Daxiolmaları.

S N	Gəlir mənbələri	1991-ci il Mln.man	1992-ci il Mln.man	2018-ci il Mln.man
1	Fiziki şəxslərin gəlir vergisi	12,0	90,0	983,0
2	Hüquqi şəxslərin mənfəət vergisi	26,1	269,0	2 221,0
3	Torpaq vergisi	0,1	3,6	47,0
4	Əmlak vergisi	-	-	147,0
5	Əlavə Dəyər Vergisi	56,3	447,3	3 457,0
6	Aksiz vergisi	-	177,0	685,0
7	Mədən vergisi	1,9	27,2	115,0
8	Azərbaycan Respublikasının ərazisinə malların idxalatına görə əlavə dəyər vergisi	-	-	1 103,0
9	Yol vergisi	-	-	85,2
11	Azərbaycan Respublikasının ərazisinə malların idxalatına görə aksiz	-	-	121,0
12	Sadələşdirilmiş vergi	-	-	146,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statitika Komitəsi, www.stat.gov.az (24.03.2020).

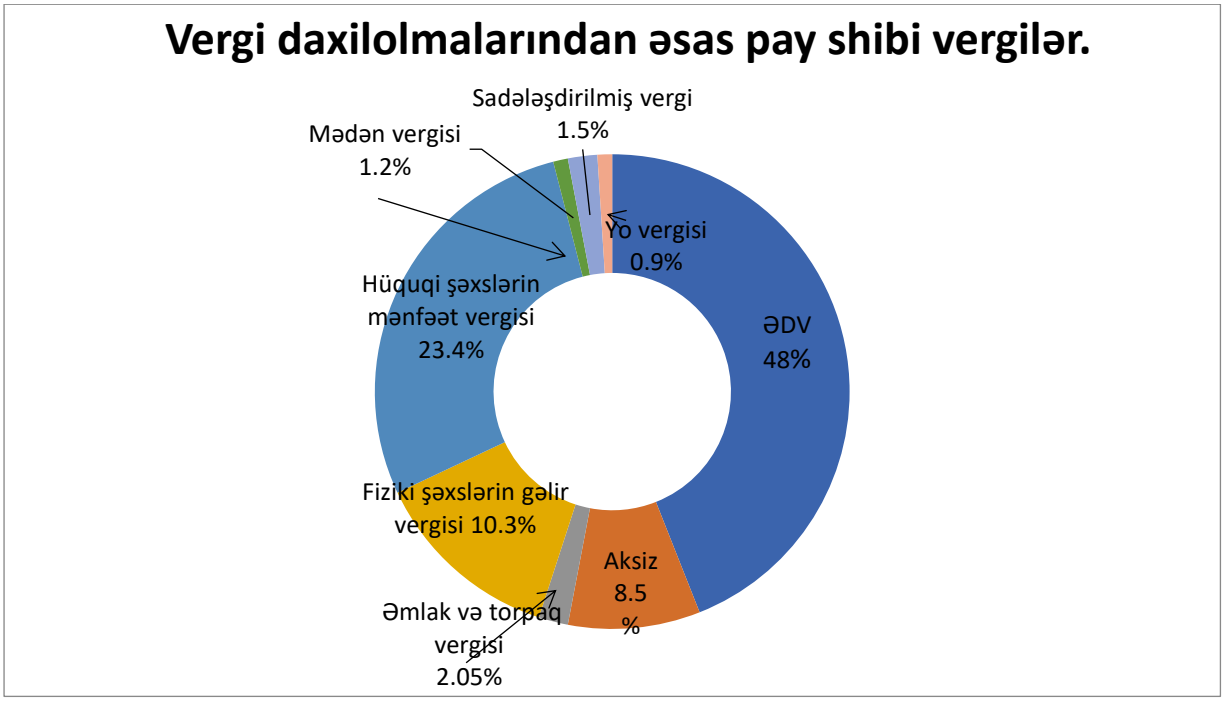
Analiz

2018 ci ildə dövlət büdcəsinə daxiolmalara və bu daxiolmalarda vergilərin çəkisinə nəzər yetirək. 2018 ci ildə dövlət büdcəsinə 22508900.0 min manat vəsait daxil olmuşdur ki, bu gəlirlərin 9 457 600.0 mi manati verigəlirlər hesabına formalaşmışdır.

Aşağıdakı dioqramdan göründüyü kimi 9 457 600.0 min manat vergi daxiolmalarının 48 faizini ƏDV üzrə daxiolmalar təşkil edir .

Biz ƏDV və mənfəət vergilərinin dövlət büdcəsinin gəlirlərinin formalaşmasındakı mövqeyinə fikir versek onların böyük yükə sahib olduqlarını açıq aşkar görə bilərik. Dioqramda ümümi vergilərin və onların tərkibində ƏDV və mənfəət vergilərin payını açıq sezməkolar.

Dioqram 1. İllik Vergi daxiolmaları üzrə faiz dərəcələri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statitika Komitəsi, www.stat.gov.az (26.03.2020).

Digər 4.25% isə gömrük rüsumlarının payına düşür. Respublikamızda 9 vergi növü alınırdı ki, artıq gömrük rüsumlaınıda dolayı vergi növünə aid edirlər.

2 ci ən çox pay sahibi mənfəət vergisindədir ki, büdcəyə 2 221,0 mln vəsait bu vergi vasitəsi ilə daxil olmuşdur.

Nəticə

Büdcəyə daxilmaların 4 560,0 mln manat yəni 48i%-i ƏDV, 2 221,0 mln manatı yəni 23,4%-i mənfəət vergisi hesabına formalaşır. Dolayı vergi olan ƏDV ən çox nəzər yetirilən vergidir ki, bu vergi dolayı yolla vətəndaşlardan alınır və vətəndaşlar vergi ödədiyinin fərqində olmadan bu verginin ödəyicisi olurlar. Bu səbəbdən ƏDV ən diqqət mərkəzində olan vergidirki daima təkmilləşdirilməsi normaldır. 2-i böyük məbləğ mənfəət vergisidir ki, mənfəət vergisinin dərəcəsi maksimum 25%-ə endirilmişdir. Əsas dərəcə isə 20% altında alınır. İqtisadiyyatın inkişafı və sahibkarlara dəsdəyin nəticəsində ölkədə mənfəət vergisinin ödəyiciləri xeyli artmış və artmaqda davam edir. 2019, 2020 ci illərin proqnozlarına

əsasən bu vergilərdə daha böyük yüksəliş görünür ki, ƏDV də bunu istehlakçı səbətinin genişlənməyi, məənfəət vergisində isə növbəti illərdə sahbkarlığın şaxələnməyi ilə proqnozlaşdırmaq olar. Təbii ki, bütün bu proseslərdə vergi auditinin önəmi hər zaman ön pillədədir. Respublikamızda son illərdə ən çox dəyişiklik aksiz vergisində oldu ki, bəzi vergi tətbiq olunmayan mallara aksiz vergisi tətbiq olundu, bəzi mallar üzərində olan vergilərin isə dərəcəsi artırıldı. Bu siasətin də, növbəti illərdə büdcə daxiolmalarında aksiz vergisinin çəkisini artırılacağına zəmin yaratmışdır. Fiziki şəxslərin gəlir vergisinin qeyri-neft sektoru üzrə 8 min manata qədər nəvacib alan vətandaşlardan alınmaması qərarı, ƏDV-i üzrə elektron şəkildə ödənildiyi təqdirdə ƏDV-nin qaytarılması və bir sıra yeni strategiyaların nəticəsi olaraq deyə bilərik ki, keçən bir neçə dövür ərzində bu siasət nəticəsində vergi üzrə daxiolmalar, neft sektoru üzrə gəlirlərin həddinə çıxacağı gözlənilir. Nəzərə alsaq ki, son dövürlərdə neftin qiyməti inanılmaz dərəcədə eniş göstərir, bu hal dövlətimiz üçün mənfi bir haldır və büdcə kəsirinin yaranmasına gətirib çıxara bilər.

Metod

Məqalənin yazılması zamanı analiz, sintez, müqaisəli təhlil və abstraktlaşdırma meodlarından istifadə olunmuşdur. Bu metodlar həm tədqiqat zamanı həm də analiz zamanı istifadə olunmuşdur. Tədqiqatın obyekti vergilərdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Azərbaycan Respublikasının Vergilər Məcəlləsi (2019)
2. Rzayev P.Q, Qarayev İ.Ə, (2015). Azərbaycanın davamlı inkişafında vergi siasətinin rolu. Elmi məqalə. Şamaxı
3. 3.Məmmədov Ə.C., Yusifov C.R., Seyfullayev İ.Z. (2015). Vergi və tərəqqi. Bakı, BESTPACK nəşriyyatı,326səh.
4. Kəlbiyev, Y.A., R.B.Məhərrəmov, P.Q.Rzayev (2011) “Xarici ölkələrin vergi sistemi”, Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, 554 s.
5. Seyfullayev I.Z. Əlavə dəyər vergisinin müəssisələrin innovasiya fəaliyyətinə təsiri. “Azərbaycanın Vergi Jurnalı”2012,№4,səh.99-116
6. Timmons, J. F. (2010). Taxation and Representation in Recent History. The Journal of Politics, 72(1), 191-208
7. Kaplow, Louis (2008), The Theory of Taxation and Public Economics, (Princeton: Princeton University Press). 8.www.stat.gov.az
8. 9.www.e-qanun.az
9. www.taxes.gov.az

Fiskal Siyasətin İqtisadi Fəaliyyətlər Üzərindəki Təsirlərinin Azərbaycan Makroiqtisadiyyati Baxımından Qiymətləndirilməsi

İlahə Nəsibzadə

ilahanasibli@mail.ru

Xülasə

Bu tədqiqatda fiskal siyasətin iqtisadi fəaliyyətlər üzərindəki təsirlərinin Azərbaycan iqtisadiyyatı baxımından qiymətləndirilməsi araşdırılmışdır. Eyni zamanda müstəqilliyini yeni qazanmış və iqtisadi həyatı tamamilə dəyişilərək mərkəzi planlama rejimindən azad bazar iqtisadiyyatına keçmiş bir ölkə üçün hansı yolun izlənilməli olduğu da tədqiq edilmişdir. Fiskal siyasətin özü ilə əlaqədar olaraq isə qısaca yarandığı vaxtdan etibarən keçdiyi mərhələlər haqqında məlumat verilmişdir. Daha sonra fiskal məqsədlərdən və vasitələrdən bəhs edilərək, bu məqsədlərə nail olmaq üçün hansı vasitələrin və necə istifadə edilməsi məsələsi araşdırılmışdır. Tədqiqatın nəticəsində Azərbaycanın müstəqillik sonrası hansı fiskal siyasətləri tətbiq etdiyini öyrəndik. Ölkəyə neft və qaz kimi təbii sərvətlərin satışından daxil olan gəlirlər inkişafa istiqamətlənmiş fiskal siyasətin həyata keçirilməsinə böyük ölçüdə köməklik etmişdir. Bunun nəticəsidir ki, həll olunmamış bir sıra problemlər olmasına baxmayaraq, ilk illərə nisbətdə böyük bir inkişaf əldə edilmiş və son illərdə də həllini gözləyən məsələlərin həllinə yönəldilmiş dövlət siyasətlərinin tətbiqinə başlanmışdır. Tədqiqatın analiz hissəsində müstəqillikdən bəri həyata keçirilən bütün bu tədbirlərin ümumi iqtisadiyyata necə təsir etdiyini ekonometrik modelin köməyi ilə modelləşdirdik. Bu modelləşdirmə dövlət gəlirləri və xərcləri 2010-2019-cu illər aralığının rəsmi məlumatları əsasında həyata keçirilmişdir. Ən kiçik kvadratlar metodu yanaşması ilə əldə edilən nəticələr göstərdi ki, büdcə gəlirləri Ümumi Daxili Məhsula (ÜDM) mənfi, büdcə xərcləri isə müsbət təsir göstərir. Əldə olunan nəticələr bir sıra başqa tədqiqat nəticələri ilə üstüstə düşməkdədir və Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün adekvat sayıla bilər.

Açar sözlər: fiskal, iqtisadi, siyasət

Giriş

Dayanıqlı iqtisadi inkişafın Azərbaycan modeli iqtisadiyyatın, o cümlədən qeyri-neft sektorunun sürətli inkişafı, ölkənin gələcək inkişafının qeyri-neft sektoru ilə bağlılığının prioritet təşkil etməsi, onunla əlaqədar infrastruktur işlərin həyata keçirilməsi, sənaye, kənd təsərrüfatı, turizm, informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahələrinin inkişafının sürətlənməsi dayanıqlı inkişaf edən şaxələnmiş iqtisadiyyatın formalaşmasının əsasını təşkil edir. Hazırda makroiqtisadi sabitliyin qorunmasını və tənzimlənməsini, strateji məqsədlərin sosialyönümlülüyünü təmin edən, dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiyasının və beynəlxalq münasibətlər sisteminin müstəqil üzvünə çevrilən Azərbaycanda son on bir ildə ÜDM 2,3 dəfə artmış, ÜDM-də qeyri-neft sektorunun payı 2019-cu ildə 60,0 faiz olmuşdur.(https://muhasibat.az/2019-cu-ilin-iqtisadi-gostericileri/).

Metod

Tətqiqatın nəzəri hissəsində müşahidəetmə, faktların toplanması və seçilməsi, onlar arasında əlaqənin yaradılması E-views 10 proqramı üzərindən aparılmışdır. Ən Kiçik Kvadratlar (OLS-Ordinary Least Square), Vahid kök (Unit Root) testləri, Wald testinin OLS modeli, Heteroskedastiklik Breusch-Pagan-Godfrey və ya White testi**,** CUSUM və CUSUM kvadratı, normal paylanmaya analizi tətbiq edilmişdir.

Analiz

Bu tədqiqat üçün istifadə ediləcək məlumatlar 2012-2019-cu illəri əhatə edən aşağıdakı göstəricilərdir:

*ÜDM - milyon manatla, ölkədə istehsal olunan əlavə dəyərlərin cəmi formasında ölçülmüşdür. İllik məlumatlar Mərkəzi Bankın nəşrləri və Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarında qeyd edilən rəsmi göstəricilərdən ibarətdir.

*Büdcə (dövlət) xərcləmələri - milyon manatla ölçülmüş və dövlət büdcəsində həyata keçirilən ümumi dövlət xərcləməsini əhatə edir. Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi illik məlumatları əsasında hazırlanmışdır.

*Büdcə gəlirləri - milyon manatla ölçülmüş ümumi büdcə daxilolmalarını əhatə edir.

Analiz dövlət statistika komitəsinin rəsmi illik məlumatları əsasında hazırlanmışdır.

Cədvəl 1. Makroiqtisadi göstəricilərin dinamikası (2012-2019-cu illər üzrə)

Makroiqtisadi göstəricilər	2012	2013	2014	2015	2017	2018	2019
ÜDM	126	105	103	101	97	100	101
Əhalinin gəlirləri	122	113	105	106	109	108	109
Orta aylıq nominal əmək haqqı	124	111	105	105	107	106	103
Dövlət büdcəsinin gəlirləri	136	110	94	95	100	94	136
Dövlət büdcəsinin xərcləri	143	112	98	95	100	99	129
Əhalinin banklardakı əmanətləri	123	130	112	132	79	102	111
İqtisadiyyata kredit qoyuluşları	146	109	120	117	76	72	111
Əhalinin sayı (ilin sonuna)	101	101	101	101	101	101	101
İstehsal qiymət indeksləri	110	106	101	104	112	113	102
Sənaye məhsulları istehlakçılarının qiymət indeksləri	117	131	69	69	128	137	126

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (30.12.2019)

Cədvəl 2. Modeldəki dəyişənlərin bəzi riyazi və statistiki göstəriciləri

	Ədədi orta	Median	Maksimum	Minimum	Standart xəta	Müşahidə Sayı
BX	7269.345	2965.400	19143.50	428.4000	7498.914	22
BG	7135.905	2962.000	19496.00	316.9000	7393.741	22
ÜDM	25258.16	15279.80	59900.00	2133.000	22607.62	22

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycanda makroiqtisadi siyasətin iqtisadi dəyişənlər üzərində təsirini ölçmək üçün bir çox modeldən istifadə edilə bilər, amma müşahidə sayının kifayət qədər çox olmaması Ən Kiçik Kvadratlar (OLS-Ordinary Least Square) üsulu daha məqsədəuyğun edir. Həmçinin, quracağımız modelimiz də xətti olduğu üçün OLS-dən istifadə optimal sayılır. Amma onu qeyd etmək lazımdır ki, bu üsuldan istifadə edilə bilməsi üçün dəyişənlər səviyyədə stasionar olmalı və yaxud birinci fərqdən stasionar olmalı və qurulan modelin qalığı dəyişənlərdən bir əvvəlki tərtib fərqdə stasionar olmalıdır. (Hasanov F., Alirzayev E., 2012).

Empirik nəticələr

Empirik nəticələrdə ilk olaraq vahid kök testləri vasitəsilə dəyişənlərin stasionarlığı yoxlanılacaqdır. Aşağıdakı cədvəldən göründüyü kimi dəyişənlərin hər üçü birinci tərtib fərqdə stasionardır. Bu da onu deməyə əsas verir ki, statistiki olaraq bu dəyişənlərlə modelimizi qura bilərik. Qurulacaq modelin ilkin forması isə aşağıdakı kimi olacaqdır.

ÜDM=a+b*(BG)+c*(BX)

Buradakı dəyişənlərdən UDM, BG və BX daha əvvəl qeyd etdiyimiz modelin dəyişənləri, a verilən tənliyin sərbəst həddi, b və c isə tənliyin əmsallarıdır. Modeli daha da sadələşdirmək məqsədilə modelin hər iki tərəfindən logarifm alınması məqsədəuyğundur. Belə olan halda dəyişənlərin faiz şəklində analiz edilərək daha dolğun məlumatlar əldə olunur və modelin qrafikində bəzi kənara çıxmalar aradan qaldırılmış olur. (Hasanof F. 2013: s.463).

Log(ÜDM)=a+b*log(BG)+c*log(BX) - Bu tənlik vasitəsilə qurulan modellərdə dəyişənlərin göstəricilər faiz olacaqdır. (Aras O.N., Süleymanov E. 2016: s.122).

Cədvəl 3. Dəyişənlərin Vahid Kök testlərinin nəticələri.

Dəyişən	**Panel A: Səviyyədə**	**Panel B: 1-ci tərtib fərqdə**	**Panel C: 2-ci tərtib fərqdə**	Nəticə
	k Faktiki dəyəri	K Faktiki dəyəri	k Faktiki dəyəri	
BG	0,029987	-3,128636**		İ (1)
BX	0,485098	-3,008838*		İ (1)
ÜDM	0,361086	-4,054235***		İ (1)

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

OLS modelinin qurula bilməsi lazım olan bir digər şərt isə, modelin qalıqlarının stasionar olmasıdır. Belə ki, modelin qalıqları modelin özündən bir əvvəlki tərtib fərqdə stasionar olmalıdır. Bizim modelimizin dəyişənləri birinci tərtib fərqdə stasionar olduğu üçün bu modelin qalığı da səviyyədə stasionar olmalıdır.

Cədvəl 4.Qalığın Vahid Kök testinin nəticələri.

Null Hypothesis: QALIQ has a unit root Exogenous: Constant Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.082412	0.0053
Test critical values: 1% level	-3.788030	
5% level	-3.012363	
10% level -2.646119		

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Yuxarıdakı cədvəldə qalığın vahid köklüyü test edilmişdir. Cədvəldən aydın olur ki, modelimizin qalıqları səviyyədə stasionardır. Bunun nəticəsində deyə bilərik ki, həm modelimizin dəyişənlərinin, həm qalığının stasionarlığı əldə edildiyinə görə modelimizi əvvəl qeyd etdiyimiz zaman aralığındakı dəyişənlərlə qura bilərik.

Cədvəl 5.OLS modelinin nəticələri

Dependent Variable: LOG(UDM)

Method: Least Squares Sample: 2010- 2019 Included observations: 22				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(BX)	1.411849	0.243079	5.808198	0.0000
LOG(BG)	-0.642315	0.251639	-2.552525	0.0195
C	3.450358	0.115818	29.79122	0.0000
R-squared	0.997089	Mean dependent var		9.572404
Adjusted R-squared	0.996783	S.D. dependent var		1.216700
S.E. of regression	0.069014	Akaike info criterion		-2.382879
Sum squared resid	0.090497	Schwarz criterion		-2.234100
Log likelihood	29.21166	Hannan-Quinn criter.		-2.347831
F-statistic	3253.948	Durbin-Watson stat		1.876085
Prob(F-statistic)	0.000000			

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

OLS modelinin nəticələrinin funksional şəkildə görünüşü

Estimation Command:

==========

LS LOG(UDM) LOG(BX) LOG(BG) C

Estimation Equation:

==========

LOG(UDM) = C(1)*LOG(BX) + C(2)*LOG(BG) + C(3)

Substituted Coefficients:

==========

LOG(UDM) = 1.41184934725*LOG(BX) - 0.642315222317*LOG(BG) + 3.45035808968

Modelin ümumi şəkildə izahı isə ümumi daxili məhsulun büdcə gəlirləri və büdcə xərclərindən asılılığı kimidir. Modelin əhəmiyyətliliyini göstərən bir sıra göstəricilərə gəldikdə, bunlar ilk əvvəl t-Statistics göstəricilərinin mütləq dəyərləridir ki, hansılar ki mütləq qiymət baxımından 2-dən böyük olmalıdır və ehtimal göstəriciləri (Prob.) 5%-dən kiçik olmalıdır. Bizim modelimizdə də hər iki

göstərici ödənilmişdir və deyilə bilər ki, əmsallar əhəmiyyətlidir. Bir digər göstərici isə R-kavdratı (R-square) və dəyişdirilmiş Rkavdratıdır (Adjusted R-square) ki, bunlar da modelə daxil etdiyimiz bu dəyişənlərin modeli necə izah etdiyinin göstəriciləridir. Bizim modelimizdə bunlar sırası ilə 0.997089 və 0.996783-ə bərabərdir. Yəni analiz etdiyimiz zaman dilimi üzrə modelimizə daxil etdiyimiz büdcə gəlirləri və büdcə xərcləri adlı dəyişənlərimiz modeli təxminən 99.5% izah edir. Qalan hissəni isə modelə daxil edilməyən digər dəyişənlər izah edir. Növbəti mərhələ kimi modelə daxil etdiyimiz sərbəst dəyişənlərimizin birlikdə və ayrı-ayrılıqda əhəmiyyətliliyini yoxlamalıyıq. Dəyişənlərin ayrı-ayrılıqda əhəmiyyəti Wald testi ilə yoxlanılır. Bu testdən istifadə zamanı hipotez testinə baş vuracağıq. Testin hipotezi isə belədir:

H_0: Dəyişən ayrılıqda əhəmiyyətsizdir.

H_1: Dəyişən ayrılıqda əhəmiyyətlidir.(Mikayilov C., Həsənov F., Yusifov S., 2014: s.163).

Cədvəl 6. Büdcə Xərcləri dəyişəni üçün Wald testinin nəticəsi

Wald Test: Equation: Untitled			
Test Statistic	Value	df	Probability
t-statistic	5.808198	19	0.0000
F-statistic	33.73516	(1, 19)	0.0000
Chi-square 0.0000	33.73516	1	

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

CədvəL 7. Büdcə Gəlirləri dəyişəni üçün Wald testinin nəticəsi

Wald Test: Equation: Untitled			
Test Statistic	Value	df	Probability
t-statistic	-2.552525	19	0.0195
F-statistic	6.515385	(1, 19)	0.0195
Chi-square 0.0107	6.515385	1	

Mənbə: E-views 9 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Hipotez testinin izahına gəldikdə isə, əgər ehtimal göstəricisinin nəticəsi 5%-dən böyükdürsə H_0 hipotezi qəbul edilir, 5%-dən kiçik olduğu halda isə H_0 hipotezi rədd edilir və H_1 hipotezi qəbul edilir. Cədvəl 3.6 və 3.7-dən göründüyü kimi sərbəst dəyişənlərimiz üçün etdiyimiz Wald testinin nəticələri 5%-dən kiçikdir. Bu da o deməkdir ki, H_0 hipotezi rədd edilir və H_1 hipotezi qəbul edilir. Yəni dəyişənlər ayrı-ayrılıqda əhəmiyyətlidir. Dəyişənlərin birgə əhəmiyyətliliyi də yenə Wald testi ilə yoxlanıla bilər. Aşağıdakı cədvəldə bu yoxlanılmışdır:

Cədvəl 8. Büdcə Gəlirləri və Büdcə Xərcləri dəyişənlərinin birgə əhəmiyyətliliyini yoxlamaq üçün tətbiq edilə Wald testinin nəticəsi

Wald Test: Equation: Untitled			
Test Statistic	Value	df	Probability

F-statistic	3253.948	(2, 19)	0.0000
Chi-square	6507.897	2	0.0000

Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Yuxarıdakı 3.8-ci cədvəldən də göründüyü kimi ehtimal göstəricisi 5%-dən kiçikdir və bu da onu deməyə əsas verir ki, yenə H_0 hipotezini rədd edib H_1 hipotezini qəbul edirik, yəni dəyişənlərimiz birlikdə əhəmiyyətliliyə malikdir.

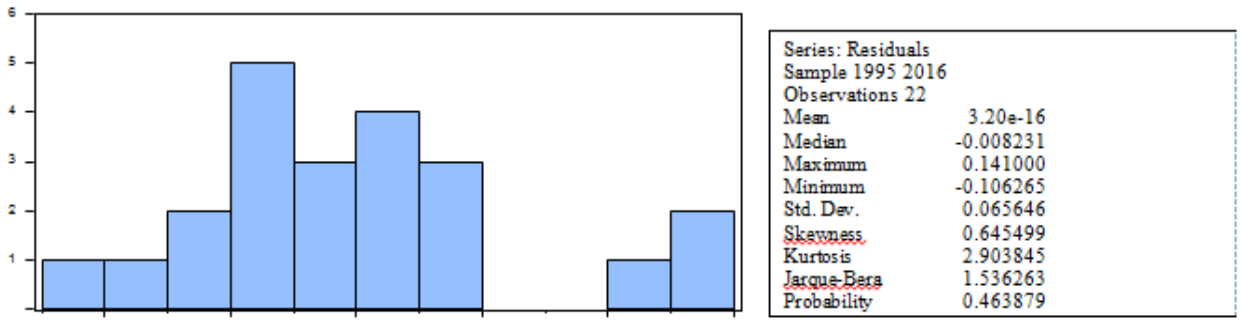
Dəyişənlərimizin həm birgə, həm də ayrılıqda əhəmiyyətliliyini müvafiq testlər vasitəsilə yoxladıqdan sonar digər mərhələdə modelqurma xətalarının olmaması üçün zəruri olan şərtlərin ödənilməsinə baxırıq. İlk öncə baxacağımız modelin normal paylanmaya malik olub-olmamasıdır. Bunun üçün modelin "Histogramına" baxılmalıdır. Bu zaman histogramda göstərilən Probability (Ehtimal) dəyərindən istifadə edilir. Burada da hipotez testinə baş vurulacaqdır. Testin hipotezi isə:

H_0- Model normal paylanmaya malikdir.

H_1- Model normal paylanmaya malik deyil.

Histogram vasitəsilə modelin normal paylanmasının nəticələrinin qeyd edildiyi cədvəl 3.9-dan göründüyü kimi ehtimal göstəricisinin dəyəri 46.3%-ə bərabərdir, yəni bu göstərici 5%-dən böyükdür. O zaman H_0 hipotezi qəbul edilir. Model normal paylanmaya malikdir.

Diaqram 1. Modelin histogramı



Mənbə: E-views 10. programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Normal paylanmanı test etdikdən sonra, bir digər əsas şərtlərdən olan avtokorrelyasiyaya baxırıq. Onun mənası modelə daxil etdiyimiz asılı dəyişənin sərbəst dəyişənlərin gecikmələrindən asılı olub-olmamasını göstərməkdir. Əgər modelin asılı dəyişəni sərbəst dəyişənlərinin gecikmələrindən asılı olarsa, bu zaman da yenə modelqurma xətasına yol verilmiş olur. Riyazi qaydada bunu aşağıdakı kimi izah etmək düzgündür. Fərz edirik ki, modeldə sərbəst dəyişənin sayı sadəcə bir dənədir. Bu halda model bu şəkildə olmalıdır. (Alıyev K., Dehning B., Nadirov O., 2016: s.93)

$y=u_t+b*x_t$ Burada y asılı dəyişən olaraq ancaq x_t-dən asılı olmalıdır. Y-in yalnız x_t-dən yox, eyni zamanda x_t-nin gecikmələrindən, yəni x_{t-1}, x_{t-2}, x_{t-3} və s.-dən də asılı olması modeldə avtokorrelyasiyanın olması hesab olunur. Modeldə avtokorrelyasiyanın olub-olmamasını yoxlamaq üçün Serial Correlation LM tesindən istifadə edilir. Bu testin hipotezi aşağıdakı kimidir:

H_0- Modeldə avtokorrelyasiya problemi mövcud deyil.

H_1- Modeldə avtokorrelyasiya problemi mövcuddur.

Cədvəl 9. Modelin birinci gecikməsinin LM testinin nəticəsi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:		
F-statistic	0.020157 Prob. F(1,18)	0.8887
Obs*R-squared	0.024608 Prob. Chi-Square(1)	0.8753

Mənbə: E-views 10 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəl. 10. Modelin ikinci gecikməsinin LM testinin nəticəsi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:		
F-statistic	0.098573 Prob. F(2,17)	0.9066
Obs*R-squared	0.252206 Prob. Chi-Square(2)	0.8815

Mənbə: E-views 10 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəl 9 və 10 cədvəl dən göründüyü kimi modelə daxil etdiyimiz sərbəst dəyişənlərin birinci və ikinci gecikmələri üçün edilən LM testində ehtimal dəyəri 88% və 87%-ə bərabərdir, yəni 5%-dən böyükdür. Bu halda yenə H_0 hipotezini qəbul edərək deyirik ki, sərbəst dəyişənlərin birinci və ikinci gecikməsi üçün avtokorrelyasiya problemi mövcud deyil. Buna müvafiq olaraq digər gecikmələrdə də avtokorrelyasiyanın mövcud olmadığını aşağıdakı cədvəldən görürük. Müşahidə sayının çox da böyük olmaması isə digər başqa gecikmələrə baxmağı zəruri etmir. Bir digər şərt də heteroskedastiklik problemi olmamalıdır. Heteroskedastiklik modelin qalıqlarının dispersiyalarının bərabər olmaması problemidir. Arzu olunan hal isə modeldə homoskedastikliyin, yəni qalıqların dispersiyalarının bərabər olmasıdır. Heteroskedastiklik Breusch-Pagan-Godfrey və ya White testi ilə analiz edilir. (Hasanov F., Alirzayev E., 2012: s.91)

Hipotezi isə belədir:

H_0- Qalıqhar bərabərdispersiyalıdır, yəni homoskedastikdir.

H_1- Qalıqlar bərabərdispersiyalı deyil, yəni heteroskedastikdir.

Cədvəl 11. Modelin Breusch-Pagan-Godfrey testi ilə heteroskedastiklik testinin nəticələri

F-statistic Obs*R-squared	0.487428 1.073692	Prob. F(2,19) Prob. Chi-Square(2)	0.6217 0.5846
Scaled explained SS			0.762330
Prob. Chi-Square(2)			0.6831

Mənbə: E-views 9 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəl 12. Modelin White testi ilə heteroskedastiklik testinin nəticələri

F-statistic	0.647858	Prob. F(2,19)	0.5343
Obs*R-squared	1.404520	Prob. Chi-Square(2)	0.4955
Scaled explained SS	0.997221	Prob. Chi-Square(2)	0.6074

Mənbə: E-views 9 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəl11 və cədvəl 12-nin nəticələrinə əsasən həm Breusch-Pagan-Godfrey, həm də White testinin ehtimal göstəriciləri 5%-in üstündə olduğuna görə deyə bilərik ki, H_0 hipotezi qəbul edilir. Yəni qalıqlar bərabərdir və heteroskedastiklik problemi yoxdur.

Son göstərici olaraq isə modeldə multikollineralığı yoxlayırıq. Multikollinearlıq modeldə sərbəst dəyişənlərin özlərinin arasında bir əlaqənin (asılılığn) olub-olmamasını göstərir. Əgər modeldə mövcud olan bir sərbəst dəyişən digər sərbəst dəyişənlərdən birinin funksiyası olarsa, onda model qurma xətasına yol verilmiş olunur. Bunun bir digər göstəricisi də modeldəki sərbəst dəyişənlərin çoxunun ayrılıqda əhəmiyyətli olmaması, lakin R-kvadratı göstəricisinin xeyli yüksək olması ola bilər. Bizim modelimizdə isə iki dəyişən var və hər ikisi də statistiki cəhətdən əhəmiyyətlidir, həmçinin modeli də kifayət qədər əhəmiyyətli bir şəkildə izah edirlər (yüksək R-kvadratı). Bununla belə multikollineralıq problemini yoxlamaq lazımdır. Bu şərti yoxlamaq üçün VİF-dən (Varians İnflation Factor) istifadə olunur. Bu halda sərbəst dəyişənlərin mərkəzləşdirilmiş VİF göstəriciləri 10-dan kiçik olmalıdır. Əks halda model qurma problem meydana çıxmış olar.

Cədvəl 13.Modelin multikollinearlıq testinin nəticəsi

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
LOG(BG)	0.059087	18084.04	612.5878
LOG(BX)	0.063322	19592.35	612.5878
C	0.013414	61.95762	NA

Mənbə: E-views 9 programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvələ əsasən sərbəst dəyişənlərin VİF qiyməti 10-dan böyükdür. Bu isə o deməkdir ki, bu iki dəyişən arasında multikollinearlıq problemi ola bilər, yəni bir-birindən asılı ola bilər. Bizim modeldəki VİF göstəricisinin qiymətinin 10-dan böyük olması isə hər iki dəyişənlərin qiymətlərinin bir-birinə çox yaxın olması ilə izah oluna bilər. Bunu aradan qaldırmaq üçün bəzi yollara baş vurula bilər. Onlardan biri statistik cəhətdən əhəmiyyətsiz kimi görünən (Prob. dəyəri 5%-dən çox olan) dəyişəni modeldən xaric etməkdir. Lakin bizim modeldə hər iki dəyişən də əhəmiyyətli olduğu üçün və həmçinin nəzəri cəhətdən də hər ikisi əhəmiyyətli olduğu üçün bir digər yol olan heç bir dəyişəni modeldən çıxarmadan davam etmək yolu seçilə bilər.

Modelin ümumi stabilliyi CUSUM və CUSUM kvadratı testləri vasitəsilə yoxlanılmışdır. Göründüyü kimi hər iki testin nəticəsində modeldə ümumi olaraq stabillik var. Belə ki, hər iki test

5%-lik əhəmiyyətlilik dərəcəsi xəttinin daxilində yerləşir və kənara çıxmalar yoxdur. Qrafikdə isə əmsalların stabilliyi test edilmişdir. Burada da arzu olunan nəticə, yəni əmsalların sona doğru 2 standard xəta xətti daxilində mərkəzdə yığılması baş vermişdir. Buna görə də deyə bilərik ki, əmsallarda da ayrılıqda stabillik olduğu görünür.

Beləliklə istər model qurma xətasının baş verməməsi üçün aparılan testlər, istərsə də modelin dəyişənlərinin öz testlərinin statistiki və iqtisadi əhəmiyyətliliyi daxil etdiyimiz dəyişənlərlə baxılan zaman aralığında model qurula biləcəyini göstərdi.

Nəticə

Ekonometrik modelin də nəticəsindən göründüyü kimi Azərbaycanda büdcə xərclərində baş verən 1%-lik bir artım ÜDM-də 1.41%-lik artıma səbəb olur. Bu çalışmanın nəticəsi həmçinin bir sıra başqa tədqiqatların nəticələri ilə də üst-üstə düşməkdədir. Belə ki, əvvəl edilən bəzi araşdırmalarda da büdcə xərclərinin ÜDM ilə düz mütənasiblik təşkil edərək onu artırdığı müşahidə edilməkdədir. Bu artım səviyyəsi isə baxılan zaman aralığından asılı olaraq 0.73-0.89% arasında dəyişməkdədir . Göründüyü kimi iqtisadi artıma nail olmağın digər bir yolu da büdcə xərclərindən səmərəli istifadə edilməsidir. Bu xərclərin kənd təsərrüfatı başda olmaqla qeyri-neft sektorunun istehsalının və ixracının stimullaşdırılması məqsədilə səmərəli şəkildə təşkili ölkənin ixracatının şaxələnməsinə və həmçinin əsas prioritet məsələlərdən olan qeyri-neft sektorunun inkişafının dövlət tərəfindən dəstəklənərək artımına səbəb olacaqdır. Model 2012-2019-cu illərin müvafiq rəqəmsal göstəricilərindən istifadə edilərək qurulmuş və müvafiq testlərin nəticələrinə əsasən model qurma xətaları və digər nöqsanlar baş verməmişdir. Modelə qayıtdıqda isə həm sərbəst, həm də asılı dəyişənlərin birlikdə və ayrılıqda əhəmiyyətli olduğu görünür. Cədvəl 4 və 5-in göstəricilərinə əsasən deyə bilərik ki, baxılan zaman aralığında büdcə xərclərinin 1% artması ÜDM-ni 1.41% artırır, büdcə gəlirlərinin 1% artması isə əksinə ÜDM-ni 0.64% azaldır. Modelə əsasən ÜDM-in büdcə xərcləri ilə düz mütənasib, büdcə gəlirləri ilə isə tərs mütənasib olduğu görünür. Yəni büdcə xərclərinin 1% artması ÜDM-i 0.73- 0.87% arası artırır, büdcə gəlirlərinin isə 1% artması ÜDM-i 0.11-0.49% azaldır.

Yuxarıda sadalanan təkliflərin həyata keçirilməsi halında, əsas iqtisadi göstərici olan ÜDM və nail olunmağa çalışılan gəlir bölgüsü və həyat standardının yaxşılaşdırılması məqsədi onlara bağlı olaraq həyata keçəcəkdir. Çünki, bir ölkədəki gəlir səviyyəsi və həyat standardı o ölkənin iqtisadiyyatının stabil bir şəkildə inkişafı və bunun nəticəsində əldə edilən gəlirlərin ədalətli olaraq bölüşdürülməsinə bağlıdır. Azərbaycan iqtisadiyyatında ən böyük paya sahib olan neft yaxşı dəyərləndirilməli və buradan gələn gəlirlər yuxarıda qeyd edilən məqsədlər istiqamətində istifadə edilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Hasanof F. (2013). Dutch Disease and the Azerbaijan Economy, Communist and Post Communist studies, 463-480 Mikayilov C., Həsənov F., Yusifov S. (2014). Dayanıqlı inkişaf və STRİPAT çərçivəsi, Journal of Qafqaz University, vol 2, Number 2, 178-187
2. Aras O.N., Süleymanov E. (2016). Azərbaycan İqitsadiyyatı, Bakı, Azərnəşr, 1-412.
3. Alıyev K., Dehning B., Nadirov O. (2016). Modelling the Impact of Fıscal Policy on Nonoil GDP in a Resource Rich Country: Evidence from Azerbaijan, Acta Universitatis et Silviculturae Mendelianae Brunensis, , vol 64, Number 6, 86-102
4. Hasanov F., Alirzayev E. (2012). The government spending, FDIs and the non-oil; sector of the oil exporting economy, The Center for Socio-Economic Research, Qafqaz University, 1-39

5. http://esasodi.cbar.az:9704/obiee/ESAHS.jsp (15.05.2017)
6. https://muhasibat.az/2019-cu-ilin-iqtisadi-gostericileri/
7. https://www.stat.gov.az/

Kiçik Və Orta Sahibkarlığda Verginin Təkmilləşdirilmiş İstiqamətləri

Fatimə Bağırova

f.bagirova9797@mail.ru

Xülasə

Yazdığımı bu məqalədə əsasən qeyd edə bilərik ki, Müxtəlif mülkiyyət formalarına mənsub təsərrüfat vahidlərinin fəaliyyət göstərdiyi bazar iqtisadiyyatı sistemində vergi sistemi sosialiqtisadi sahədə dövlətə öz funksiyalarını həyata keçirməyə imkan verən bir alt sistem kimi çıxış edir. Cəmiyyətin inkişafının hər bir mərhələsində dövlətin özünəməxsus vergi siyasəti formalar və fəaliyyət göstərir. Bazar iqtisadiyyatında dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsi məhdud, onun sərəncamında olan mülkiyyətin nisbətən az xüsusi çəkiyə malik olması dövləti öz funksiyalarını da həyata keçirmək üçün zəruri olan maliyyə mənbələri axtarmağa məcbur edir. Belə maliyyələşmə mənbəyi rolunu isə gəlir və əmlaka tətbiq edilən vergilər oynayır. Buna görə də hökümət vergi sistemini elə tənzimləməlidir ki, o, cəmiyyətin bütün üzvlərini təmin edərək iqtisadi, həmçnin sosial həyata müsbət təsir göstərmiş olsun. Eyni zamanda vergilər büdcə gəlirləri rolunu oynamaqla yanaşı, stimullaşdırıcı, tənzimləyici funksiya yerinə yetirir. Vergi dərəcələrinin dəyişdirilməsi, yeni vergi formalarının tətbiqi yolu ilə dövlət iqtisadi fəallığı gücləndirə və ya zəiflədə bilər. Bu baxımdan, vergilər müasir dövrdə milli gəlirin yenidən bölgüsünün ən mühüm alət, fərdi və sosial maraqlar arasında optimal nisbət yaratmağa kömək edən bir vasitə kimi çıxış edir. Odur ki, sadalananlar dissertasiya işində məhz bu mövzunun seçilməsi və tədqiqat dairəsinin müəyyənləşdirilməsində həlledici amil olmuşdur.

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə vergi uçotunun təşkili və təkmilləşdirilməsi aktuallığı hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur.

Açar sözləri: dövlət, forma, fəaliyyət

Giriş

Mənfəət vergisinin hesablanması üçün mühasibat uçotunun məlumatlarına əsasən alınmış mənfəət məbləğinin korrektə edilməsi deyil, mühasibat uçotu ilə yanaşı vergi uçotunun apanması tələb olunur. Çünki vergi uçotunun başlıca prinsipi mənfəət vergisi üzrə vergi bazasının formalaşması üçün ilkin uçot sənədlərindəki məlumatlann yalnız vergi qanunvericiliyinin tələblərinə uyğun analitik registrlərdə qruplaşdınimasıdır.

Vergi qanunvericiliyi müəssisələrdə ayrıca vergi uçotunun aparılmasını tələb eçlir. Mənfəət vergisi üzrə vergi bazasının düzgün, müəyyən edilməsi və bu vergi növü üzrə hesablaşmaların vaxtında aparılmasını təmin etmək məqsədilə, vergi ödəyicilərindən mühasibat uçotu ilə yanaşı gəlir (məhsul və digər aktivlərin satışından olan pul vəsaitləri, satışdankənar gəlirlər) və xərclərinin (məhsulun maya dəyəri və satışdankənar xərclərin) uçotu aynca aparılmalıdır.

Kiçik və Orta Sahibkarlığın Ölkədə Vergi Uçotunun Formalaşması

1992-ci il 21 iyul tarixdə qəbul edilmiş “Dövlət vergi xidməti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu dövlət vergi xidməti orqanlarının strukturunu, onların hüquq və vəzifələrini müəyyən etdi. Azərbaycan Respublikasının vergi sistemi yaradılarkən xarici ölkələrin təcrübəsindən geniş istifadə edilmişdir. Məhz buna görə də öz strukturu və quruluş prinsiplərinə görə o dünya iqtisadiyyatında geniş yayılmış vergitutma sistemlərinə uyğun gəlir. Azərbaycan Respublikasının vergi sisteminin əsas elementləri xarici ölkələrin vergi qanunveriçiliyinin sadəcə köçürülməsi deyildir və onlar milli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla formalaşdırılmışdır. Yeni yaradılan vergi sisteminin əsas elementi Azərbaycan üçün yeni olan əlavə dəyər vergisi idi. Bu vergi aksiz vergisi 2 ilə birlikdə dövriyyə

vergisini əvəz etmiş oldu. Bunun da nəticəsində dolayı vergilər birbaşa vergilərə nisbətən böyük üstünlük əldə etmiş oldu. Dolayı ödənişlər sisteminin daxil edilməsi vergi daxilolmalarının qiymətlərin səviyyəsinin dəyişməsindən mütənasib asılılığı hesabına iqtisadiyyatın maliyyə sağlamlaşdırılması məqsədini güdürdü. Ancaq qiymətlərin liberallaşdırılması şəraitində bu yeni vergi isteklak mallarının və xidmətlərin qiymətlərinin yüksəlməsinə səbəb oldu və yalnız fiskal funksiyanı yerinə yetirirdi.

1990-cu illərin birinci yarısında yüksək infilyasiya və iqtisadiyyatda əsaslı struktur dəyişiklikləri şəraitində büdcəyə zəruri maliyyə ehtiayatlarının toplanılmasını təmin etməklə vergi sistemi demək olar ki, öz funksiyalarını yerinə yetirirdi. Bununla bərabər bazar islahatlarının dərinləşməsi ilə əlaqədar vergi sistemində ortaya çıxan çatışmazlıqlar, onun iqtisadiyyatda baş verən dəyişikliklərə uyğun gəlməməsi özünü açıq aydın büruzə verirdi. Bununla əlaqədar olaraq vergilər haqqında qanunvericiliyə dəfələrlə əlavə və dəyişikliklər edilmiş oldu. Ancaq bu dəyişikliklər vergi sisteminin əsaslarını deyil, ayrı-ayrı məhdud sahələrini əhatə edirdi. Bütün bunların nəticəsində 90-cı illərin sonlarında Azərbaycan Respublikasında formalaşmış vergi sistemi onun ayrı-ayrı elementlərinin mükəmməl olmaması səbəbindən iqtisadi inkişafa əngəl törədirdi (Rzayev, 2014: 102).

Vergilər-hökümətin öz funksiyalarını icra etməsi üçün önəmli olan, fiziki və hüquqi şəxslərdən dövlətlə yerli özünüidarəetmə orqanları tərəfindən qanunvericiliyə uyğun olaraq məcburi qaydada tutulan, dövlət büdcəsinə və ya yerli büdcələrə köçürülən fərdi, əvəzsiz ödənişdir. Vergilər dövlətin maliyyə ehtiyyatlarını formalaşdıran əsas mənbə kimi insan sivilizasiyasının yarandığı dövrlərdən mövcuddur. Dövlətin yaranması, ordunun formalaşması və dövlət aparatının saxlanılması hələ qədim dövrlərdə vergilərin yığılmasını zəruri edirdi (Rzayev, 2014: 105).

Vergilər bəşər tarixinin ta qədim zamanlarından müxtəlif formalarda tətbiq olunmağa başlamış və bu günə qədər də formalaşmaqdadır. Bu inkişaf vergilərin primitiv şəklindən təkmilləşdirilməsinə qədər olan uzun bir tarixi yol keçərək bu günə gəlib çıxmışdır. Vergilər həmişə dövlətin iqtisadi siyasətinin mühüm tərkib hissəsi olub və olmaqdadır.

Vergilərin yaranması, formalaşması və tarixi inkişafı iqtisadi ədəbiyyatlarda üç mərhələ üzrə qruplaşdırılır. Birinci mərhələyə qədim dünyadan başlayan və orta əsrlərədək davam edən dövr aid edilir. Bu mərhələ vergilərin müəyyənləşdirilməsinin qeyri-mümkünlüyü və təsadüfi xarekter daşıması, yığilma mexanizminin olmaması, vergilərin nəzəri cəhətdən əsaslandırılması ilə xarekterizə olunur. Bu dövrdə 4 artıq birbaşa və dolayı vergiləri özündə birləşdirən vergi sistemləri formalaşmağa başlamışdır. Vergitutmanın nəzəri və praktiki problemlərinə, ümumiyyətlə iqtisadiyyat elminə əvəzsiz xidmətlər göstərən Uliyam Petti. Adam Simit və David Rikardonun fəaliyyəti də məhz bu mərhələyə təsadüf edir. Bu mərhələni vergitutma elminin çiçəklənməsi dövrü adlandırmaq olar. Üçüncü mərhələ vergilərə dair nəzəri baxışların yaranması ilə xarekterizə olunur (Musayev, Kəlbiyev, 2012). Bu mərhələdə dövlət bütün sahələrdə olduğu kimi vergitutma sahəsində də idarəçiliyi öz əlinə cəmləşdirməyə qarşısına məqsəd qoymuşdur.Vergitutma elminin formalaşması dövrü hesab olunan bu mərhələdə Con Meynard Keyns, Adolf Vaqner, Artur Laffer kimi alimlər vergitutmanın nəzəri məsələlərinin təkmilləşdirilməsi və vergilərin elmi cəhətdən əsaslandırılmasa böyük əmək sərf etmişdir (Rzayev, 2014: 174).

Azərbaycanda vergi sisteminin formalaşması tarixində əsas dönüş nöqtəsi 1991- ci ilin avqust ayında SSRİ-in süqut etməsi ilə oldu. Yeni qurulmuş Müstəqil Azərbaycan Respublikasının qarşısında artıq öz yeni, vahid vergi sistemini formalaşdırmaq vəzifəsi dururdu və bu da kompleks islahatların həyata

keçirilməsini zərusi edirdi. Aparılan islahatlar və yeni vergi qanunlarının qəbul edilməsilə Azərbaycan Respublikasının müstəqil vergi sisteminin formalaşması prosesi 1992-ci ildə başa çatmış oldu (Vəliyev, Balakişiyeva, 2009: 17).

Vergitutmaya nəzəri yanaşsaq bildirmək lazımdır ki, hər hansı ölkədə iqtisadi tərəqqinin və siyasi vəziyyətin normal olması üçün həmən dövlətin müasir maliyyə mexanizmlərinin fəaliyyətinin olması vacibdir. Bu fəaliyyətlərin mövcud olması ümumi ölkə səviyyəsində iqtisadi islahatların davam etdirilməsinə eynilə əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına xidmət edir. Bu baxımdan vurğulaya bilərik ki, dövlət büdcəsinin gəlir mənbəyi təkcə vergidən yığılan vəsaitlər deyildir: vergi yığımları büdcənin və digər dövlət fondlarının maliyyələşdirmə formasıdır. Tarixə nəzər saldıqda görünür ki, vergidən daxil olan vəsaitlər dövlət gəlirlərinin ilkin forması deyil.

Vergi yığımları vergi ödəyicisinin şəxsi ehtiyacı üzrə tutulmur, ümumi ictimaiyyətin ehtiyaclarının qarşılanması üçün tutulur. Vergi ödəyicisi tərəfindən ödənilən vergi, vergi ödəyicisinə dövlət tərəfindən əvəz ödənilməsi üçün öhdəlik yaratmır (Səbzəliyev, Abbasov., 2015: 85).

Vergi ödənişləri geri qaytarılmamaq şərti ilə tutulur. Vergi ödənişinin qaytarılması yalnızca verginin qeyd olunan məbləğdən artıq ödənildiyi və ya güzəşt nəzərdə tutulduqda verilir. Bu hal vergi ödənişlərinin geri qaytarılmaması şərtinə təsir göstərmir və hökümət tərəfindən birtərəfli şəkildə qeyd edilir.

Vergilərin müəyyən edilməsində qanunverici orqanın hüquqa malik olmasını qeyd edir. Qeyd olunan əsaslar daxilində adından asılı olmayaraq ödəmə (mükəlləfiyyət, yığım) qanunla müəyyən edilməyibdirsə qeyri-qanuni hesab olunur. İcra hakimiyyəti orqanı vergi yığımları sahəsində qayda-qanunlarla idarə olunmasına nisbətən daha sıx bağlıdır. Həmçinin qeyd olunur ki, vətəndaş vergi ödəyicisi kimi yox, mülkiyətçidir. Verginin verilməsi xüsusi mülkiyyət hüququndan yaranan sosial borc kimi qeyd olunur. Xüsusi mülkiyyət vergi tətbiq olunması ilə cəmiyyətin xeyrinə xidmət göstərir. Vergi ödənilməsinin mülkiyyətçi tərəfindən verilməsi onu göstərir ki, vergi hüququnda bərabərlik eyni miqdarda verilən can vergisi kimi təmin edilmir. Mülkiyyətçinin vergi tutulmasına cəlb edilməsi mülkiyyət ödəyicilərinin iqtisadi 26 bərabərliyi forması kimi düşünülür və iqtisadi imkanlarının müqayisə etməklə vergi ödəyicisinin faktiki vergi ödəmək imkanlarını müəyyən edir və əsas hesab olunur. Bu vergi tətbiq edilməsinin əsas qaydalarındandır. Vergi tətbiq edilməsinin tərifi kimi, vergi maliyyə əldə edilməsi üçün tətbiq olunur. Sosial mənada nəticə əldə olunması üçün vergi verənlərə təsir etmək vergi tətbiq olunmasında əsas ola bilməz. Vergi tənzimləyicisi rolunu yerinə yetirmək qabiliyyətinə uyğundur. Güzəştin müəyyən edilməsi və ya əksinə, qaydaların sərtləşdirilməsi növlərindən istifadə olunur (Səbzəliyev, Abbasov., 2015). Vergi ödənilməsi şəxsin mümkün ödəmə bacarığından çıxış edir və vergi öhdəliyindən başqa azadlıq verir. Vergi tətbiq olunması maliyyə qazanılmasına təşviq etmir, o sadəcə olaraq əldə olunan vəsaitin bir hissəsinə tələb edir. Tənzimlənən vergi növləri bu prinsiplərə əksdir. Əvəzi verilməyən və geri qaytarılmayan şərtilə tətbiq olunan məcburi ödəmələr vergi sayılmır. Görünən odur ki, vergi tətbiq olunmasında məqsəd faktiki xərclərin deyil, dövlət xərclərini ödənilməsi üçündür. Dövlət xərclərinin əsas müddəaları bu və ya digər mənbələrdən asılı deyildir. Bu əsaslarla vergi tətbiq olunmasının prinsiplərindən birinə çevrilib. Vergi alınması hüquqi mexanizm kimi xərclərin qarşılanması üçün zəruri olan faktiki vəsaitin yığılmasını məqsəd hesab etmir.

Yuxarıda göstərilənləri nəzərə alaraq qeyd etmək lazımdır ki, tətbiq olunan vergilər rüsumlar və yığımlardan ayırmaq üçün imkan yaratmır. Tətbiq olunan vergilər belə məqsədli ola bilər, lakin vergilər üçün əvəz ödənilməsi olmur.

Müxtəlif ölkələrin uçot sistemlərinin təhlili göstərir ki, ənənəvi olaraq mühasibat və vergi uçotu sistemlərinin iki əsas modeli tətbiq edilir. Bu modellərdən birincisi Avropa modeli adlandırılır. Uçot sistemini Avropa modelinə uyğun şəkildə quran ölkələrdə mühasibat və vergi uçotunun göstəriciləri bir-birindən fərqlənmir. Bu modelə əsasən, mühasibat uçotu həm də fiskal uçot vəzifələrini yerinə yetirir. Avropa modeli ilkin olaraq XIX əsrdə Prussiyada yaradılmışdır (Бакаков, Шеремет, 2014.). Göstərilən modelin əsas xüsusiyyətlərindən biri də ondan ibarətdir ki, maliyyə hesabatları ilk növbədə dövlət vergi orqanlarının məqsədləri üçün tərtib olunur. Birinci modelə Almaniyanın, İsveçin, Belçikanın, İspaniyanın, İtaliyanın, İsveçrənin və Avropanın bəzi digər ölkələrinin uçot sistemləri aid edilir.

Uçot sisteminin ikinci modeli ingilis-sakson modeli adlandırılır. Bu model mühasibat və vergi uçotunun müstəqil və fərqli uçot sistemlərini nəzərdə tutur. İkinci modelin konsepsiyası ilkin olaraq Böyük Britaniyada yaradılmışdır. Onun əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, mühasibat uçotu ilə müəyyən edilmiş balans mənfəəti vergitutma məqsədləri üçün müəyyən edilən mənfəətdən fərqlənir. İngilis-sakson modelinə ABŞ-ın, Böyük Britaniyanın, Avstriyanın, Kanadanın, Niderlandın və bir sıra digər dövlətlərin uçot sistemləri aid edilir (Майбурд, 2006: 275).

Azərbaycanda Vergi Uçotunun Mahiyyəti, Onun Prinsipləri

Azərbaycanda tətbiq olunan uçot sistemi isə ingilis-sakson modelinə daha uyğun gəlir. Belə ki, mühasibat uçotunun qaydalarına əsasən hesablanan balans mənfəəti vergi qanunvericilinə uyğun qaydada müəyyən olunan mənfəətdən fərqlənir. Bu fərqin yaranması müəssisənin mənfəətinin vergitutma məqsədləri üçün məbləğinin müəyyən olunmasını tənzimləyən normaları əks etdirən «Müəssisə və təşkilatların mənfəət vergisi haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununun qəbulu ilə bağlı olmuşdur. Müəssisənin balans mənfəətinin hesablanması qaydasının onun mənfəətinin vergitutma məqsədləri üçün müəyyən olunması qaydasından fərqləndirilməsinə əsas verən normalar Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində də öz əksini tapmışdır. Bunlara gəlirdən çıxılmasına icazə verilən xərclərin növlərinin müəyyən edilməsini, bəzi gəlirdən çıxılan xərclərə məhdudiyyətin qoyulmasını, bazar qiymətlərinin tətbiqini və s. bu kimi məsələləri tənzimləyən normaları aid etmək olar.

İnkişaf etmiş ölkələrin bir çoxu vergitutma sahəsində uzun tarixi yol qət etmiş və hər biri demək mümkündür ki, çevik vergi sistemi formalaşdırıbdır. Bu dövlətlərdən bəzilərində, misal üçün ABŞ-da, Kanadada, Yaponiyada və s. büdcə, 3 səviyyə üzrə - federal (hökümət), regional və yerli vergiləri tərtib və təsdiq olunur və bu sistemə müvafiq olaraq vergilər müəyyən edilir. Güclü iqtisadi bazaya sahib olan ABŞ, eyni zamanda sivil bazar əlaqələrinə uyğun vergi sisteminə sahibdir. İnkişaf etmiş Avropa dövlətlərinin vergi sistemi isə ABŞ-dakı kimi çoxşaxəli və fərqlidir. Bu dövlətlərdə icbari ödəmələrin ÜDM üzrə xüsusi çəkisi bu cürdür: ABŞ--30%, Kanada-34%, Fransa, Avstriya, Danimarka, Belçikada və İsveçdə- 40%, Almaniyada da 38%-ə çatır. ABŞ üzrə federal büdcə bütün mənfəət və xərclərin təqribən 80%-ni, ştatların büdcəsinin- 15%-ni, yerli vergilərin də 5%-ni təşkil edirsə, həmin göstəricilər Kanadada uyğun olaraq, 48%, 42%,10% təşkil etməkdədir (Абрютина, Грачев, 2018).

ABŞ-da federal vergilər əsaslı mövqe tutsa da şəhər və başqa yerli qurumların büdcəsinin formalaşmasındakı yerli vergilərin payı lazımi qədər yüksəkdir. Onlar federalların və ştatların büdcələrindən ayrılmış dotasiyalar və subvensiyalarla yanaşı, eyni zamanda yerli büdcələrin gəlirlərinin formalaşması üçün də önəmli rola malik olmaqla öz məsrəflərinin 80%-ni ödəmək qabiliyyətinə sahibdir. ABŞ-da azad maliyyə bazasına sahib 83 min yerli idarəetmə orqanları fəaliyyət göstərməkdədir (Абрютина, Грачев, 2018: 147). Təcrübədə bələdiyyələrin vəsaitinin hesabına yerli təsərrüfat fəaliyyət növlərinin inkişafına zəmin yaradan ayrıca istehsal yerlərinin inşası da həyata keçirilir. Stimullaşdırıcı tədbir olaraq buna müəssisələrin yerli vergilərin hər birindən birdəfəlik, yaxud müvəqqəti olaraq azad edilməsini göstərmək olar. Ərazilərin sosial-iqtisadi infrastrukturun inkişafına yönəldilmiş əsaslı vəsait qoyuluşundakı böyük bir hissəsi dövlət hakimiyyəti ilə bələdiyyələr tərəfindən gerçəkləşdirilir. Bu kapital qoyuluşları gəlir əldə olunmasını nəzərdə tutmur, ancaq dolayı şəkildə xüsusi kapitalın mənfəətinin yüksəldilməsinə xidmət edir. Bunlara birinci növbədə tikinti, nəqliyyat, rabitə sahəsindəki infrastrukturun inkişafına yönəldilmiş xərclər, su təchizat sistemlərinin qurulması, inşaatlar üçün yerlərin hazırlanması və s. xərclər daxildir. Avropa dövlətlərində bu sahə üzrə nisbətlər bir az fərqlidi. Yerli vergilərin çoxsaylı olmasına baxmayaraq bir növ yardımçı rolunda çıxış edirlər. Əsas (federal) vergilərin hər biri bütün səviyyəli büdcələr arasında qanunvericiliklə müəyyən olunmuş nisbətlərdə paylaşdırılır. Bu metod Almaniyada özünü lap qabarıq göstərir.

ABŞ-da və bəzi Avropa dövlətlərində federal vergilər büdcəyə və yerli vergilər də uyğun olaraq yerli büdcəyə aid olur. Almaniyada da əsas vergi mənbələrinin hesabına iki yaxud üç büdcə formalaşmaqdadır. Misal üçün, fiziki şəxslərdən mənfəət vergisi aşağıdakı qaydada bölüşdürülməkdədir: 43 faizi federal büdcəyə istiqamətləndirilir, 42 faizi müvafiq vilayət sərəncamında qalır. 15 faizi də yerli büdcələrdə saxlanılmaqdadır. Korporasiyaların gəlirlərindən tutulmuş vergilər federal və vilayət büdcələrinin hər birinə eyni həcmdə daxil olur (Бакаков, Шеремет, 2014: 179).

İnkişaf etmiş dövlətlərin vergi sistemində respublikamızdan fərqli olaraq birbaşa vergilərin hər biri prioritetlik təşkil etməkdədir. Odur ki, Böyük Britaniyanın büdcəsindəki birbaşa vergilər 45,9% və vasitəli vergilər 31,4%, İspaniyanın vergi sistemində də bu göstəricilər uyğun olaraq 47,2%-lə 40,3% təşkil etməkdədir.

Cədvəl 1. Azərbaycanda və bir sıra dünya ölkələrində mənfəət vergisinin, fiziki şəxslərdən tutulmuş gəlir vergisi və əlavə dəyər vergisinin dərəcəsi (%)

Ölkələr	Mənfəət vergisi	Fiziki şəxslərin gəlir vergisi	ƏDV
ABŞ	34	15-39	3-8
Almaniya	42	19-53	16
Fransa	34	56	18
İsveç	28	20-57	25
Kanada	28	17-29	12
İtaliya	36	10-50	19
Yaponiya	40	10-50	3
Böyük Britaniya	33	20-40	17
Avstriya	30	10-50	20
Türkiyə	33	15-40	18
Rusiya	24	13	20
Tacikistan	30	40	20
Türkmənistan	25	8-12	20

Özbəkistan	35	15-40	20
Qazaxıstan	30	5-30	20
Qırğızıstan	30	5-33	20
Gürcüstan	20	12-20	20
Azərbaycan	20	14-25	18

Mənbə: https://tradingeconomics.com/country-list/personal-income-tax-rate

Bu ölkələrin vergi sistemində korporasiyaların gəlir vergisi, sosial sığorta ayırmaları, ƏDV, aksiz vergisi və başqa bir çox vergiləri tətbiq edirlər.

Bir sıra dövlətlərdə ABŞ-da, Avstraliyada, o cümlədən Yaponiyada ƏDV tutulmur. Ölkəmizin vergi sistemindəki əlavə dəyər vergisinin ayrıca yer tutduğunu nəzərə almaqla bu verginin vətəni sayılan Fransanın vergi sisteminin təhlil edilməsi daha çox maraq kəsb edir. Bu dövlətin büdcə sisteminin əsas hissəsini ƏDV təşkil etməkdədir. Ölkədə tətbiq olunan vasitəli vergilər 80%-i ƏDV payına düşür. ƏDV respublika ərazisində istifadə və istehlak edilən bütün mal və xidmətlərin hər birini əhatə edən ümumi istehlak vergisi hesab edilir. Xarici bazarla aparılan əməliyyatlar ƏDV-dən azad olmaqdadır. Hal-hazırda bu ölkədə tətbiq olunan ƏDV-nin dərəcəsi adətən 18,6%-ə bərabərdir (https://tradingeconomics.com/country-list/personal-income-tax-rate - 2018). Daha yüksək 22% olan dərəcə bir sıra mallara – avtomobilə, kinofotoya və tütün məmulatlara, parfumeriyaya və qiymətli xəzlərə tətbiq edilir. Fransa vergi sistemində gömrük rüsumları belə mühüm yer tutur. Adıçəkilən vergi növünün tətbiq olunmasında əsas məqsəd gəlir əldə etməkdən daha çox daxili bazarın özünü - (milli sənaye və kənd təsərrüfatını) mühafizə etməkdir. O, ölkənin iqtisadi siyasətinin bir vasitəsi olaraq çıxış etməklə, idxal edilən və daxildə istehsal edilmiş bənzər malların qiymətlərində tarazlıq qurmağa xidmət edir.

Eyni zamanda, bu ölkələr üçün ən xarakterik xüsusiyyət iqtisadi həyatın ayrı-ayrı sahələrinə dövlətin müdaxiləsinin səviyyəsidir (iqtisadiyyat tənzimlənməsi). Misal üçün, ABŞ-da müdaxilə səviyyəsi aşağıdır, İsveçdə yüksək, Yaponiyada və Almaniyada isə həmin ölkələrə nəzərən orta səviyyədədir. Dövlət, tənzimləmə aləti sayılan vergi siyasəti ilə vergi dərəcələrin aşağı sala yaxud da yüksəldə bilər. Bu tədbir bilavasitə hökümətin apardığı iqtisadi siyasətdən asılıdır. Yəni, sosial yönümlü iqtisadiyyata sahib dövlətlərdə hökümət vergilər vasitəsilə ÜDM-un lap çox hissəsini bölüşdürmüşdür ki, bunu isə vergi dərəcələrinin artırılmasının hesabına gerçəkləşdirir. (Misal üçün, İsveçdə vergi ödəyicilərinin hər biri gəlirlərinin 50 faizi və daha çox hissəsin dövlət xəzinəsinə köçürürlər).

Təcrübədən aydın olur ki, həyata keçirilmiş vergi islahatından müsbət nəticənin alınması adətən aşağıdakılara nail olunduğu zaman mümkündür. İlk olaraq, bütün sahibkarların (onların mülkünün həcmindən asılı olmamaqla) iqtisadi maraqları pozulmadığı zaman və vergi qanunvericiliyinə uyğun olaraq dövlətin vergi sistemi vahid şəkildə fəaliyyət göstərmədiyi halda vergi islahatı adətən məhsuldar qüvvələrin inkişaf səviyyəsi və maliyyə axınının istiqaməti və həcmindən asılı olmaqla həyata keçirilir. Belə dəyişiklik qüvvədəki vergi qaydalarının təkmilləşdirilməsi, ümumiyyətlə təzə vergi konsepsiyasının işlənib hazırlanması və tətbiq olunmasını tələb edir.

Vergi islahatının zamanında aparılmamasından asılı olan problemləri beş qrupda birləşdirmək olar (Məmmədov, Musayev, 2010: 19):

1. Vergi siyasətində həyata keçirilməsi önəmli olan dəyişikliklərin zamanında dərk edilməməsi;
2. Vergi konsepsiyalarının təcrübə üzrə tətbiq olunmasındakı gecikmələr;

3. Vergi təcrübələrinin fəaliyyət istiqaməti və onların məzmununun doğru seçilməməsi;

4. Vergi islahatından alınmış səmərə və onun vaxtının doğru qiymətləndirilməməsi;

5. Vergi təcrübələrindən alına bilmiş müsbət nəticələrə zamanından əvvəl inam yaratma və mövcud həqiqətin lazımi səviyyədə dəyərləndirilməməsi.

Respublikada bazar iqtisadiyyatının tələblərinə müvafiq çevik vergi sistemini, eyni zamanda büdcə gəlirlərinin optimal nisbəti və büdcə məsrəflərinin faydalı istiqamətlərini formalaşdırmaq məqsədilə Hökumət əsaslandırılmış büdcə-vergi siyasətini həyata keçirir.

Metod

Sistematik və müqayisəli və amilli təhlil mexanizmlərindən, o cümlədən, riyazi-statistik, analiz və sintez ,tarixi, həmçinin də induksiya-deduksiya metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Azərbaycan Respublikasının müasir vergi sistemi əsaslı iqtisadi dəyişikliklər və bazar münasibətlərinə keçid dövrü olan 1991 - 1992-ci illərdən başlayaraq təşəkkül tapmışdır. Vergi münasibətlərinin hüquqi tənzimlənməsi təcrübəsinin olmaması, qanunvericiliyin hazırlanması üçün ayrılmış vaxtın az olması, ölkədəki iqtisadi və sosial böhran onun təşəkkül tapmasına bilavasitə öz təsirini göstərmişdir.

Nəticə

Son zamanlar ölkəmizin vergi qanunvericiliyində həyata keçirilən əsaslı dəyişikliklər, respublikamızın apardığı vergi siyasətini makroiqtisadi inkişafı stimullaşdırmış əhəmiyyətli iqtisadi alətə çevirib, sahibkarlarla vergi xidməti əməkdaşlarının arasında əlaqələrin qarşılıqlı anlaşma nəticəsində qurulmasına səbəb olmuş, həmçinin vergi nəzarətinin təkmilləşdirilməsi ilə vergilərin zamanında və tam məbləğdə büdcəyə alınmasının təmin edilməsi üçün vergi orqanlarının inzibati strukturu üzrə adekvat islahatların gerçəkləşdirilməsini zəruri etmişdir. Bütün dövlətlərdə olduğu kimi, ölkəmizin də vergi sistemi özünəməxsus fərqliliklərə malikdir. Ümumiyyətlə, ayrı-ayrı ölkələrin vergi sistemi bir sıra xüsusiyyətlərinə - vergilərin strukturu, növləri, onların tutulma qaydası, vergi dərəcələri, yerinə yetirmiş olduğu fiskal funksiyanın səlahiyyət dairəsi, vergi bazası və vergi güzəştlərinə və s. əsasən bir-birindən fərqlənir. Əlbəttə ki, bu qanunauyğun vəziyyətdir, çünki formalaşmış hər bir vergi sistemi ayrı-ayrı iqtisadi, siyasi, eyni zamanda sosial şəraitə uyğunlaşaraq bu ölkənin vergi rejimini tənzimləmiş qanunverici qüvvədir. Ancaq beynəlxalq vergi sistemləri bəzi prinsipial fərqlərə sahib olsalar belə, onlar arasında bənzər cəhətlər də vardır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Məmmədov F.Ə., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbiyev Y.A., Rzayev Z.H., (2010) “Vergilər və vergitutma” Bakı, 412 s.
2. Musayev A., Kəlbiyev Y., Hüseynov A., (2012) “Azərbaycan Respublikasının vergi xidməti: islahatlar və nəticələr”. Bakı, 215 s.
3. Rzayev Q., (2017) “Mühasibat uçotu və audit” Bakı. Təhsil Nəşriyyatı, 214 s.
4. Rzayev Z.H, Xəlilov Ş.İ., (2015) “İqtisadi tərəqqi və vergi siyasəti”. Bakı-218 s.
5. Səbzəliyev S., Abbasov Q., (2015) “Xidmət sahələrində mühasibat uçotu”. Bakı, 436 s.
6. Vəliyev D.Ə, Balakişiyeva Y.N, Rəfibəyli İ.R, İmanov E.E, Qarabalov E.M., (2009) “Vergi Hüququ”, Bakı, 598 s.

7. Абрютина М.С., Грачев А.В., (2018) Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М., Делом Севис, 365 с.
8. Баканов М.И., Шеремет А.Д., (2014) Теория экономического анализа. М., "Финансы и статистика". 698 с.
9. Майбурд Е.М., (2006) Введение в историю экономической мысли (от пророков до професоров). М.,"Дело", 168 с.

Azərbaycan Respublikasında Daxili Audit Xidməti Bazarının Formalaşması

Ceyhun Səmədov

ceyhunsamedov96@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi bazar münasibətlərinin inkişafi şəraitində özəl müəssisələrdə daxili auditin təşkilinin nəzəri və praktiki məsələlərini öyrənmək, onun təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasına dair təklif və tövsiyələr hazırlamaqdan ibarətdir. Bazar münasibətlərinə keçidlə Azərbaycan Respublikasında müstəqil daxili auditor xidmətinin formalaşması prosesi başlanmışdır. Bu prosesin əsasını etibarlı maliyyə və uçot informasiyalarına dövlətin, müəssisə rəhbərlərinin və səhmdarların qarşılıqlı maraqları təşkil edir. Azərbaycan Respublikasında audit xidmətinin inkişaf etdiyi 25 ilə yaxın bir müddətdə bu sahədə əhəmiyyətli irəliləyişlərə nail olunmuş, onun təşkili və tənzimlənməsi təkmilləşdirilmişdir. Bütün belə nailiyyətlərə baxmayaraq bu sahədə bir sıra əhəmiyyət kəsb edən problemlər də mövcuddur. Məqalədə ölkənin audit xidməti bazarının inkişaf səviyyəsi təhlil edilərək, mövcud problemlər müəyyən edilir. Həmçinin, bu xidmət sahəsinin perspektiv inkişafı ilə bağlı baxışlar irəli sürülür. Maliyyə nəzarət formasının əsası olan auditin ölkədə inkişafı iqtisadi münasibətlərin azad bazar prinsiplərinə əsaslanması və iqtisadiyyatın lokomotivi olan sahibkarlığa geniş meydan verməsi ilə bağlıdır. Bu baxımdan respublikanın bir sıra iqtisadi layihələrin reallaşmasında iştirakı, xarici investiyaların ölkəyə axını, birgə təşkilatların səmərəli fəaliyyəti auditor xidmətlərinin iqtisadi proseslərdə iqtisadi əhəmiyyətini bir daha artırır. Hazırda daaxili audit özəl subyektlərinin maliyyə sisteminin sabitliyinin möhkəmlənməsində və onların biznes-inkişaf planın hazırlanmasında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Sahibkarlıq subyektlərinin operativ idarəolunmasının təşkilinə, onun fəaliyyətinin tənzimlənməsində rolu olan audit sistemi subyektlərin maliyyə təsərrüfat fəaliyyətinin real vəziyyətini və inkişaf perspektivlərini qiymətləndirirək bu sahədə əsas rəyini bildirir.

Açar sözlər: Audit, Xidmət, Nəzarət

Giriş

Azərbaycan iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə uyğun inkişafı və dünya iqtisadi sisteminə qovuşması və ölkədə informasiyalı cəmiyyətin qurulması artıq auditin bir sahə kimi əsaslı şəkildə inkişafını zəruriləşdirir. Belə ki, beynəlxalq standartlara cavab verən maliyyə nəzarət sisteminin, xüsusilə də auditin yeni tələblər baxımındaan təşkili və tənzimlənməsi, audit bazarının səmərəliliyinin artırılması öz vacibliyi ilə çıxış edir. Audit xidmət bazarında yeni xidmətlərin təqdimi, müəssisə və təsrrüfat subyektlərinə geniş çeşidli məsləhət- konsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi öz vacibliliyi ilə çıxış edir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatlı ölkələrdə mülkiyyətçinin və dövlətin əmlak maraqlarının təmin edilməsi təsərrüfat subyektlərinin maliyyə fəaliyyətinə nəzarət xüsusi müstəqil təşkilat-auditor xidməti həyata keçirir. Daxili audit iqtisadi-hüquqi nəzarətin daha yüksək pilləsi olub vəzifəsi yeni qurulmuş iqtisadi münasibətləri vicdansız sahibkarlıqdan qorumaq, həm də iqtisadiyyatda hüquq pozuntularının qarşısını almaq və ictimai hüquq şüurunu daha yüksək səviyyədə formalaşdırmaqdır.Daxili auditin vəzifələrindən biri müəssisənin maliyyə vəziyyəti və onun stabilləşməsi üsulları haqqında informasiya, habelə qanuni əmlak maraqlarının qorunması üçün zəruri informasiya almaqdan ibarətdir.

Daxili auditor fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi qeydiyyat, lisenziyalaşdırma, auditorların attestasiyası, vergitutma vasitəsilə həyata keçirilir. Mülkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün

təsərrüfat subyektlərində qanunvericilik aktlarının tələblərinə, qoyulan normaların yerinə yetirilməsinə nəzarətin həyata keçirilməsi, eyni zamanda maliyyə fəaliyyətində yol verilən pozuntuların aşkara çıxarılması vacib məsələdir. Audit xidməti vasitəsilə qanun pozuntularının qarşısının alınması mümkündür, bunun üçün müvafiq lisenziyaya malik müstəqil auditor və ya auditor firmaları kifayət qədər elmi və praktiki biliyə malik olmalıdır. Bu baxımdan özəl müəssisələrdə daxili auditor fəaliyyətinin təşkili və onun təkmilləşdirilməsi məsələləri böyük aktuallıq kəsb edir. Bütün bunlar magistr dissertasiyasının mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Metod

Məqalədə təhlil, araşdırmalar, dərketmə metodlarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat işində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunması üçün ümumi elmi tədqiqat metodlarından (ümumiləşdirmə, müqayisələr və s.), o cümələdən, tədqiqatın xüsusi metodlarından (statistik metodları və sairə) istifadə olunmuşdur.-tədqiqat işi yerinə yetirilərkən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məcmuələrindən, elmi-tədqiqat institutlarının tədqiqat işlərinin nəticələrindən, xidmət təşkilatlarına dair hesabatlarından, iqtisadi ədəbiyyatdan və s. geniş istifadə edilmişdir.

Analiz

Daxili audit fəaliyyətinin təşkilinə elmi-metodoloji yanaşma

Ayrı-ayrı dövlətlərin alimləri daxili auditin bəzi dövrlərə bölünməsinin auditlərə qarşı alimlərin və araşdırmaçıların münasibətini müəyyən etmək, onun şərhini müasir dövr nöqteyi-nəzərindən təyin etmək xüsusi ilə elmi-praktik baxımdan vacibdir.Auditin elmi-praktik tərəqqi problemləri ilə əlaqədar əksər alimlər, araşdırmaçılar fərqli yönümlü araşdırmalar etmişlər. Bunlar, auditin elmi-praktik problemlərinin həll edilməsinə kömək etmişdir. Ancaq, iqtisadiyyatın tərəqqisi ilə əlaqədar auditin tərəqqi probelmləri də müasirlik nöqteyi-nəzərindən bir sıra dəyişikliklərə uğrayır. Bu cür yeniliklərin dövrülük cəhətdən əsas götürülməsi, bu istiqamətdə məqsədyönlü elmi-tədqiqat işlərinin həyata keçirilməsi lap çox aktualdır. Xüsusi ilə auditin modern dövrdəki şərhini daha geniş formada təyin etmək vacibdir. 1971-cı ildə ərsəyə gətirilmiş uçotun mühüm konsepsiyaları üzrə Amerika mühasiblər assosiasiyası komitəsi audit üçün aşağıdakı kimi tərif verir; “Audit - iqtisadi fəaliyyət və hadisələr barəsində obyektiv informasiyaların dəyərləndirilməsini, onların bəzi meyarlar ilə uzlaşmasını müəyyənl edən və bununla bağlı nəticələri əlaqəli tərəflərə yönləndirən sistemli prosesdir”.Komitənin başqa bir çox üzvləri auditi başqa cür təsvir edirlər: “Audit prosesində azad və səlahiyyətli şəxs xüsusi fəaliyyət növləri ilə maraqlanan təsərrüfat subyektləri üzrə uyğun məlumatları əldə edib, onları təyin olunmuş meyarlara uyğun şəkildə dəyərləndirir və öz rəyində ifadə edir” .(Namazova C.B. (2015: s.106).

Auditə müxtəlif cür yanaşmalar nəticəsində məlum olur ki, onun inkişaf mərhələsi davam edir. Audit üçün irəli sürülən fikirlər və verilmiş təriflərə yaxud onun olduqca çox dərin köklərə sahib olduğu dövlətlərdəki bənzər təriflərə nəzər salsaq belə, qeyd etmək olar ki, auditin vacib mahiyyəti cəmiyyətə təsərrüfat subyektinin bu müəyyən MH-na qarşı olan inamın ölçüsü haqqında məlumat verməkdən ibarətdir.

Müəssisənin maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətinin bir sıra uyğun meyarlara əsasən daxildən də yoxlanılması halları baş verə bilər. Bu zaman auditin belə tərifinin təcrübədə də tətbiq edilməsi onun mənfi və müsbət tərəfini üzə çıxardır. Qeyd edilən müsbət cəhətlərə auditor fəaliyyətinin sahibkarlıq xüsusiyyətini aid etmək mümkündür. Mənfi cəhətlərə isə auditin fəaliyyətinin daha limitli formada

həyata keçirilməsi aiddir.

Auditin praktikası və eyni zamanda nəzəriyyəsi istiqamətində tanınmış Amerikalı iqtisadçı C.Robertson belə fikir irəli sürür ki, "audit - sahibkarlıq riskinin azalmasına yönəldilmiş fəaliyyət növüdür". Daha sonra isə qeyd edir ki, "audit MH-nın istifadə edənləri üçün məlumat riskini müvafiq səviyyəyədək azaldır. Bu riski təqribi olaraq hesablamaq və uyğun halların ehtimalını təyin etmək olar". (Hacıyev .R.İ., 2015: s 211).

Müəssisənin sahibkarlıq riski auditora təsir göstərir. Auditor yaxud auditor təşkilatı ilə sifarişçilər arasındakı əlaqələr mülki və mövcud qanunvericilik ilə qaydaya salınır.Auditor fəaliyyətinin məzmununun "yoxlama" sözü ilə eyniləşdirilməsi, onun ancaq "təftiş", "nəzarət", "ekspertiza" və s. kimi izahı bazar əlaqələri nöqteyi-nəzərindən məqsədəuyğun hesab edilmir. Auditə mütəmadi olaraq tərifl ər verilərkən MH-nın eyni mənalı qoyuluşu əsassız hesab edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, burada bərabərlik işarəsi məqsədəuyğun olmur. "Audit - əmtəə satışı və istehsalı, iş həyata keçirilməsi və xidmət göstərilməsində maraqlı olan təsərrüfat subyektlərində mühasibat uçotunun düzgün aparılmasının, maliyyə və mühasibat hesabatlarının müstəqil şəkildə yoxlanılmasıdır" (Namazova C.B., 2015: s 286).

R.Dodcun fikrincə: "audit müəssisənin MH-nın sərbəst şəkildə yoxlanılması və onun haqqında ciddi şəkildə fikri irəli sürə bilməsidir". Belə yanaşma auditin məzmununu ifadə edir, lakin anlayışın özünü tam şəkildə izah etmir və onun tərəqqisini nəzərdə saxlamır. Adams'a görə isə "audit məhdud məsuliyyətli qurumun bəyan edilmiş MH-nın doğruluğunu təsdiqləmək üçün cəmiyyətə zəruri xidmətlərin göstərilməsində fəaliyyət kimi təyin oluna bilər".İqtisadi kitablarda auditin tərifi, şərhi bir neçə qeyd edilmiş və müzakirələr edilmişdir. Əksər müəlliflər onu münasib sayır, bir qrup müəllif isə bu tərifl ərdə bəzi çatışmazlıqlar olduğunu qeyd edirlər.

Auditor fəaliyyəti ancaq müəssisənin maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətinin nəzərdən keçirilməsi ilə bitmir. Bu fəaliyyət növü auditorlar tərəfindən öz sifarişçilərinə bağlanan müqaviləyə uyğun olaraq fərqli xidmətlər göstərilməsini nəzərdə tutur. Bu cür xidmətlərə mühasibat uçotunun təşkil edilməsi və həyata keçirilməsi, MH-nın hazırlanması və səlahiyyətli qurumlara təqdim olunması, şirkətin uçot sisteminin bəzi normalara müvafiq şəkildə inkişaf etdirilməsi, uçot prosesinin avtomatlaşdırılması, iqtisadi və maliyyə təhlili, maliyyə proqnozlarının tərtib olunması, aktivlərin və eyni zamanda da passivlərin dəyərləndirilməsi, hüquq, marketinq, maliyyə, menecment sektorunda məsləhətlər verilinəsi, təsis sənədlərinin tərtib olunması, şirkətin mühasibat heyətinə xüsusi təlimat verilməsi və ixtisasının yüksəlməsi, məlumat xidmətləri və s. aid edilir. Tərəqqi etmiş bazar iqtisadiyyatı dövlətlərində auditor fəaliyyətinin göstərilməsi praktikası geniş istiqamətlərdə inkişaf etdirilmişdir. Amerika qanunlarına uyğun olaraq səhmləri sənədlər bazarına çıxarılan səhmdar cəmiyyətlərinin təsərrüfat və maliyyə fəaliyyətinin auditi əsasən məcburi xarakterli olur. O cümlədən, qeyri-səhmdar və məhdud məsuliyyətli cəmiyyətlərin, ailə firmalarının və müxtəlif sahibkarlara aid firmaların da bir çoxu audit yoxlamasından mütləq şəkildə keçirlər (Musayev S. İ. 2017: s 180).

Uqolnikov K.A. auditin mühasibatlığa olan nəzarət forması haqqında belə fikir irəli sürür: "Audit-təşkilat və müəssisə daxilində mühasibat uçotunun tam düzgün formasıdır".Audit iqtsiadi fəaliyyətin tərəqqisinə təsir edərək, bazar iqtisadiyyatında şirkətin böhran halından çıxması üçün xüsusi və fərqli yollar göstərmək bacarığına sahibdir. Vurğuladığımız kimi auditor fəaliyyəti sifarişçi ilə imzalanan müqaviləyə uyğun olaraq həyata keçirilir. Auditin aparılması prosesi xüsusi qanunvericiliklə,

normativ-hüquqi sənədlərlə nizama salınır.(Rzayev Q.M, Səbzəliyev S. M. Abbasov Q. Ə., 2016).

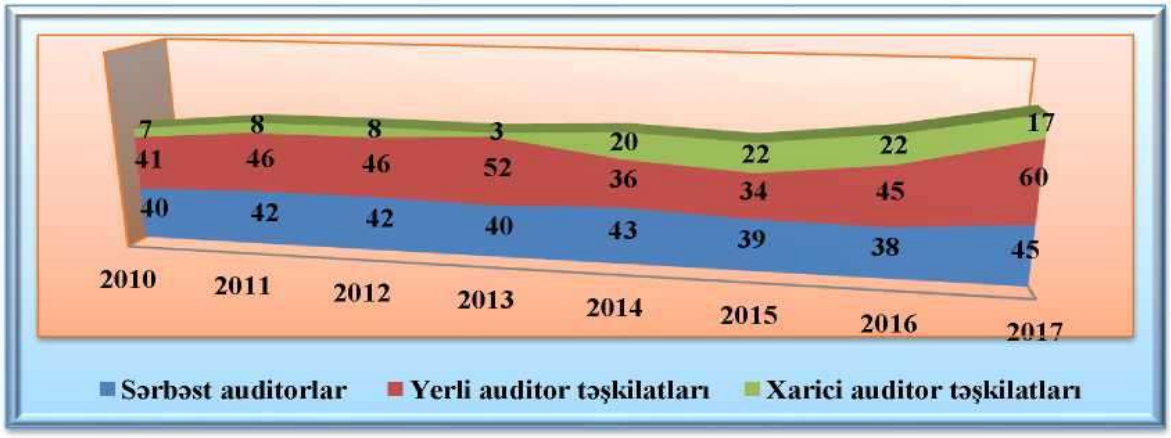
Azərbaycanda audit xidməti bazarının təşkili və onun inkişaf səviyyəsi

Azərbaycanda audit xidmətinin inkişafı üçün əlverişli imkanlar mövcuddur. Buna baxmayaraq, bu xidmətinin inkişaf səviyyəsi hələ də digər sahələrlə, əsasən də başqa xidmət sahələri ilə müqayisədə yüksək inkişafı ilə seçilmir. Audit xidmətinin inkişaf etdiyi 25 ilə yaxın bir dövrdə göstərilən xidmətlərin həcmi 3,3 milyon manatdan 44 milyon manata qədər artmışdır. Eyni zamanda, müqayisə olunan dövrdə ərzində ÜDM-in həcmi 20 dəfəyə yaxın artmaqla, 80 milyard manata çatdığı halda, audit xidmətlərinin həcmi 11 dəfə artması ilə müşahidə olunmuşdur. Lakin, auditin ÜDM-dəki payı 25 il ərzində dəyişməmiş və öz kiçik səviyyəsi ilə qalmışdır (0,001%). Həmçinin, son dövrdə ölkədə göstərilən xidmətlərin tərkibində də bu xidmətin xüsusi çəkisi ümumi xidmətlərin 0,01%-ni təşkil etməklə, öz aşağı səviyyəsi ilə fərqlənməkdədir . Xidmət bazarında yerinə yetirilən audit xidmətlərinin payında məcburi auditin xüsusi çəkisi öz yüksək səviyyəsi ilə (73%) ilə seçilir, lakin, könüllü (məsləhət-konsaltinq xidmələrinin) və digər audit xidmətlərinin payı aşağı səviyyədə (27%) qalmaqdadır. Belə vəziyyət auditin inkişaf etdiyi dövrdən hazıradək dəyişməmiş və digər audit xidmətləri zəif mövqeyi ilə seçilmişdir (Musayev S. İ. 2017: s 180).

Milli audit xidməti bazarında 2012-ci illə müqayisədə 2016-cı ildə xarici auditor təşkilatlarının icra etdikləri müqavilələrin sayı 4% artmaqla 775 təşkil etmişdir. Müvafiq dövr ərzində yerli auditor təşkilatlarının icra etdikləri müqavilələrin sayı isə 20% azalmaqla 1048-ə enmişdir . Ölkədə auditdən keçməli olan subyektlərin (xüsusilə də, mövcud qanunvericilik üzrə məcburi audit subyektlərinin) böyük bir qismi bu xidmətdən istifadə etm əməkdədir. 2010-ci ildə auditdən keçməsi icbari olan 2679 bələdiyyənin 50%-i, 1570 səhmdar cəmiyyətlərinin 18%-i, 23298 Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətlərin 2%-i, 1609 xarici investisiyalı müəssisələrin 26%-i, 47 sığorta təşkilının 62%-i, 234 birgə müəssisənin 13%-i, 192 bank və kredit təşkilatının 54%-i bu xidmətdən yayınmışlar. 2017-ci ildə də bu sahədə durum yaxşılılığa doğru dəyişməməsi ilə nəzərə çarpmışdır. Göstərmək lazımdır ki, məcburi auditdən keçməli olan 67500 təşkilat, müəssisə və təsərrüfat subyektinin 2016-cı ildə yalnız - 3,2%-i, 2017-ci ildə isə daha az yəni cəmi - 2,2%-i bu xidmətdən istifadə etmişdir. Məcburi auditdən yayınma halları daha çox Məhdud Məsuliyyətli Müəssisə (0,9%) və Səhmdar Cəmiyyətləri (14,9%) və siyasi partiyalarda (30,9%) daha yüksəkliliyi ilə diqqəti cəlb edir (10). Belə qeyri-normal vəziyyət qanunvericilik bazasında olan boşluqlarla, ölkədə audit xidmətinin təşkili və tənzimləmə mexanizminin qeyri-təkmilliyilə, xidmətdən istifadə zərurətinin və bu sahədə məsuliyyət normalarının qeyri-konkretliyi və beynəlxalq təcrübədə olduğu kimi tam aydınlığı ilə ifadə olunmaması ilə bağlıdır. Digər tərəfdən isə, həmin subyektlərin çox vaxt maliyyə vəziyyətinin qeyri-qənaətbəxşliyi də onların audit xidmətindən istifadə imkanlarının qarşısına ciddi şəkildə sədd çəkir (Quliyev F. M, Əzizov R. N, İbrahimov Z. H., 2016: s 328).

Azərbaycan Respublikasında göstərilən audit xidmətlərinin xüsusi çəkisində xarici auditor təşkilatlarının mövqeyi daha üstünlük (göstərilən auditor xidmətlərin 85%-i) təşkil etməkdədir. Müvafiq inkişaf meylində son on ildə müəyyən dəyişiklər baş versə də, lakin ölkənin audit bazarında xarici auditor təşkilatları daha üstün rəqabət qabiliyyətliliyinə malik olduğunu sübut etməkdədir.

Diaqram 1. Sərbəst auditor və auditor təşkilatlarının inkişaf dinamikası



Mənbə: audit.gov.az. (26.03.3019) məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Ölkənin audit xidməti bazarında müqavilə məbləğlərinin orta dəyərinə görə xarici auditor təşkilatlarının göstəriciləri yerli auditor təşkilatlarının və sərbəst auditorların müvafiq göstəricilərindən daha üstün olması ilə fərqlənir. Xüsusilə də, 1996-cı ildə xarici auditor təşkilatlarının müqavilə məbləğlərinin orta dəyəri yerli auditor təşkilatlarınkından 12 dəfə, sərbəst auditorlarınkından 17 dəfə yüksək olduğu halda, bu göstərici son ildə yerli auditor təşkilatlarınkından 9,3 dəfə, sərbəst auditorlarınkından isə 39,4 dəfə çoxluğu ilə müşahidə edilmişdir (. 2010-cı illə müqayisədə 2017-ci ildə ölkənin audit xidməti bazarında fəaliyyət göstərən sərbəst auditorların sayı 12% artması ilə nəzərə çarpmışdır. Həmçinin, bu bazarda fəaliyyət göstərən yerli auditor təşkilatların sayı müvafiq dövr ərzində 46%, xarici auditor təşkilatlarının sayı isə, 2,4 dəfə artmışdır (Əkbərova S. D., 2018: s 167).

Azərbaycanda xarici auditor təşkilatları fəaliyyət istiqamətindən və sahəvi xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq iri və maliyyə cəhətdən inkişaf etmiş təsərrüfat subyektlərinə xidmət göstərirlər. Həmçinin, ölkədə iri iqtisadi layihələrin həyata keçirilməsində, beynəlxalq maliyyə institutlarından kreditlərin alınmasında, investisiyaların cəlbində, iri tsərrüfat subyektlərinin məcburi auditində əsasən xarici auditor təşkilatlarının xidmətlərindən istifadə edilir. Bütün bunlara səbəb isə, xarici auditor təşkilatlarının ölkə və dünya bazarlarındakı yüksək nüfuzu, inkişaf etmiş maddi-texniki imkanları, işgüzar əlaqələri hesab olunmaqdadır. Yerli auditor təşkilatlarının və sərbəst auditorların sayının son dövrlər kifayətqədər artmasına baxmayaraq, onların əksər hissəsinin maddi və texniki imkanları zəifliyi, kadrlarının peşəkarlıq səviyyəsinin yüksək olmaması kimi amillər onların xidmət bazarındakı rəqabət qabiliyyətliliyinə mənfi təsir göstərir (Bəkirli A. Ş., 2017: s 187).

Ölkə regionlarının sosial-iqtisadi inkişafını təmin etmək məqsədilə Dövlət Proqramları təsdiq edilərək,icra olunur. Müasir şəraitdə bu və digər dövlət proqramları əsas götürülməklə audit xidmətinin regionlarda da inkişafına üstünlük verilməkdədir. Belə ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasında, Sumqayıt, Gəncə, Lənkəran, Mingəçevir şəhərlərində, Şəmkir, Cəlilabad, Beyləqan, Ağcabədi, Ağdaş, Zaqatala və digər rayonlarında yerli auditor təşkilatlarının və sərbəst auditorların fəaliyyəti təşkil edilmişdir. Xarici auditor təşkilatlarının əsas fəaliyyəti daha çox ölkənin paytaxtında cəmləşmişdir. Tədqiqatlar göstərir ki, son dövrlərdə xidmətin həcmi bəzi regonlarda nisbətən artımı ilə müşahidə edilməkdədir. Belə ki, bu xidmət üzrə yerinə yetirilmiş müqavilələrin xüsusi çəkisinə görə 2000-ci ildə Bakı şəhərinin payı 88% təşkil edirdisə, 2017-ci ildə bu göstərici azalaraq 75%-ə enmişdir (10). Azərbaycanda audit xidmətinin inkişafına regional fərqlər özünü kəskin şəkildə göstərməkdədir. Audit

xidmətinin sifarişçilərinin çox hissəsinin bu regionda olması göstərilən xidmətlərin xüsusi çəkisində Bakı və onun ətrafının hələ də üstünlük təşkil etməsinə səbəb olur. Regionlarda təsərrüfat subyektlərinin maliyyə vəziyyətinin qeyri-qənaətbəxşliyi onların mövcud xidmətin bir çox növlərindən istifadə etmək imkanlarını aşağı salır (Novruzov V.T., Yaqubov. Ş.H, Qənizadə R.T., 2016: s 44).

Auditin xüsusi əhəmiyyət kəsb edən məsləhət-konsaltinq yönümlü xidmət növlərindən istifadə səviyyəsi sırf xidmət bazarının tələb və təklif amili ilə bağlıdır. Bu xidmət növündən istifadədə iqtisadiyyat sahələrinin payı öz müxtəlifliyi ilə fərqlənir. Könüllü, məsləhət-konsaltinq xidmətlərinin istifadəsində xarici investisiyalı müəssisələrin, bank-sığorta təşkilatlarının xüsusi çəkisi 70%-dən çoxdur.

Özəl müəssisələrdə daxili auditin aparılmasına dair sorğu analizi

Cədvəl 1. Banklarda maliyyə proqnozlaşdırılması

	Bəli	**Xeyir**
Maliyyə proqnozlaşdırılması aparılırmı?	Qismən aparılır	-
Proqnozlaşdırılma aparılarkən əsas xarici faktorlar öyrənilirmi? Eyni zamanda A)makroiqtisadi göstəricilərin dinamikası B)faiz dərəcələrinin mümkün tərəddütləri C) valyuta kurslarının tərəddütləri D) rəqib bankların fəaliyyət imkanları	 - - - Qismən	 Öyrənilmir Öyrənilmir Öyrənilmir -
Maliyyə proqnozlaşdırılması zamanı pul axınlarının diskontlaşdırılması tətbiq edilirmi?	-	Diskontlaşdırma aparılmır
Vergilərin maliyyə nəticələrinə təsiri öyrənilirmi?	Qismən	-
Vergi qanunvericiliyindəki mümkün dəyişmələr proqnozlaşdırılmı?	Qismən	-

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub

Müşahidələr nəticəsində hazırlanan cədvəlin səthi təsvirindən məlum olur ki, bank qurumlarında vergi proqnozlaşdırılması işi qənaətbəxş səviyyədə həyata keçirilmir. Müşahidələr vergi planlaşdırılması işində də formallığın önəmli olduğunu ortaya çıxarır və bu nöqteyi-nəzərdən verilən suallara cavablar eyni mənzərəni ortaya çıxarır.Aşağıdakı cədvəl dən informasiyaları maliyyə planlaşdırılması cəhətdən də bank sahəsində korporativ normaların tətbiq səciyyəsinin yüksək olmadığını aşkara çıxarır. Ancaq qeyd edək ki, daxili audit nəzarətinə görə durum müəyyən qədər qənaətbəxş sayıla bilər.

Cədvəl 2. Banklarda maliyyə planlaşdırılmasının vəziyyəti

	Bəli	**Xeyir**
Bankda çoxillik (5 və daha çox) fəaliyyətə planlaşdırılması aparılır?	-	Aparılmır
Maliyyə planlaşdırılması zamanı hansı retrospektiv müddətin maliyyə nəticələrinin təhlili aparılır? 1 illik 3 illik 5 illik və daha çox	 Aparılır - -	 Aparılmır Aparılmır

Palnlaşdırma zamanı maliyyə əmsallarından istifadə olunurmu?	Qismən	-
Plan dövrünün pul axınlarının diskontlaşdırılması həyata keçirilirmi?	-	Pul axınları diskontlaşdırılmır
Vergiləri hansı müddətlər üçün planlaşdırılır? Bir il Daha böyük müddətə	Bir il	-
Vergi təqvimi tərtib olunurmu?	Qismən	-
Ay və ya kvartallar üzrə vergi təqvimi tərtib olunurmu?	Qismən	-
Vergi planlaşdırılmasında qanunvericiliyin tələbləri və mühasibat normaları nəzərə alınırmı?	Alınır	-

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub

Müşahidələr bank qurumlarında maliyyə hesabatları dövründə səhvlər olmasını mövcud normativ protokolların doğru şəkildə tətbiq olunmamasını, normativ protokollarda müşahidə edilən yeniliklərin zamanında nəzərə alınmamasını vergiyə cəlbetmə qaydalarının qismən pozulmasını aşkara çıxarıb və aşkar olub ki, belə kiçik nöqsanlar başqa mərhələlərdə də vergi hesabatlarının tərtibi və ödəmələrin həyata keçirilmə mərhələsində də buraxılıb. Müşahidələrlə müəyyən olunub ki, bəzi hallarda ilkin sənədləşmə göstəriciləri ilə maliyyə hesabatlarının göstəriciləri arasında fərqlər var, hesabatlarda arifmetik səhvlər mövcuddur, hesabatlar bəzən gec təqdim olunur.

Cədvəl 3. Banklarda daxili auditin mövcud vəziyyəti

	Bəli	**Xeyir**
Bankın gəlir və xərclərinə operativ nəzarət aparlırmı?	Aparılır	-
Plan göstəricilərinin yerinə yetirilməsinə, borcların ödənilməsinə nəzarət edilirmi?	Həyata keçirilir	-
Vergi bazasının düzgün təyin edilməsinə, vergi ödənişlərinin həyata keçirilirməsinə operativ nəzarət edilirmi?	Nəzarət edilir	-
Audit nəzarəti göstəricilərindən səhmdarların istifadə imkanı mövcuddurmu?	Mövcuddur	-
Hesabat vergi göstəriciləri ilə plan vergi göstəriciləri müqayisə olunurmu?	Olunur	-
Audit planlaşdırılması, ödənilməsi və audit hesabatlarının hazırlanması zamanı buraxılan səhvlər təhlil edilirmi?	Qismən analiz edilir	-

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub

Müşahidələrdən məlum olur ki, bank qurumlarının maliyyəçiləri cari vergi ödənişlərinin formasını əksər vaxt, real vergi dəyərlərinin daha gec ödənilməsi istiqaməti ilə ayırd edirlər. Yəni kredit qurumunun baza ilində 2 milyon. man. vergi ödəməsi proqnozlaşdırılırsa, təşkilat ödəməni 0,5+0,5+0,5+0,5=2,0 formasını yox, 0,4+0,4+0,4+0.4+0,8=2,0 formasını seçir. Bundan əvvəlki hər rübdə qənaət olunan 0,1 milyon man. məqsədyönlü istifadəsi son rübdə "itirilən" 0,3 milyon. man. çox gəlir söz verir. Daxili audtin analizi üsullarından istifadə ilə analizlər edilməyəndə, qəbul edilmiş qərarı effektiv saymaq olar. Lakin rüb ərzində xalis pul daxilolmalarının 1 milyon. man. olmasını, bu vəsaitləri aylıq 1% gəlirliliklə istifadə etməyin mümkünlüyünü qəbul etsək və vergiləri nəzərə almaqla pul axınlarını diskontlaşdırsaq qərarı doğru saymaq olmur. Ona görə ki, vergitutmanın I formasında kredit qurumunun sərəncamında qalan pulların cari dəyəri 1914,5 min man., II formada isə 1896,9 min

man. bərabər olur.

Cədvəl 4. Azərbaycanın özəl sektorda daxili auditin olmaması səbəblərinin dinamikası

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Daxili audit xidməti haqqında məlumatın	8,8%	10,0%	3,0%	11,0%	12,7%	15,7%	6,7%	7,4%
Daxili nəzarətin rəhbərlik tərəfindən	52,4%	57,3%	71,7%	46,7%	55,5%	59,8%	57,1%	52,1%
Maliyyə vəziyyətinin	20,4%	10,0%	10,8%	19,1%	5,4%	7,9%	19,0%	21,5%
Nəzarət ediləsi	19,0%	20,7%	13,3%	8,4%	12,7%	10,2%	14,3%	14,0%
Digər səbəblər	11,6%	2,0%	1,2%	4,8%	2,7%	6,4%	2,9%	5,0%

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatası http://www.audit.gov.az/ (26.03.3019)

Tədqiq etdiyimiz bəzi nəzəri baxışlar, bir sıra bank qurumlarında edilən müşahidələrin nəticələrini sonlandırıb, iddia etmək olar ki, ölkə bank təşkilatları sektorunda daxili audit idarəetməsinin ciddi inkişaf etdirmələrə ehtiyacı vardır. Bu inkişaf etdirmələrsə, korporativ idarəetmə üsullarının tətbiqi əsasında həyata keçirilə bilər.

Nəticə

Auditin inkişafı bir sıra mühüm tədbirlərin həyata keçirilməsini ön plana çəkir və bu tədbirlərə əsasən aşağıdakıların aid olunması daha məqsədəuyğundur: auditin hüquqi- metodoloji bazasının təkmilləşdirilməsi; audit xidməti növləri arasında əməkdaşlığın genişləndirilməsi; auditin əhatə dairəsinin və xidmət bazarının genişləndirilməsi; audit üzrə əlaqəli xidmətlərin genişləndirilməsi; auditin təşkili və tənzimlənməsi ilə bağlı müasir təcrübənin tətbiqi; auditdən yayınma hallarının qarşısının alınması ilə bağlı tədbirlərin keçirilməsi; regionalarda auditin və onun növlərinin inkişafı üçün bütün mümkün imkanlardan istifadə edilməsi.

Hazırda səmərəli şəkildə fəaliyyət göstərə biləcək daxili nəzarət problemi aktuallıq kəsb etməsinə baxmayaraq, elmi nöqteyi-nəzərdən və onun praktik olaraq reallaşdırılması baxımından tam dərk olunmamış vəziyyətdə qalmaqdadır.

Mövcud beynəlxalq daxili audit peşə standartlarınm öyrənilməsi gedişində müəllif tərəfindən daxili auditin tərifi dəqiqləşdirilmişdir. Xarici təcrübənin öyrənilməsi əsasında daxili auditin müasir inkişaf mərhələsini səciyyələndirən risklərin idarə edilməsi prosesi ilə daxili auditin əlaqəsi aşkar edilmişdir.

Audit aparılarkən auditorların müstəqilliyinin təmin olunması sahəsində də əhəmiyyətli problemlər qalmaqdadır. Daxili auditorların bilavasitə təsərrüfat subyektlərinin və onların bölmələrinin rəhbərlərindən asılı olmadıqlarını təsbit edən həm qanunvericilik normaları, həm də əxlaqi normalar yoxdur və ya onlara əməl olunmur. Mövcud qüsurlardan biri də budur ki, Azərbaycanda əksər müəssisə və təşkilatların təcrübəsində daxili auditlə məşğul olan xidmətlər və bölmələr məhz bu fəaliyyət sahəsinə xas olan vəzifə və funksiyaları yerinə yetirmək iqtidarında deyillər. Ona görə də tərəfimizdən aşağıda qeyd olunan əsas vəzifə və funksiyaların daxili audit xidmətinə təhkim edilməsi təklif olunmuşdur.

Müasir iqtisadiyyatın dövlət sektorunda (dövlətin, büdcə idarələrinin, dövlət korporasiyalarmın iştirak

etdiyi təsərrüfat subyektlərinə münasibətdə) daxili auditin və bütövlükdə daxili nəzarətin maliyyə-hüquqi baxımdan tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsi məsələlərinə diqqət artırılmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. "Auditor xidməti haqqında". Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1994.
2. Allahverdiyeva C. C, İsmayılov M. M., Muxtarova P. E, Əhmədov Y. B., (2016). Audit praktikum. Bakı, Mütərcim,- 1-325
3. Bəkirli A. Ş.(2017). Beynəlxalq idarəetmə sistemlərinə inteqrasiyası və audit. Bakı, Nurlan, 1-187
4. Əkbərova S. D. (2018),. Müasir şəraitdə maliyyə nəzarətinin təkmiləşdirilməsi istiqamətləri . Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti, 1-167
5. Əliyev Ş. H, Hacıyev F. Ş. (2015). Audit. Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti, **1**-310
6. Hacıyev .R.İ (2015). Təftiş və nəzarət, Bakı, Elm və təhsil,1-211
7. Quliyev F. M, Əzizov R. N, İbrahimov Z. H. (2016). Beynəlxalq bank auditi. Bank, Elm, 1-328
8. Musayev S. İ. (2017), Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə nəzarətinin təsirinin artırılması istiqamətləri. Bakı , Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti, 1- 180
9. Namazova C.B. (2015). Praktiki Audit. Bakı, Azərnəşr, 1-286
10. Novruzov V.T., Yaqubov. Ş.H, Qənizadə R.T., (2016), Daxili audit fəaliyyətinin təməl prinsipləri. Bakı, "Beynəlxalq Auditorlar İnstitutu", 1-44
11. Rzayev Q.M, Səbzəliyev S. M. Abbasov Q. Ə. (2016). Nəzarət və təftiş. Bakı, Adiloğlu, 1-261
12. http://www.audit.gov.az.

Xidmət marketinqində xidmətin keyfiyyəti və müştəri məmnuniyyəti: Banklarda tətbiqi

Gülnar Məmmədova

gulnarmammadovaa@gmail.com

Xülasə

Xidmət eləcə də, məhsul istehsal edən şirkətlər müştərilər məmnun qaldığı müddətdə fəaliyyət göstərə bilirlər. Rəqabətin getdikcə daha da genişləndiyi bir şəraitdə müştərilərlə uzunmüddətli əlaqələrin qurulması vacibdir. Bu uzunmüddətli əlaqələr daimi müştərilərlə nəticələnməlidir. Müştəri asılılığına təsir göstərən bir neçə amil vardır ki, bunlardan müştəri məmnuniyyəti və xidmətin keyfiyyəti, eləcə də müştərilər tərəfindən qəbul edilən dəyər əhəmiyyətli rola malikdir.

Müştəri məmnuniyyəti, müştərilərin gözləntilərinin yüksək səviyyədə qarşılanması şəraitində yaranır. Müştərilərin xidmət məhsulundan gözlədikləri fayda təmin olunduğu anda, müştəri məmnuniyyəti yaranır. Məmnun bir müştəri isə uzunmüddətli sadiq müştəriyə çevriləcəkdir.

Xidmətin keyfiyyəti, məhsul və ya xidmətdən əldə olunan fayda anlaşını ifadə edir. Xidmətin keyfiyyəti nə qədər yüksək olarsa, müştərinin qəbul etdiyi dəyər bir o qədər artacaqdır.

Bu tədqiqatın əsas məqsədi müştəri məmnuniyyəti, xidmətin keyfiyyəti, yəni qəbul edilən dəyər və müştəri asılılığı əlaqəsini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə, müştəri məmnuniyyəti, qəbul edilən dəyər və müştəri asılılığı arasındakı əlaqəni müəyyən etmək üçün bank müştəriləri ilə anket sorğusu aparılmışdır. Banklar, rəqabət üstünlüyünü əldə saxlamaq üçün müştəri hədəfli fəaliyyət göstərməli, müştəri məmnuniyyəti, xidmət keyfiyyəti, müştəri loyallığı (sədaqəti) və müştərilər tərəfindən qəbul edilən dəyərə xüsusi əhəmiyyət vermək məcburiyyətindədirlər. Müştəri məmnuniyyətini təmin etmək məqsədilə xidmət keyfiyyətini yüksəldərək müəyyən bir səviyyəyə gətirməlidirlər. Bu tədqiqatın nəticəsində, müştəri məmnuniyyəti, qəbul edilən dəyər və müştəri asılılığı arasında müsbət və əhəmiyyətli əlaqələrin olduğu müəyyənləşdirilmişdir.

Açar sözlər: Xidmət Marketinqi, Müştəri məmnuniyyəti, Xidmət Keyfiyyəti, Bank

Giriş

Dövlətin iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq getdikcə daha geniş əhatə dairəsinə malik olan xidmət, fərdlərin ehtiyac və tələblərini ödəyən mücərrəd bir anlayışdır. Xidmətlər insanların ehtiyaclarını ödəmək məqsədilə istehsal olunan və eyni zaman kəsimi daxilində istehlak olunan mücərrəd məhsullardır.

Xidmət marketinqi müştəri məmnuniyyətinin yüksək səviyyədə təmin olunmasına nail olmaq məqsədi daşıyır. Buna isə xidmətin keyfiyyəti və bu kimi amillər vasitəsilə nail olur. İstehlakçıların qəbul etdikləri dəyər məhz, xidmətin keyfiyyətinin istehlakçılarda əks olunan təcəssümüdür. Xidmət sahələrinin günümüzdəki geniş əhatə dairəsi, bu səbəblə inkişaf edən xidmət marketingi və onun əsas alətləri olan müştəri məmnuniyyəti, eləcə də xidmətinin keyfiyyətinin öyrənilməsi mövzunu olduqca aktual edir.

Nəinki dünyada, eləcə də ölkəmizdə bir çox xidmət sahələri fəaliyyət göstərir. Bunlardan biri və ən geniş yayılan sahə bank sahəsidir. Bankları bir-birlərindən ayıran əsas amil isə bankların müştərilərə təklif etdiyi xidmət keyfiyyəti və xidmətin müxtəlifliyidir.

Mövcud vəziyyətdə həm banklar, həm də digər xidmət müəssisələri günümüzün tələblərinə cavab verəbiləcək səviyyədə olmalıdırlar. Banklar mövcud müştərilərini itirməmək və yeni müştərilər qazanmaq üçün xidmət marketinqi alətlərindən lazımınca istifadə etməyi bacarmalı və müştəri məmnuniyyətini artırmalıdırlar.

Banklar, rəqabət üstünlüyünü əldə saxlamaq üçün müştəri hədəfli fəaliyyət göstərməli, müştəri məmnuniyyəti, xidmət keyfiyyəti, müştəri loyallığı (sədaqəti) və müştərilər tərəfindən qəbul edilən dəyərə xüsusi əhəmiyyət vermək məcburiyyətindədirlər. Müştəri məmnuniyyətini təmin etmək məqsədilə xidmət keyfiyyətini yüksəldərək müəyyən bir səviyyəyə gətirməlidirlər. Müştəri loyallığını (sədaqətini) artırmaq üçün isə digər banklardan daha keyfiyyətli xidmət təklif etməlidirlər. Texnologiyanın inkişafı ilə əlaqədar bank xidmətləri xüsusi əhəmiyyət qazanmışdır. Bu səbəblə, tədqiqatda bank rəqabəti nöqteyi nəzərindən böyük önəm kəsb edən müştəri məmnuniyyəti və qəbul edilən dəyər anlayışlarının müştəri asılılığı üzərindəki təsirinin ölçülməsi əsas məqsəddir.

Xidmət anlayışı və Xidmətin Təsviri

Xidmət mücərrəd anlayış olması səbəbindən konkret xüsusiyyətə sahib əmtəələrdən fərqli olaraq dəyərləndirilir. Bu səbəbdən dolayı xidmətlərin təhlili konkret əmtəələrə görə daha çətindir. Bu çətinliyin başlıca səbələrindən biri budur ki, mallar/əmtəələr fərdlərin yəni istehlakçıların fərdi ehtiyaclarını ödəmək məqsədi daşıyarkən , xidmətlər isə onların problemlərinin həllinə yönəlikdir. Bu çətinliyə baxmayaraq biz xidməti fərdlərin ehtiyac və istəklərini, problemlərini aradan qaldıran mücərrəd anlayış kimi qəbul edə bilərik.

Xidmətin mallardan fərqli bir sıra xüsusiyyətləri vardır. Haqqında danışdığımız bu xüsusiyyətlər, xidmətin meydana gəlməsində əsaslı rol oynayır və onları maddi fəaliyyətlərdən yəni mal və əmtəələrdən fərqlənməsinə səbəb olur.

Xidmət Marketingi

Keçmişdən bu günümüzə baş verən iqtisadi, siyasi, sosial, və texnologiya sahələrindəki dəyişikliklərlə yanaşı, müəssisələrin xidmət marketinginə yanaşmaları da dəyişib, müsbət meyldə dəyişikliklər və inkişaflar olmuşdur. Başda çox inkişaf etmiş ölkələr olmaqla, bütün dünyada xidmət sektorunda müşahidə edilən sürətli inkişaf nəzərə alındığında son illərdə xidmət marketinginə artan maraq normal qarşılanır. Ümumi olaraq, bir ölkənin iqtisadiyyatı inkişaf etdikcə, həmin ölkədə xidmət sahələrinin payı və onlara olan tələbin artmağı daha sürətlə baş verir. Rəqabətin daha da kəskin hal aldığı müasir dövrdə xidmət müəssisələri bazarda qalmaq və uğurlu ola bilmək üçün uğurlu marketing strategiyaları tətbiq etməlidirlər.
Xidmət anlayışı 1975-ci ilə qədər marketing sahəsində mövcud olmayan bir anlayış idi. Fəqət, bu yanaşma Nyu-Yorklu bir bankirin 1977-ci ildə yazdığı və "Journal of Marketing" jurnalında dərc etdirdiyi "Breaking Free From Product" məqaləsi ilə dəyişmişdir. Lynn Shostack'ın yazdığı bu məqalə xidmət marketingi sahəsinin başlanğıcı olmuşdur (Benjamin Schneider ve Karen M. Holcombe, "Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization" *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, Vol:49, No:1, (1997), s.37.).

Xidmət Marketinqində Xidmətin Keyfiyyəti

Xidmətlərin mallarla müqayisədə qarışıq xüsusiyyətlərinin olması və mücərrəd olması, onların keyfiyyətinin müəyyən edilməsində çətinlik yaradır. Mal və ya xidmət bir istehlakçının tələblərinə cavab verərkən, digərini narazı sala bilir. Başqa sözlə desək, bütün istehlakçılara görə keyfiyyət anlayışı eyni deyildir. Bu səbəblə istehsal prosesində insanların fərqli gözləntiləri nəzərə alınaraq istehsal həyata keçirilir.

Keyfiyyətin daha dəqiq müəyyənləşdirilməsi üçün məhsula xas bəzi xüsusiyyətləri bilmək lazımdır. Bu xüsusiyyətlər funkional və keyfiyyət xüsusiyyətləridir. Əgər xidmət əvvəlcədən müəyyən

olunmuş hər hansısa bir məqsədi yerinə yetirə bilirsə, bu funksional xüsusiyyət hesab edilir. Xidmətin müəyyən olunmuş bu məqsədi hər zaman eyni formada yerinə yetirə bilirsə bu isə keyfiyyət xüsusiyyəti adlanır.

Amerika Keyfiyyət Assosiasiyasının(American Society For Quality) müəyyən etdiyi tərifə görə, texniki istifadəyə görə "keyfiyyət" 2 fərqli mənaya sahibdir. Bir xidmətin müəyyənləşdirilmiş və ya potensial ehtiyacları qarşılamasındakı uğuru ilə bir xidmətin xətasız olmağıdır (Rust, Zahorik ve Keiningham, op. cit., s.14.).

Xidmət marketinqində müştəri məmnuniyyəti

Müştərilər müəssisəsə üçün əsas əhəmiyyət kəsb edən bir kütlədir. Bu səbəblə müştərilərin məmnun edilməsi müəssisələrin başlıca məqsədi hesab olunur. Gərgin rəqabət şəraitində bütün strategiyaların asanlıqla kopyalandığı bazarda, müştəri məmnuniyyətini kopyalamaq mümkün deyildir. Buna görə də, marketoloqlar müştəri məmuniyyətinin təmin edilməsinə xüsusi diqqət yetirirlər. Marketingdə müştəri məmnuniyyətinin müəyyən edilməsi üçün 5 teoremdən istifadə edilir ki, bunlar "Assimilation-Contrast Theory", "Contrast Theory", "Dissonance Theory", "Negative Theory", və "Hypothesis Testing Theory"dir.

Müştərilər daxili və xarici olmaqla iki qrupda tədqiq olunur. Müştəri məmnuniyyəti ilə əlaqədar olaraq biz daha çox xarici müştəriləri tədqiq edəcəyik. Ümumilkdə, xidmət müəssisəsinin təqdim etdiyi xidmətlərdən faydalanan müştərilər xarici müştərilər, müəssisədə fəaliyyət göstərən işçi personalı isə daxili müştərilər kateqoriyasına aid edilir.

Xarici müştərilərin məmnun edilməsi üçün ilk öncə daxili müştəriləri məmnun etməliyik. Daxili müştərilər müəssisədən nə tələb edir (Nüsrət Xəlilov, Karyera və Fərdi inkişaf blogu, "Müştərilərimizi niyə məmnun etməliyik?" məqaləsi) ?

1. Rəqabət qabiliyyətli əməkhaqqı
2. Rahat iş mühiti
3. Şəxsi ehtiyaclarının şirkət tərəfindən başa düşülməsi
4. Sosial status
5. Fikirlərinin nəzərə alınması və s.

Müəssisənin bütün işçilərinə, eləcə də müştəri ilə birbaşa əlaqədə olan müştərilərinə daha çox diqqət göstərməli, onları məmnun etməlidir. Çünki məmnun olmayan bir işçi xarici müştərini tam məmnun etmək iqtidarında olmur.

Xidmət marketinqində müştəri məmnuniyyəti və qəbul edilən dəyərin müştəri asılılığı üzərindəki təsiri: Bank sahəsində tətbiqi.

İstər Azərbaycanda istərsə də, dünyada bank sahəsi xidmət sektorunun geniş yayılmış bir sahəsidir. Ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi, əhalinin gəlir səviyyəsi və s. bu kimi amillərdən aslı olaraq bank xidmətlərinə ehtiyac günü gündən artmaqdadır. Bank xidmətlərinin bu qədər əhəmiyyət kəsb etdiyi dövrdə məlumdur ki, həm istehsalçı həm də istehlakçı üçün bank xidmətin keyfiyyəti və müştəri məmnuniyyəti əvəzolunmaz rola malikdir.

Tədqiqatın Problemi. Xidmət müəssisələrində müəssisənin təqdim etdiyi məhsullarla yanaşı təklif etdiyi bütün xidmətlər və onların asan, tez, gözlənilən səviyyədə olması xidmət marketinqində müştəri məmnuniyyətini və müştərilərin əldə etdikləri dəyəri vacib hesab edir. Tədqiqatın əsas problemi, müştəri məmnuniyyəti və qəbul edilən dəyərin müştəri sadiqliyi üzərindəki təsirinin

araşdırılması və bunun fərqli banklar üçün müxtəlif olub olmadığı, əgər fərqlilik varsa bu müxtəlifliyin müştərilərin demoqrafik xüsusiyyətlərinə görə dəyişib dəyişməməsinin araşdırılmasıdır. Tədqiqatın əsas məqsədi, müştəri məmnuniyyəti və qəbul edilən dəyərin müştər asılılığı üzərindəki təsirinin olub olmamasının təhlil edilməsidir.

Məlumat toplama yöntəmi . Tədqiqat, Azərbaycan Respublikası ərazisində yaşayan vətəndaşlardan anket sorğusu vasitəsilə toplanılan məlumatlar əsasında həyata keçirilmişdir. Anket Google-un təqdim etdiyi "Google Forms" vasitəsilə hazırlanmışdır. Sorğu linki bilavasitə çoxlu sayda iştirakçıların e-poçt ünvanlarına və sosial şəbəkə adreslərinə (əsasən facebook, whatsapp, linkedin, twitter) göndərilmişdir və bunun nəticəsidir ki təhlil demoqrafik müxtəlifliyə riayət edilir. Bu yöntəm vasitəsilə, iştirakçıların cavabları təhlil üçün anketin hazırlandığı saytda cəmlənmişdir. Online sorğuda 400 nəfər iştirak etmişdir.

Nəticələr və tövsiyələr

Bu araşdırma müştəri məmnuniyyətinin və istehlakçıların qəbul etdikləri dəyərin istehlakçılara necə təsir etdiyini müəyyənləşdirmək məqsədilə aparılmışdır. Geniş bir bank istifadəçi kütləsi ilə aparılan tədqiq nəticəsində müştəri məmnuniyyəti, dərk edilən dəyər və müştəri asılılığı arasındakı statistik olaraq bir əlaqə aşkarlanmışdır. Tədqiqatın nəticəsində banklar arasında dərk edilən dəyər, müştəri məmnuniyyəti və müştəri asılılığı nöqteyi nəzərindən fərqlilik qeydə alınmamışdır. Ancaq müştəri məmnuniyyəti və dərk edilən dəyər artdıqca, müştərilər daha çox aslı hala düşürlər və sadiq müştərilərə çevrilirlər. Müştəri məmnuniyyəti və dərk edilən dəyər müştəri asılılığına müsbət meyldə təsir edir.

Günümüzdə fəaliyyət göstərən bütün banklar öz müştərilərinə daha yaxşı xidmət təklif edərək rəqabət avantajını əldən verməməli və müştəri məmnuniyyətini, eləcə də, dərk edilən dəyəri artırmalıdır.

Demoqrafik göstəricilər əsasında aparılan sorğu təhlil edildiyində repondentlərin 45,7%-i kişilər, 54,3%-i isə qadınlar təşkil edir. Qadınlar kişilərlə müqayisədə daha çox aktivlik göstərirlər.

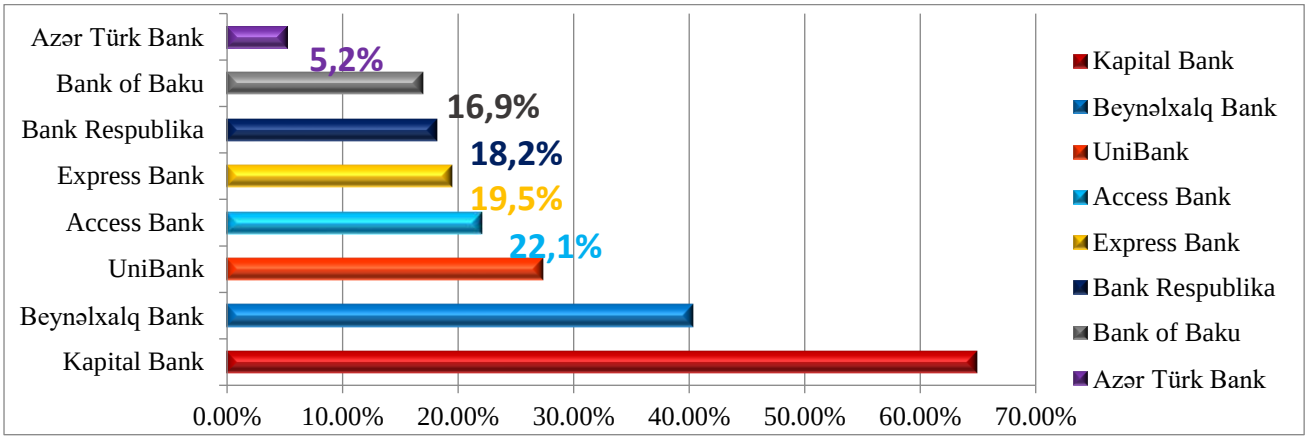
Bank müştərilərinin 67,4%-i 18-25 yaş arası şəxslər təşkil edir. Bu səbəblə, bank xidmətlərindən daha çox gənc sayılan şəxslərin istifadə etdiyini və ən çox onların faydalandığını deyə bilərik.

Respondentlərin 62,4%-nin təhsil səviyyəsinin bakalvrlar olduğunu görürük. Bu o deməkdir ki, banklardan istifadədə təhsil səviyyəsinin yüksək olması təsiredici amildir.

İştirakçıların 43,3%-nin gəlir səviyyəsi 300 AZN-dən aşağıdır.

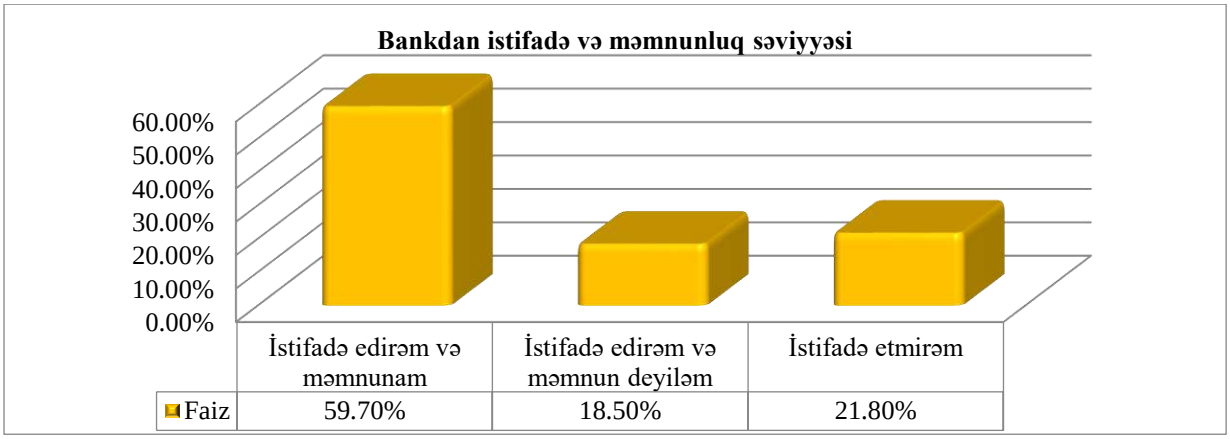
Bank müştəriləri, bankları 87,9% şəxsi fəaliyyətlər üçün, 12,1% isə ticari fəaliyyətlər üçün istifadə edirlər.

Tədqiqatın məqsədi bilavasitə banklarda müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsi olduğu üçün, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 8 bank seçilmişdir. Bunlar: Kapital Bank, Bank of Baku, Beynəlxalq Bank, Express Bank, Unibank, Access Bank, Bank Respublika və Azər Türk Bank. Respondentlərin hansı banklara daha çox üstünlük verdiklərinə nəzər salaq:



Mənbə: Aparılan sorğu nəticəsində əldə edilən datalara uyğun olaraq müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsinə əsaslanmış təhlildə respondentlərin bank fəaliyyətindən istifadə və məmnunluq dərəcələri qeydə alınmışdır. Belə ki,



Mənbə: Aparılan sorğu nəticəsində əldə edilən datalara uyğun olaraq müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Aparılan təhlillər nəticəsində, bank müştərilərinin cinsiyyətə görə müştəri məmnuniyyəti alt səviyyəsi olan güvənlilik faktorunda statistik olaraq fərqliliklər vardır. Belə ki, qadınların ortalamsının kişilərin ortalamasına nisbətdə daha çox olduğunu deyə bilirik. Bu səbəblə, qadınlar kişilərdən fərqli olaraq bankları daha güvənli hesab edirlər. Banklar, kişilərin ortalamasının aşağı olma səbələrini araşdıraraq, müştəri loyallığını daha da artıra bilərlər.

Bank müştərilinin işgüzar fəaliyyətləri ilə dərk edilən dəyər və qiymət ünsürlərində statistik olaraq fərqliliklər olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Nəticələrə görə, sərbəst məslək işçilərinin digər işgüzar fəaliyyət işçilərinə nisbətdə bankların keyfiyyət göstəricisini daha yüksək qəbul etdikləri müəyyənləşdirilmişdir. Yəni, sərbəst məslək işçiləri bankların təklif etdiyi xidmət keyfiyyətini daha keyfiyyətli olduğunu qəbul edən işgüzar fəaliyyət qrupudur.

Tədqiqat nəticəsində bank müştərilərinin yaşları ilə əlçatanlılıq arasında statistik olaraq müsbət istiqamətli bir əlaqə olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Yəni bank müştərilərinin yaşları yüksəldikcə, bankların təklif etdiyi texnoloji xidmətlərdən məmnuniyyət səviyyələri də artmaqdadır. Bu nəticəyə əsasən, daha gənc bank müştərilərinin texnologiya mövzusunda gözləntilərinin tam olaraq qarşılanmadığını göstərməkdədir. Bu vəziyyəti nəzərə alaraq gənc müştərilərin texnologiya cəhətdən gözləntilərinin qarşılanması həm yeni müştərilərin, həm də potensial müştəriləri əldə saxlamaq baxımından əhəmiyyət kəsb edir.

Bank müştərilərinin təhsil səviyyəsi ilə sosial dəyər arasında statistik olaraq mənfi əlaqə olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Belə ki, müştərilərin təhsil səviyyələri artdıqca, bankların sosial fəaliyyətlərinə olan məmnuniyyət səviyyələri də azalmaqda davam edir.

Digər tərəfdən, bank müştərilərinin aylıq gəlir səviyyələri ilə sosial dəyər arasında da statistik olaraq mənfi yönümlü bir əlaqə olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Yəni müştərilərin gəlirləri artdıqca bankların sosial dəyər fəaliyyətinə yönəlik məmnuniyyət səviyyələri də azalır.

Aparılan təhlillərin nəticəsinə görə, müştəri məmnuniyyəti və dərk edilən dəyərin alt səviyyələrinin müştəri loyallığına təsiri xarakterizə edilmişdir. Nəticəyə görə, əlçatanlıq və güvənlilik alt səviyyələrinin müştəri loyallığı üzərində əhəmiyyətli təsiri vardır. Lakin, digər altsəviyyələr : personal, emosinal dəyər, sosial dəyər, keyfiyyət ölçüsünün müştəri loyallığına əhəmiyyətli təsirinin olmadığı görülmüşdür.

Aparılan tədqiqatın digər bir təhlil nəticəsinə görə, müştəri məmnuniyyətinin müştəri asılılığı üzərindəki təsiri 25%, qəbul edilən dəyərin təsir isə 19% olduğu əsaslandırılmışdır. Nəticələrə əsasən, müştəri məmnuniyyətinin alt səviyyəsi olan güvənlilik və əlçatanlılıq, qəbul edilən dəyərin isə keyfiyyət və sosial dəyərin müştəri asılılığı üzərində əsaslı bir təsirinin olduğu müəyyənləşdirilmişdir.

Nəticə olaraq deyə bilərik ki, banklar əlaqə, güvənlilik, emosional dəyər və qiymət amillərinə xüsusi əhəmiyyət göstərib, bu kateqoriyalar üzərindən fərqliliklər yaradaraq yeni müştərilər əldə edə bilərlər. Bankların yeni müştəri qazanmaq xərcinin yüksək olduğunu nəzərə alaraq, var olan potensial müştərilərin sadiq qalması təmin olunarsa, mövcud rəqabət şəraitində davamlı fəaliyyət göstərə bilərlər.

Bu tədiqat Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhərində yerləşən özəl banklardan istifadə edən müştərilərdən əldə olunan nəticələrə əsasən aparılmışdır. Daha çox sayda və fərqli şəhərlərdə həyata keçiriləcək tədqiqatlar daha dəqiq nəticələrin əldə olunması baxımından önəmlidir.

Günümüzdə fəaliyyət göstərən bankların fəaliyyətlərini daha yaxşı şəkildə davam etdirə bilmələri üçün müştəri hədəfli olmaları vacibdir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. A.İ.Ağadadaşov (2015). Bank xidmətləri sferasında marketinqin tətbiqi. S: 34-55
2. A.Palmer (1998). Principles of Services Marketing, Second Edition, London: The McGraw-Hill International, , s.7.
3. A.Qafarlı (2017). Kayzen.az, “Müştəri məmnuniyyəti önəmlidir” məqaləsi
4. A.S.Ashurov (2008). Marketinqin Kommunikasiya Sistemi. Bakı. S: 89-90.
5. Doğan və Kılıç, (2008)
6. Haywood-Farmer (1988). A Conceptual Model of Service Quality. S:19-25
7. Howard, Jonathon (1999), Hospital Customer Service İn a Changing Healthcare World: Does It Matter? Journal Of Healthcare Management, 44(4), 312-325
8. Jessica Santos, (2003) "E-service quality: a model of virtual service quality dimensions", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 13 Issue: 3, pp.233-246
9. Kasım Karahan (2006), Hizmet Pazarlaması, 2. Nəşr. İstanbul: Beta Yayınları, , s.27.
10. Kotler ve Armstrong (1997). Marketing: An Introduction, S: 265.
11. K.Soltanova, Banco.az http://banco.az/az/news/bank-haqqinda-ilkin-anlayis
12. L.Mirkişiyeva (2018). Service marketing in banking. S: 33

13. M.M. Əhmədov (2015). Xidmət Sahələrinin Marketinqi. Bakı. S: 22-25.
14. N.Xəlilov (2018). Karyera və Fərdi inkişaf blogu, "Müştərilərimizi niyə məmnun etməliyik?" məqaləsi
15. Oliver, (1994). Service Quality Experience
16. RUST, ZAHORİK, a.g.e., s.231
17. Rust, Zahorik and Keiningham, op. cit., s.14.
18. Sh.A.Axundov (2005). Beynəlxalq Marketinq. S: 290-294
19. Sh.Akbar (2013). sahinekber.com "Xidmət Marketinqi" bloq yazısı

Müəssisəsinin Kommersiya Fəaliyyətinin Səmərəliliyinin Qiymətləndirilməsi.

Nigar Quluzadə

nigarquluzade93@gmail.com

Xülasə

Azərbaycanda bazar iqtisadiyyatı şəraitində yeni kommersiya müəssisələrinin yaranması, xüsusilə də yüksək rəqabətin olduğu bazarda kommersiya müəssisələrinin fəaliyyətini qiymətləndirmək, proqnozlaşdırmaq və planlaşdırmağın vacibliyi ortaya çıxır. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli olması üçün müəssisələr ticarət, texnoloji və təşkilati prosesin bütün çatışmazlıqlarını aşkar edib vaxtında aradan qaldırmağı bacarmalıdırlar. Düzgün təşkil olunmuş kommersiya işi bazardakı dəyişikliklərə vaxtında reaksiya verilməsini təmin edər, hər bir ticarət əməliyyatları ən yüksək gəlirlilik səviyyəsinə çatar, ticarət riski minimum səviyyəyə düşər və müəssisənin istehlakçı bazarında mövqeyi güclənər.

Bu məqalədə planlaşdırma və strategiyanın inkişaf etdirilməsindən başlayaraq bir kommersiya müəssisənin səmərəliliyini qiymətləndirmə üzrə sistem nəzərdən keçirilmişdir. Məqalədə kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodları, istehlak bazarının iqtisadi göstəriciləri ətraflı təsvir olunur və müəsisənin əsas iqtisadi fəaliyyət göstəriciləri geniş şəkildə öz əksini tapır. Göstəricilər və indikatorlar arasında məqalədə aşağıdakılardan bəhs olunur: ticarətin iqtisadi və sosial səmərəliliyi, iqtisadi əlaqələrin səmərəliliyi, qeyri-neft sektorunun inkişafı, müəssisənin faktiki iqtisadi və maliyyə səmərəliliyinin göstəriciləri. Kəmiyyət tədqiqatında ölkədə baş vermiş iqtisadi böhran və sonrakı illərdə topdan satış və pərakəndə ticarət şəbəkələrindəki mövcud vəziyyəti və eyni zamanda ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarının göstəriciləri təhlil edilmişdir. Məqalədə, həmçinin respublikanın qida sektorunun inkişafında xüsusi rola malik olan müəssisənin xarici bazardakı fəaliyyətindən də bəhs olunur.

Bu tədqiqat işinin məqsədi iqtisadi böhrandan sonrakı dövrdə kommersiya müəssisəsinin fəaliyyətinin səmərəliliyini müəyyənləşdirməkdir. Bundan əlavə, məqalədə müəssisənin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması istiqamətində təklif və tövsiyələr verilmişdir.

Açar sözlər: **səmərəlilik, iqtisadi fəaliyyət, kommersiya inkişafı**

Giriş

Fəaliyyət göstərdiyi müddətdə hər hansı bir kommersiya müəssisəsi uzunmüddətli fəaliyyət planlaşdırırsa, yalnız operativ planlaşdırma və mövcud vəziyyət haqqında deyil, gələcək inkişaf yolları haqqında da ciddi düşünməli, yeni strategiyalar və inkişaf yolları yaratmalı və onları səmərəli şəkildə həyata keçirməlidir.

Müəssisənin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin əsas elementləri məhsul təkliflərinin planlaşdırılması və mallarla təminat, təchizatçıların seçimi, çatdırılma şərtlərinin müəyyənləşdirilməsi, çeşid, çatdırılma tarixləri, qiymətlər və təchizatçılarla hesablaşmalar və s. planlarının əsas tərkib hissələridir. Burada iqtisadi əlaqələrin uzunmüddətliliyi və davamlılığı əhəmiyyət daşıyır və müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi vacibdir.

Kommersiya müəssisəsinin fəaliyyətinin səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün ənənəvi sistem resurs istehlakı həcminin, məhsulun maya dəyərinin (istehsal xərclərinin) və gəlirlilik göstəricilərinin dəyişməsinə əsaslanır. Kommersiya müəssisəsinin fəaliyyətinin diaqnostikası ilk növbədə təşkilatda böhranın idarə olunması, iflasın qarşısının alınması və yenidən qurulma məsələlərinin nəzərdə keçirilməsinə əsaslanır. Kommersiya müəssisəsinin istər daxili, istərsə də xarici mühitdəki vəziyyətlərə dair operativ qərar qəbul edilməsi ilə vaxtında və adekvat cavab vermək mümkündür (Балашов , 2014).

Ticarət müəssisəsində kommersiya fəaliyyəti həm iqtisadi nəticələrə, həm də ümumilikdə ticarətin sosial səmərəliliyinə birbaşa təsir göstərir. Ticarətin iqtisadi və sosial səmərəliliyi bir-biri ilə sıx

bağlıdır. Kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi bütövlükdə müəssisənin işini xarakterizə edən iqtisadi nəticələrlə qiymətləndirilir:

• ümumiləşdirilmiş iqtisadi göstəricilər (mal dövriyyəsi, xərclər, mənfəət, qiymətlər);

• resursların istifadəsi göstəriciləri (istehsal, malın dövriyyəliliyi);

• ticarət xidmətlərinin keyfiyyəti (çeşidin genişliyi, sabitliyi və yenilənməsi);

• malların keyfiyyəti (Выварец, 2012).

Pərakəndə ticarətin inkişafında əsas amil iqtisadiyyatın bu sektoruna xarici investisiyaların axını və daxili şəbəkələrin sürətli inkişafıdır. Azərbaycanda pərakəndə ticarətinin görünüşündə bu cür keyfiyyət dəyişiklikləri ilə əlaqədar olaraq, bu seqmentin tədqiqatına ehtiyac var, burada iqtisadiyyatın bu sektorunun aparıcı iştirakçıları kimi iri şəbəkə şirkətlərinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Çünki məhz onlar baş verən dəyişikliklərin əsas aparıcı qüvvəsidir.

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını xarici alimlərin tədqiqatlarının nəticələri, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tətbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, sintez, analiz, ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir. Məqalənin tədqiqat obyekti Azərsun Holdinq MMC təşkil edir.

Analiz

Azərbaycan Respublikasında istehlakçı bazarının mövcud vəziyyəti və inkişafının təhlili

Respublikamızda kommersiya fəaliyyətinin inkişafı üçün bir sıra islahatlar keçirilmişdir. Sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir edən amillər- bank-kredit, vergi , gömrük və digər iqtisadi sahələrdə islahatlar aparılmaqdadır. Qanunvericilik və institusional dəyişikliklər ölkədə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına bilavasitə təsir göstərmişdir. Əlavə olaraq sahibkarlığın inkişafı sahəsində bir sıra qurumlar yaradılmışdır. Bakı Biznes Təlim Mərkəzi və onun regional mərkəzləri, Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi, Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu və İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu sahibkarlığın inkişafı sahəsində fəaliyyət göstərən əsas qurumlardandır. Son zamanlar neftin qiymətinin kəskin düşməsi Azərbaycan iqtisadiyyatına da öz mənfi təsirini göstərmişdir. İqtisadiyyatın yenidən canlanması üçün 2016-cı ilin sonunda “Strateji Yol Xəritəsi” hazırlanmışdır. Bu proqram qeyri-neft sektorunun inkişafı və ölkə iqtisadiyyatının neftdən aslılığının minimuma endirilməsi məqsədini daşıyır.

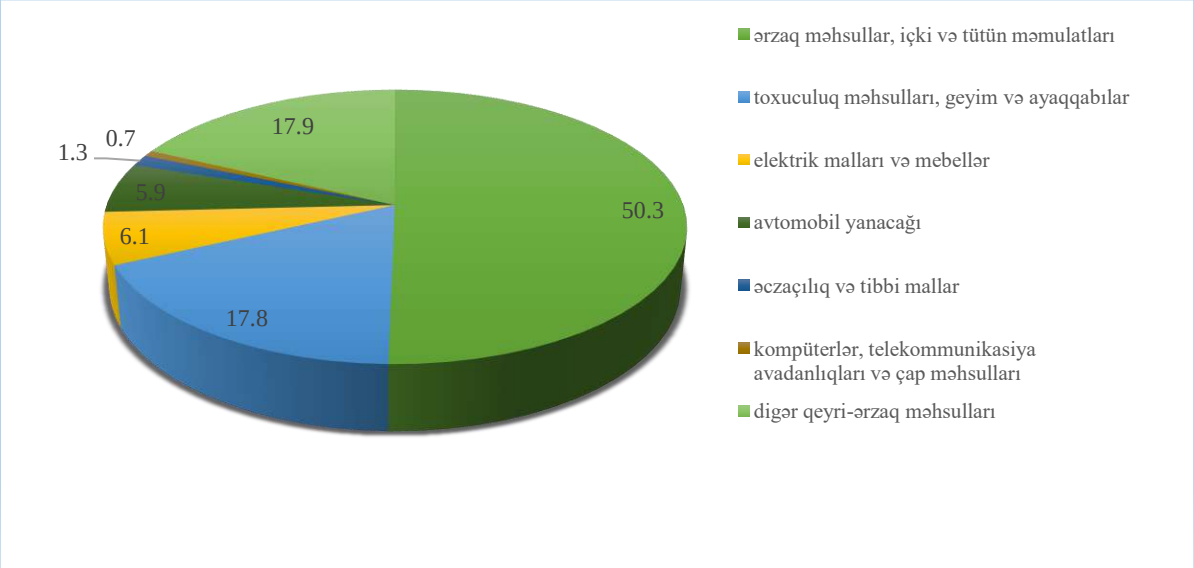
Cədvəl 1: Azərbaycan Respublikasının 2016-2018-ci illər üzrə daxili ticarət dövriyyəsi həcmi (mln.manat)

	2016	2017	2018
Daxili ticarət dövriyyəsi	**57719,4**	**66292,9**	**68652,6**
Topdan satış	27529,1	31024,8	31562,6
Pərakəndə ticarət	30190,3	35268,1	37090

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib edilmişdir, https://www.stat.gov.az/

2016-ci il üzrə topdansatış ticarət dövriyyəsinin həcmi 27,5 milyard manata bərabər olmuşdur. 2017-ci ildə 3,5 milyard manat artaraq 31 milyard manat olmuşdur. 2018-ci ildə topdan satış ticarət dövriyyəsinin həcmi 2017-ci il ilə müqayisədə isə 537 milyon 800 min manat artmışdır. 2016-cı ildə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 30,2 milyard manat idisə, bu rəqəm 2017-ci ildə 5,1 milyard manat artaraq 35,3 milyard manat olmuşdur. 2017- ci il ilə müqayisədə 2018-ci ildə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 1,8 milyard manat artaraq 37,1 milyard manat təşkil etmişdir. 2018-ci ildə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 18,6 milyard manatı ərzaq məhsullarının, 18,5 milyard manatını isə qeyri-ərzaq məhsullarının payına düşür.

Qrafik 1: 2018-ci il ərzində pərakəndə ticarət dövriyyəsinin məhsul qrupları üzrə strukturu (faizlə)



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi əsasında tədqiqatçının tərtibatı, https://www.stat.gov.az/

2018-ci ildə alıcılar öz vəsaitlərinin 50,3%-i ərzaq məhsullarının, içki və tütün məmulatlarının, 17,8%-i toxuculuq məhsullar, geyim və ayaqqabıların, 6,1%-i elektrik malları və mebellərin, 5,9% avtomobil yanacağının, 1,3%-i əczaçılıq və tibbi malların, 0,7%-i kompüterlərin, telekommunikasiya avadanlıqları və çap məhsullarının, 17,9%-i isə digər qeyri-ərzaq məhsullarının alınmasına sərf ediblər (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, [AR], 2018).

Azərbaycan Respublikasının istehlakçı bazarında Azərsun Holdinq MMC-nin rolu böyükdür. Azərsun Holdinqin respublika üzrə ərzaq məhsullarının əmtəə dövriyyəsindəki payı 12 faizə bərabərdir. Buna görə də, müəssisənin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi "Azərsun Holdinq" MMC-nin timsalında xarakterizə edilmişdir.

"Azərsun Holdinq" MMC-nin iqtisadi fəaliyyətinin təhlili

Bildiyiniz kimi, "Azərsun Holdinq" MMC ölkəmizdə yaradılan ilk istehsal müəssisəsidir. Azərsun Holdinq MMC ölkəmizdə 1991-ci ildən fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Mərkəzi Birləşmiş Ərəb Əmirliyinin Dubay şəhərində yerləşən İntersun Şirkətlər Qrupudur. Qida istehsalı, qablaşdırma və kağız sənayesi, kənd təsərrüfatı və pərakəndə ticarət sahələrində fəaliyyət göstərən holdinqin tərkibinə 30-dan çox şirkət daxildir. Böhranlı 90-ci illərdə Azərbaycanda fəaliyyətə başladığı zamandan ölkənin ərzaq qıtlığını aradan qaldırılmasına töhfə verən ilk istehsalçı müəssisə olan Azərsun Holdinq qida sahəsində çay, bitki və digər yağlar, duz, şəkər, süd və süd məhsulları və s. istehsal edir.

Devalvasiya dövründə şirkətin istehsal etdiyi məhsulların qiymətində 20-30 faiz artım olmuşdur. Çünki, müəssisə 50 faiz xarici bazardan asılıdır. Bəzi qida məhsullarının istehsalı üçün tələb olunan xammal, bəzi qatqı maddələri, qablaşdırma xarici bazarlardan idxal edilir. Azərsun Holdinq xammalı əsasən, Rusiya, Türkiyə, Ukrayna, İran və Braziliyadan idxal edir. Dünya birjasında satınalınan xammal və beynəlxalq daşımalar ABŞ dolları ilə həyata keçirilir ki, bütün bu amillər müəssisənin istehsal etdiyi ərzaq məhsullarının qiymətinin artmasına səbəb olmuşdur.

Holdinqin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini müəyyənləşdirmək üçün onun maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti təhlil edilmişdir.

Cədvəl 2: "Azərsun Holdinq" MMC və onun törəmə müəssisələrinin 2016-2018-ci illər üçün maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin əsas göstəriciləri (min manat).

Göstəricilər	2016	2017	2018
Nizamnamə kapitalı	72,521,587	72,521,587	90,000,000
Məhsul satışından əldə olunan gəlir	822,709,395	792,758,013	730,002,688
Satışların və xidmətlərin maya dəyəri	698,478,663	694,504,155	646,083,019
İnzibati və ümumi xərclər	43,058,566	46,367,016	50,647,211
Satış və paylaşdırma xərcləri və ya reklam xərcləri	8,130,850	9,240,889	8,583,691
Xalis mənfəət	46,670,643	27,105,753	21,997,601

Mənbə: "Azərsun Holdinq" MMC və onun törəmə müəssisələri konsolidə edilmiş maliyyə hesabatları əsasında tədqiqatçı tərəfindən tərtib edilmişdir

2016-2017-ci illərdə şirkətlər qrupunun nizamnamə kapitalı 72 milyon 521 min manat olmuşdur. Lakin şirkət 2018-ci ildə öz öhdəliklərini artıraraq holdinqin böyüməsi, inkişafı üçün nizamnamə kapitalını ötən ilə nisbətən 17,5 milyon manat artıraraq 90 milyon manata bərabər etmişdir.

Həmçinin holdinqin satışdan əldə olunan gəlirləri də 2016-ci ildən sonrakı illərdə də azalmışdır. 2016-ci ildə satışdan əldə olunan gəlir 822 milyon 709 min manat təşkil edirdisə, 2017-ci ildə satışdan əldə olunan gəlir 29 milyon 951 min manat azalaraq 792 milyon 758 min manata bərabər olmuşdur. 2017-ci il ilə müqayisədə 2018-ci ildə gəlirlər 62 milyon 755 min manat azalaraq 730 milyon 2 min manat olmuşdur. Ölkədə baş vermiş iqtisadi böhran holdinqin gəlirlərinin azalmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, devalvasiyadan sonra holdinq məhsullarının qiymətini artırdığı üçün həmin məhsullara olan tələbat azalmışdır. Belə ki, yerli bazarda digər rəqib müəssisələrin məhsulları Azərsun Holdinqin məhsulları ilə müqayisədə nisbətən ucuz olduğu üçün istehlakçılar rəqib müəssisələrin məhsullarını almağa üstünlük verirlər.

Satışların və xidmətlərin maya dəyərində də azalma müşahidə edilir. 2016-cı ildə satışların və xidmətlərin maya dəyəri 698 milyon 478 min təşkil edirdisə, 2017-ci ildə 3 milyon 974 min manat azalaraq 694 milyon 504 min manata bərabər olmuşdur. 2017-ci il ilə müqayisədə satışların və xidmətlərin maya dəyəri 2018-ci ildə 7% azalaraq 646 milyon 83 min manat olmuşdur.Şirkət məhsul satışından əldə olunan gəlirin azalması səbəbindən məhsulun istehsalına və satışa sərf edilən məsrəfləri azaltmışdır.

2016-ci ildən sonrakı illərdə holdinqin inzibati və ümumi xərcləri artmışdır. 2016-2018-ci illərdə inzibati və ümumi xərclər 1,2 dəfə artmışdır. İnzibati və ümumi xərclər 2017-ci ildə 2016-cı ilə nəzərən 7,7% artaraq 46 milyon 367 min manat olmuşdur. Həmçinin əvvəlki il ilə müqayisədə 2018-ci ildə inzibati və ümumi xərclər 9,2 % artaraq 50 milyon 647 min manata bərabər olmuşdur.

Cədvəldən də göründüyü kimi, reklam xərcləri satışların və xidmətlərin maya dəyərinə daxil deyildir. Reklam xərcləri və ya satış və paylaşdırma xərcləri müəssisənin ümumi xərclərinin 12% təşkil edir. 2016-cı ildə reklam xərcləri 8 milyon 130 min manat təşkil edirdisə, 2017-ci ildə bu xərclər 1 milyon 110 min manat artaraq 9 milyon 240 min manat olmuşdur. 2017-ci il ilə müqayisədə 2018-ci ildə reklam xərcləri 657 min manat azalaraq 8 milyon 583 min manata bərabər olmuşdur. İqtisadi böhran şəraitində reklama çəkilən xərclərin artması istehlakçıların markaya sadiqliyini möhkəmləndirilməsi, yeni istehlakçıların cəlb edilməsi ilə əlaqədardır.

2016-ci ildə xalis mənfəət 46 milyon 670 min manat təşkil etmişdir. Lakin 2017-ci ildə göstərici 27 milyon 105 min manata qədər kəskin azalma olmuşdur. 2017-ci il 2016-cı illə müqayisədə xalis mənfəət 42% azalmışdır. 2018-ci ildə xalis mənfəət ötən illə müqayisədə 23,2% azalmışdır. Belə ki, 2018-ci ildə xalis mənfəət 21 milyon 997 min manat təşkil etmişdir. Ümumilikdə isə, xalis mənfəət 2016-cı ildən sonrakı illərdə kəskin şəkildə yəni 24 milyon 673 min manat azalmışdır. Xalis mənfəətin kəskin şəkildə azalması 2016-cı ildə iqtisadi böhranın kəskinləşməsi, satışdan əldə olunan gəlirlərin azalması və xərclərin artması ilə əlaqədardır.

Azərbaycan Respublikasının qida sektorunda aparıcı mövqeyə malik ən böyük şirkətlərdən biri olan Azərsun Holdinqin geniş ixracat coğrafiyası vardır. Holdinq yerli məhsulları ümumilikdə 39 ölkəyə "Made in Azerbaijan" brendi adı altında ixrac edir. Holdinq həmçinin, Tacikistan və Qırğıstan dövlətləri üçün pambıq yağı istehsal edir. Ən çox ixrac edilən məhsullar şəkər, yağ, çay və konserva məhsullarıdır.

Məhsullar Rusiya, Ukrayna, Latviya, Səudiyyə Ərəbistan, İran, ABŞ, Kanada, Özbəkistan, Çin və s. ölkələrə ixrac olunur. İxrac İcmalı jurnalının 2019-cu il №1 buraxılışında qeyd olunur ki, 2018-ci il üzrə qeyri-neft sektörü əsas ixracatçı müəssisələrinin reytinqi tərtib olunmuşdur. Reytinqin ilk onluğunda Azərsun holdinqin tərkibinə daxil olan "Sun Food" MMC və "Azərbaycan Şəkər İstehsalat Birliyi" MMC şirkətləri yer alır. Belə ki, "Sun Food" MMC-nin 2018-ci ildə ixrac həcmi 28,1 milyon dollara bərabərdir. 2017-ci ildə isə ixrac həcmi 28,5 milyon dollar olmuşdur. Müəssisənin ixrac həcmi 400 min dollar azalmışdır. "Azərbaycan Şəkər İstehsalat Birliyi" MMC-nin 2018-ci ildə şəkər məhsullarının ixrac həcmi 25 milyon dollar təşkil edir. Ötən il ilə müqayisədə 15,2 milyon dollar azalmışdır. Şəkər ixrac həcminin azalmasının səbəbi isə, holdinqin şəkəri əsas ixrac etdiyi ölkələr Mərkəzi Asiya ölkələridir və Rusiya şəkər istehsalını və ixracını artırdığı üçün həmin ölkələr Rusiyadan daha aşağı qiymətlə almasıdır.

Hal-hazırda ixrac prosedurlarının daha da sadələşdirilməsi, Azərbaycanda istehsal olunan məhsullara verilən sertifikatların xarici ölkələrdə tanınması ixrac məhsullarında keyfiyyət, qablaşdırma və etiketləşdirmə sahəsində beynəlxalq standartların tətbiqi sahəsində görülən işlər bu sahəyə müsbət təsir göstərəcəkdir.

Nəticə

Beləliklə, bir müəssisənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi müəssisənin bir çox kateqoriyalı resurs, bazar və iqtisadi potensiallarını və qabiliyyətinin və onların tələblərinin ödənilməsi və gəlirlilik səviyyəsinin artırılması üçün reallaşdırılmaya əsaslanır. Firmanın gəlirliliyinə idarəetmə fəaliyyətinin

səmərəliliyi və öz növbəsində müştəri məmnuniyyətindən, məhsulun keyfiyyətindən, çatdırılma şəraitindən, yeni texnologiyaların tətbiqindən, çevikliyindən və maya dəyərindən asılı olan hazır məhsulların satışının təşkili birbaşa təsir edir. Kommersiya müəssisəsinin ümumi xərcləri resurs, məlumat və təşkilati dəstək vasitəsilə bu parametrlərin yaradılması və tənzimlənməsi proseslərinin nəticəsi olduğundan xalis gəlirin həcminə mənfi təsir göstərir. Müəssisənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədilə aşağıda sadalananların nəzərə alınması məqsədəuyğundur:

1. Yeni məhsulların satışa buraxılmasına və ya məhsul istehsalının davamlı olaraq yaxşılaşdırılması prosesində azad rəqabət şəraitinin inkişaf etdirilməsi;
2. Respublikada xammal bazasının genişləndirilməsi;
3. İdxal olunan xammalın daxili istehsal hesabına ödənilməsi;
4. Daxili istehsalı artırılaraq ixrac potensialının artırılması;
5. İxrac olunan məhsullarının xarici bazar tələblərinə uyğunlaşdırılması;
6. İxrac məhsullarına səmərəli qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərsun Holdinq MMC və onun törəmə müəssisələrinin 2017-ci il üzrə konsolidə edilmiş maliyyə hesabatları, 8 s.
2. Azərsun Holdinq MMC və onun törəmə müəssisələrinin 2018-ci il üzrə konsolidə edilmiş maliyyə hesabatları, 8 s.
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/
4. “Azərsun Holdinq” MMC rəsmi saytı https://www.azersun.com/
5. İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin İxrac İcmalı, Bakı-2019, №1.
6. А.Федотова (2012), Оценка эффективности деятельности и прогнозирование финансовых результатов компании на основе показателя экономического уровня технологии – Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, №2, с. 281-286.
7. А.Д. Выварец, (2012), Экономика предприятия: учебник, Москва, 543 с.
8. В.Н. Балашов, (2014), KPI как инструмент результативной и эффективной деятельности, с. 274-276.
9. Н.Н. Котова (2014), Оценка эффективности бизнеса организации. – Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – том 8, №2, с.189-192
10. Н.Н. Никулина (2015), Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: учебник, Москва, 319 с.

Qeyri-Kommersiya Marketinqinin Nəzəri Aspektləri

Sərhad Tağıyev

serhad111@bk.ru

Xülasə

Son illərdə Azərbaycanda marketinq elementlərinin qeyri-kommersiya fəaliyyəti sahəsinə nüfuz etməsində artım müşahidə olunur. Aydındır ki, bu təcrübə sistemli və mərkəzli deyil, əksinə qeyri-kommersiya təşkilatlarının rəhbərlərinin intuitiv epizodik təşəbbüslərinin nəticəsidir.

Fikrimizcə, bu gün səhiyyə, təhsil, elm və mədəniyyətin dövlət idarəetmə və idarəetmə qurumlarının, siyasi partiyaların və hərəkatların, qeyri-kommersiya fondlarının və dövlət büdcə strukturlarının fəaliyyətində qeyri-kommersiya subyektlərinin marketinqinin vahid konsepsiyasından istifadə edilməsi üçün ehtiyac artmışdır.

Klassik marketinqin nəzəriyyəsi və metodologiyası, bildiyiniz kimi, iş təcrübəsindən tarixən inkişaf etmişdir. Eynilə, qeyri-kommersiya qurumlarının marketinqi qeyri-kommersiya sahəsindəki fəaliyyət praktikasından inkişaf edir.

Hər bir təşkilat öz təşkilati-hüquqi strukturunda və marketinqin inkişafının optimal yolunu seçir. Sosial təyinatlı qeyri-kommersiya təşkilatı hansı ki, marketinq strategiyası əsasında fəaliyyətə üstünlük verir. Bu zaman öz fəaliyyətlərini strateji, uzunmüddətli perspektiv də öz məqsədlərini əsas rəhbər götürərək və buna görə də ictimai nəzarəti cəmiyyətin inkişaf strategiyası əsasında öz strategiyasını formalaşdırır.

Bununla yanaşı, marketinqin bu növü arasındakı ciddi fərq ondan ibarətdir ki, onun konsepsiyasının formalaşması üçün klassik marketinqin yetkin nəzəri və metodoloji bazası deyil, həm də onun metodik vasitələrinin praktik tətbiqi baxımından zəngin bir təcrübə mövcuddur. Bu, qeyri-kommersiya qurumları üçün marketinq konsepsiyasını inkişaf etdirən mütəxəssislərin işini xeyli asanlaşdırır. Ancaq müəyyən çətinliklər var. Son on il ərzində həm xarici, həm də yerli müəlliflərin qeyri-kommersiya sahəsində marketinq fəaliyyəti ilə bağlı bir çox əsərləri ortaya çıxdı. Hazırkı məqalədə bu məsələlərə müəllif yanaşması öz əksini tapır.

Açar sözlər: Qeyri hökumət təşkilatları, klassik marketinqin nəzəriyyəsi, marketinq, sosial marketinq, xeyriyyəcilik

Giriş

Azərbaycan Respublikasında bazar münasibətlərinə keçid onun əsasını təşkil edən bazar iqtisadiyyatının funksional elementlərinin yaradılmasını vacib etdi. Bazarın əsas elementlərindən biri iqtisadi dövriyyənin hüquqi iştirakçıların təşkilati-hüquqi formalarının müxtəlifliyi ilə xarakterizə olunur.

Azərbaycan Respublikasının Mülki kodeksində reqlamentləşmiş hüquqi şəxslərin təşkilati hüquqi formalarından biri də qeyri-kommersiya təşkilatlarıdır. Sosial istiqamətli qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinqi Azərbaycan Respublikası misalında çox yenidir, tanış olmayan təcrübədir.

Bu marketinqin inkif etmiş olan ölkələrdəki təcrübəsindən yararlanaraq, həmin ölkədəki xeyriyyə istiqamətli qeyri-kommersiya təşkilatlarının fəaliyyətinə istinad edərək bu tədqiqatda Azərbaycan üçün (müsbət və mənfi xarakterli) bütün mümkün təsirləri öyrənilmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri qeyri-kommersiya təşkilatının və qeyri-kommersiya təşkilatının marketinqinin nəzəri əsaslarını müəyyən etmək, qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinqinin və onun xüsusiyyətlərinin aşkarlanması və sair məsələlərdir

Bu məqalədə aşağıdakı məsələlərə hərtərəfli cavab verir:

- Qeyri-kommersiya marketinqi nədir və o müasir cəmiyyətin həyatına necə təsir edir?

- Qeyri-kommersiya təşkilatının marketinqin spesifikası necədir? Sosial yönümlü qeyri-kommersiya təşkilatının marketinq strategiyasınını xüsusiyyətləri hansılardır?

Metod

Hazırki məqalədə kütləvi ədəbiyyat, geniş materiallarından istifadə olunur. Eləcə də tədqiqat işində yerli və xarici müəlliflərin qeyri-kommersiya təşkilatlarının sosial istiqamətli marketinq araşdırmaları təşkil edəcəkdir. Əlavə informasiya mənbələri kimi KİV müxtəlif növlərindən jurnallar və qəzetlərdən, həm də rəsmi göstəricilər, internetdəki intervyular, nəşrlərdən istifadə etmək olar.

Hazırki məqalənin yazılmasında müqayisəli təhlil metodundan, instutsional və sistem yanaşmasından, təşkilat, ümumi sistem nəzəriyyəsi metodundan istifadə edilmişdir.

Analiz

Yarandığı dövrdə hər hansı bir elmi intizam kimi, qeyri-kommersiya marketinqi də "böyümə xəstəliyi" yaşayır, bu da sistematiklik, anlayışların qeyri-müəyyənliyi və terminoloji qarışıqlığın olmaması ilə özünü göstərir. Məsələn, müxtəlif mənbələrdə qeyri-kommersiya sahəsində marketinq fəaliyyətinin müxtəlif adları mövcuddur: "sosial marketinq" (Kotler & Roberto, 2008); "Qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinqi" (Yuryeva, 2008); "Qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinqi" (Kotler & Andersen, 2006); "Qeyri-kommersiya marketinqi" (Kinnel & MacDougal, 2007) və s.

Çox vaxt bu fərqli fərqli anlayışlar altında müəlliflərin müəyyən növ qeyri-kommersiya aktyorlarının marketinq fəaliyyəti haqqında fikirləri, daha az rəqabətli qeyri-kommersiya məhsullarını yaratmaq, tanıtmaq və satmaq ideologiyası (sonuncu əsasən Philip Kotler və həmmüəlliflərinə aiddir).

Bir çox əsər qəsdən qeyri-kommersiya fəaliyyətinin müəyyən sahələrinə yönəldilmişdir (Schaaf, 2008), vahid marketinq anlayışı yoxdur, yalnız fərdi prosedurlar və vasitələr.

Qeyri-kommersiya sahəsində marketinqin nəzəri və metodoloji əsasları formalaşma prosesində artıq müvafiq mərhələyə çatdığından, hesab edirik ki, klassik marketinqdə mövcud olanlara bənzər əsas anlayışlarda və terminologiyada nizamın bərpasına ehtiyac var.

Qeyri-kommersiya marketinqi marketinq fəaliyyətinin qeyri-kommersiya komponenti, nəticəsi müəyyən bir sosial effekti əldə etmək məsələsinə gəldikdə, qeyri-kommersiya marketinqi anlayışına əməl edirik.

Qeyri-kommersiya subyektlərinin marketinq konsepsiyasına həm qeyri-kommersiya, həm də kommersiya komponenti daxildir (müəyyən iqtisadi effekt əldə etməyə yönəlmiş) “Sosial marketinq” anlayışının qeyri-kommersiya sahəsində marketinq fəaliyyətinin sinonimi kimi və müvafiq elmi intizamın adı kimi istifadə edilməsinin qanunauyğunluğu ciddi şübhələr doğurur. Fakt budur ki, bütövlükdə klassik marketinq, eləcə də bütün filial “filialları” əvvəlcə açıq bir sosial yönümlüdür.

Bu, marketinq ideologiyası sayəsində bazar iqtisadiyyatından istifadə edərək hər hansı bir cəmiyyətin əsas ziddiyyətlərindən birini həll etmək mümkün olduğunu göstərir: daha çox məhsul istəyən və daha baha satan istehsalçı (satıcı) ilə ən yaxşı keyfiyyəti daha ucuz almaq istəyən istehlakçının (alıcının) maraqları arasındakı ziddiyyət. məhsul. Eyni zamanda marketinqin əsas şərtlərindən biri də odur ki, yalnız alıcının tələbini ödəməklə satıcı qazanc əldə edə bilər. Beləliklə, klassik marketinq bu ziddiyyəti həll etməkdə, ən vacib sosial funksiyanı yerinə yetirməkdə - satıcıların və alıcıların ziddiyyətli bazar maraqlarını uyğunlaşdırmaqda kömək edir.

Onda sual yaranır: "sosial" marketinqi yalnız qeyri-kommersiya sahəsində adlandırmaq düzgündürmü? Çox güman ki, yox.

Qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinq anlayışının istifadəsinin qanuniliyi şübhə doğurmur, yalnız bu tip qeyri-kommersiya qurumları haqqında danışırıqsa. Lakin bu, qeyri-kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslər kimi müəssisələri əhatə etmir və buna görə də bəzi işlərin kontekstindən irəli gələn qeyri-kommersiya qurumlarının marketinq anlayışı ilə sinonim ola bilməz.

"Qeyri-kommersiya təşkilatlarının marketinqi" və "qeyri-kommersiya sahəsinin marketinqi" kimi anlayışlar, tam düşüncəli və birmənalı olaraq fərqlənmir. Artıq yazdıq ki, Rusiya qanunvericiliyinə əsasən, qeyri-kommersiya təşkilatlarına sahibkarlıq (kommersiya) fəaliyyəti məqsədi ilə sahiblik hüququ verilir.

Qeyri-kommersiya fəaliyyətlərini inkişaf etdirmək və yaxşılaşdırmaqda maraqlıdırlarsa, sahibkarlıqdan qazancı artırmaq üçün bu məqsədlər üçün xüsusi olaraq istifadə etmək üçün səy göstərməlidirlər. Yerli müəlliflərin bəzi əsərlərində "marketinq" anlayışı ilə qanunsuz pulsuz rəftarla rastlaşmaq olar. Məsələn, S. Kolegaeva yazır: "Bir kitabxananın yeni imicini gücləndirməyə və ya yaratmağa yönəlmiş pulsuz təkliflər (xidmətlər və məhsullar) kommersiya olmayan marketinqdir, pullu xidmətlər kommersiya xarakterlidir" (Weisbrod B. ,2014). Burada "qeyri-kommersiya məhsulu" anlayışlarının "kommersiya olmayan marketinq", "kommersiya məhsulu" anlayışlarının "kommersiya marketinqi" ilə əvəzlənməsi var.

Birincisi, qeyd etmək lazımdır ki, bazar münasibətlərinin iştirakçıları mütləq avtomatik olaraq "marketinq əlaqələrinin" iştirakçısı deyillər, çünki bütün bazar subyektləri marketinq anlayışını hətta inkişaf etmiş, ənənəvi "bazar" ölkələrində belə tanımır və tətbiq etmirlər. İkincisi, "marketinq subyektləri" kimi bir ümumiləşdirici konsepsiyanın tətbiqi, bizim fikrimizcə, terminoloji qarışıqlığı təqdim edir.

Klassik marketinq nəzəriyyəsində mübadilə iştirakçılarını - istehsalçıları (bu vəziyyətdə təhsilverici) ayırmaq adətdirqurumlar), istehlakçılar (fiziki şəxslər, müəssisə və təşkilatlar), vasitəçilər (məşğulluq xidmətləri, əmək birjaları), eləcə də əlaqə auditoriyaları (dövlət qurumları və strukturları, kütləvi informasiya vasitələri, təhsil müəssisələrinin qeydiyyatı, lisenziyalaşdırma və akkreditasiya orqanları) (Андреев, 2013).

Onların "marketinq subyektləri" anlayışı ilə birləşməsi klassik marketinq nəzəriyyəsi nöqteyi-nəzərindən real münasibətlər və münasibətlər ideyasını pozur, bu da "marketinq münasibətləri" birmənalı konsepsiyası ilə düzgün birləşdirilməməsi mümkün deyil.

Marketinqin həm kommersiya, həm də kommersiya olmayan hər iki komponenti teatrın bazarda müəyyən rəqabət mövqeyini qazanması üçün "işləyir" (Новаторов ,2010). Bəzi müəlliflər ya klassik marketinq nəzəriyyəsini kifayət qədər sahibi deyillər, ya da onun müddəalarını yetərincə qəbul etməməyərək çox əhəmiyyətli nəzəri səhv hesablamalar edirlər.

Beləliklə, məsələn, A.V. Reshetnikov (Reshetnikov , 2008 ,) istehlak seqmentləri bütün tanınmış meyarları və seqmentləşdirmə əlamətlərini nəzərə almadan yalnız "sosial qruplar və təbəqələr" kimi başa düşülür "qeyri-kommersiya marketinqi" və "qeyri-kommersiya fəaliyyəti", "kommersiya marketinqi" və "kommersiya fəaliyyəti" anlayışlarını qarışdırır.

Nəticə

Göründüyü kimi, qeyri-kommersiya marketinqinin (və ya onun ayrı-ayrı elementlərinin) daim işlədiyi və təkcə "sosial-iqtisadi formalaşma şəraitində" deyil, satış probleminin rəqabət şəraitində həll edilməsi üçün "mübadilə üçün" istifadə edilməməsi üçün xüsusi sübutlar tələb olunmur.

Sonda qeyd edirik ki, Azərbaycanda qeyri-kommersiya sahəsinin subyektlərinin fəaliyyəti xüsusi ehtiyaclara, seçimlərə və istehlakçı tələblərinə zəif diqqət yetirilməsi ilə xarakterizə olunur. Eyni zamanda Bu fəaliyyətlər xüsusilə vacib sosial funksiyalara həvalə olunur və cəmiyyətin məhdud resursları onun həyata keçirilməsinə səxavətlə xərclənir.

Fikrimizcə, bu problemin həlli imkanı qeyri-kommersiya qurumları üçün vahid marketinq konsepsiyasının inkişafı və praktik istifadəsi ilə əlaqələndirilir. Bəzi yerli müəlliflərin bu konsepsiyanın ayrı-ayrı komponentlərini şərh etmək istəyi təəssüf ki, ardıcıllığın olmaması, çox sayda qeyri-dəqiqlik, anlayışların qarışıqlığı və dəyişdirilməsi, terminlərin fərqli şərhləri ilə xarakterizə olunur. Bütün bunlar həm praktikantları, həm də marketinqi və onun qeyri-kommersiya sahəsində tətbiqini öyrənən tələbələri narahat edir. Bu məsələlərin həlli üçün bu sahədə əlavə tədqiqatların aparılması lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. **Məqalə:**Vaganova N., Gordin V. (2005), Teatrda marketinq fəaliyyəti // Sankt-Peterburq İqtisad Universitetinin xəbərləri. - №1.
2. **Kitab:**Andreev S.N. (2005), Qeyri-kommersiya subyektlərinin marketinq konsepsiyasının əsasları // Rusiyada və xaricdə marketinq. - . - № 5.
3. Braverman A.A. (2007) Keçid dövründə Rusiya iqtisadiyyatında marketinq: metodologiya və təcrübə. - M : ASC "İqtisadiyyat" Nəşriyyatı, "CoMarkt Ltd." MMC,
4. Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsi: Birinci və ikinci hissələr. - Bakı 1995
5. Pankruxin A.P. 2015. Ali və sonrakı təhsildə marketinq təhsili xidmətləri: Dərslik. - M .: İnterpraks.
6. Reshetnikov A.V. (2008), Sosialmarketinqvəicbaritibbisığorta. - M.: Maliyyəvəstatistika
7. Schaaf Phil.2008. İdman marketinqi / İngilis dilindən tərcümə - M.: "Filin" İnformasiya və nəşriyyatı,
8. Yuriyeva T.V. 2008Qeyri-kommersiya təşkilatları: İqtisadiyyat və İdarəetmə: Təlim Təlimatı. - M.: Rus iş ədəbiyyatı,
9. Kinnel M., Mac Dougall J.2007. Qeyri-kommersiyasektorundamarketinq. - Butterworth Heinemann,
10. Kotler F., Andersen A.R.2009. Qeyri-kommersiyatəşkilatlarıüçünstratejimarketinq. - ÇapZalı
11. Kotler F., Roberto E.L.2012. Sosia l marketinq: ictimaidavranışındəyişdirilməsistrategiyaları
12. Weisbrod B. The Nonprofit Economy. – Cambridge: Harvard Univ. Press, 2014. p.75

13.Андреев И.А. 2013.Некоммерческий маркетинг / И.А. Андреев // Маркетинг в России и за рубежом– № 4.– С. 13

14. Qeyri hökumət təşkilatları(ictimai birliklər və fondlar) haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişikliklər 03 fevral 2014

15.Новаторов Э. В. 2010.Содержательная теория маркетинга для некоммерческих организаций. - М., стр.4;5.

Reklam Vasitələrindən İstifadə Strategiyalarının Təkmilləşdirilməsi İstiqamətləri

Səadət Əliyeva

seadet.ali713@gmail.com

Xülasə

Hazırkı dövrdə bir neçə bazarlarda, rəqabətin sürətlənməsi, o cümlədən fərqli istehsal sahələrində fəaliyyətdə olan istehsalçıların bir-birləri ilə rəqabət etmələri, onların bütün mümkün mexanizmlərindən istifadə etməklə, öz əmtəə və xidmətlərinin satışını aktvləşdirməyə çalışmalarına, bir sözlə demək olsa ,əmtəələrin bazara yeridilməsinə cəhd etmələrinə səbəb olur. Bu vaxt müəssisələr satışın həvəsləndirilməsinin fərqli üsullarından istifadə edirlər.

Satışın həvəsləndirilməsinin çox geniş yayılmış və çox səmərəli təsir edən marketinq alətlərindən biri reklamdır. Reklam fəaliyyəti müxtəlif məhsulların var olmaları haqqında, habelə onun xüssiyyətləri haqqında alıcılara məlumat vermək, onları məlumatlandırmaq işini yerinə yetirir. Qeyd etmək lazımdır ki, əsasən firmalar üçün reklamın məlumat funksiyası ikinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edir. Reklamın köməyi ilə məhsulun üstünlüklərini və onun alıcı ücün əhəmiyyətli olmasına inandırmaq və məhsulu bazara irəlilətmək müəssisələri üçün çox vacib əhəmiyyat kəsb edir

Reklam satışın və ticarətin həvəsləndirilməsi başqa vasitələri və təbliğat elementləri ilə bərabər, qeyri-qiymət rəqabətinin əvməzolunmaz marketinq mexanizmi kimi qəbul edilirir. Firmanın kommersiya səyləri əmtəənin təkmilləşdirilməsinə və onun bazar tələbatına adaptasiyasina istiqamətlənirsə də, reklam bunu əksi olan vəzifəni yerinə yetirir və alıcı tələbini, artıq istehsal edilmiş əmtəəyə adaptasiya olunar.

Hazırkı reklamların əsas cəhəti, onun istehsal və xidmət sahəsində fəaliyyətdə olan müəssisələrin istehsal-satış fəaliyətinin idarə edilməsi prosesinə cəlb olunmasının yekunu olaraq maraketinq sistemində başqa ,yeni bir rol oynaması ilə əlaqədardır.

Açar sözlər: reklam, marketinq, strategiya, Astoriya-Bakı, fitness klub

Giriş

Reklam strategiyasının hazırlanması bir neçə mərhələdən keçir. Reklam strategiyasının hazırlanmasının birinci mərhələsi strateji planlaşdırmadır. Strateji planlaşdırma bir sıra tədqiqatların gedişində alınan bazar haqqında məlumatlar əsasında həyata keçirilir. Firmanın reklam strategiyasının işlənib hazırlanmasının ikinci mərhələsi onun tərkib hissəsi olan media elementləridir. Reklam strategiyasının işlənməsinin sonrakı etapı yaradıcı strategiyanın tətbiq olunmasıdır . Beləliklə, təşkilatın reklam brend strategiyası üç əsas komponentdən: strateji, kreativ və media tərkib hissələrdən yaranır. Reklam strategiyasının hazırlanması zamanı bu hissələrin bir –biri ilə əlaqəsini və onların qarşılıqlı təsirini nəzərə almalıdır. Ümumiyyətlə hər bir reklam strategiyası öz qurluşuna sahibdir .

Səmərəli reklam strategiyalarının əsas elementləri və xüsusiyyətləri

Reklam strategiyalarının öz strukturu var. Rus alimi Fedotov reklam strategiyasının əsasını aşağıdakıların təşkil etdiyini qeyd etmişdir (Федотова ,2007).Reklam strategiyasının hazırlanması zamanı insan düşünmə, təhlil etmə, şərh etmə qabiliyyətləriylə bəzənmişdir. Bu səbəbdən də digər canlılara bənzəməyən bir ünsiyyət formasına malikdir.

Firmanın reklam strategiyası işlənərkən rus alimi İvanov məlumat yayım vasitələrinə xüsusi diqqət yetirildiyini qeyd edir (Иванов , 2017). Bütün bunlarla əlaqədar olaraq F.Kotler qeyd edir ki, “Reklam kampaniyasına hazırlıq mərhələsində əksər hallarda reklam müraciətində mövcud olan məqsədi, onun tərkibini, mühakimələri və müraciətin rolunu göstərən informasiyanın ifadə edilməsi

strategiyası işlənib hazırlanır. Bundan sonra istənilən reklam müraciəti rəngarəng şəkildə reallaşa bilər.

Firmanın məişət- reklam səhnəsi, həyat tərzi, fantaziyalı mühitin nümayişi, muzikl və ya texniki ekspertiza, elmi sübutara əsaslanan ,mütəxəssis dilin dən verilən tövsiyyələr, peşəkar şəxsin zəmanəti kimi şəxsiyyət faktoru vasitəsilə obrazın yaradılması kimi təqdim oluna bilər"(F.kotler,2008).Reklamın təsir gücünü ortaya cıxaran amillərlə onun maya dəyəri arasında uygunlugu tapmalı və bu uyğunluğu qorumalıdılar . Kütləvi informasya vasitələrinin seçilməsi vaxtı bir cox marketinq amilləri nəzərə alınır. W.Robert bu amillərə aşağıdakıları aid etmişdir. (Robert , 2013).

Ümumilikdə firmanın marketinq missiyasına ümumi ,həm də müəyyən əmtəə qrupları üzrə satış həcminin müəyyən edilməsi vacibdir.Əmtəə bazarın xüsusi seqmentində satış həcmi bazarın payı, bazarda həm ümumi həm də seçilmiş mal qrupları üzrə satışın yüksəlişi aiddir(Michael & Solomon, 2012).

KİV də reklam startegiyalarının planlaşdırılması reklamverənlər üçün reklam vasitələrinin düzgün seçilməsi iki səbəbdən lazımdır:(Chiariglione , 2011).

1. Demək olarkı bütün hallarda reklamverənlərin büdcəsi limitlənmiş olur. Buna görə də reklamverənlər istənilən vasitələrdən istifadə edə bilmirlər.

2. Reklam -marketinq strategiyasının planında əsas vəzifə marketinq problemlərini yoluna qoyqa biləcək fəaliyyətin planlaşdırılmasıdır(Axundbəyli , 2016).

Bundan sonra reklam müraciəti hazırlanır. Bütün bu variantlardan daha səmərəli olanı hər iki elementin qarşılıqlı əlaqədə və uzlaşma şəraitində birgə hazırlanması ilə mümkündür. (Старкова 2013).

Bəzən elə hallar olur ki, eyni bir əmtəə müxtəlif, fərqli bazarlara çıxarılır. Həmin bazarlarda isə rəqabət şəraiti, məhsul rəqabətqabiliyyətliliyinin səviyyəsi, əhalinin həyat səviyyəsi, tələbatlarının həcmi və xarakteri, milli xüsusiyyətləri müxtəlif olur. Belə hallarda firmalar tərəfindən f ərqli olan marketinq konsepsiyasından və strategiyalarındabəhrələnmiş olması daha səmərəli hesab olunur.

Firmanın reklam strategiyaları, onun müraciət forması və yayım vasitələrinin seçilməsi də marketinq strategiyalarına və bazarın xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq hazırlanıb tətbiq olunurlar.

Azərbaycan reklam bazarındakı problemlər

Azərbaycan reklam bazarında çoxlu problemlər mövcuddur. Reklama çəkilən xərclər digər ölkələrlə müqayisədə aşağıdır. Reklam haqqında Qanun (1997-ci il) mövcuddur. Amma bu bazarın dəqiq statistikasını müəyyən etmək çətindir. Dünyada reklam şirkətləri qəzetlərlə yaxından əməkdaşlıq qururlar. Azərbaycanda bu əməkdaşlıq zəifdir, demək olar ki, qurulmayıb. Respublikada media bazarı elektron və internet mediyaya uduzur. Çap məhsullarında reklam verməyə agentliklərin marağı yoxdur. Azərbaycan reklam bazarı, mətbuat reklamı formalaşmalıdır, yazılı mətbuata daha çox əhəmiyyət verilməlidir, ona diqqət artırılmalıdır. Reklam bazarı ölkə ÜDM-nin bir faizi miqdarında olmalıdır. Dünya təcrübəsində bu belədir.

Reklam qanunvericiliyinin özündə çatışmazlıqlar mövcuddur. Hazırki reklam qanununda reklam üçün ayrılan məhsulun maya dəyərinə daxil olmalıdır. Bu xərcin maya dəyərində oturmaq şirkətlər üçün də maraqlı olacaqdır.Reklamın ölkədə problemli olması sahibkarlarla bağlıdır. Dünyanın əksər

ölkələrində milli bazadakı sahibkarlar KİV-in inkişafına öz töhfəsini veriblər. Ən az tirajla çıxan qəzetlərin, uzunömürlü olmasında, özəl şirkətlə KİV-də reklam verməyə maraqlıdırlar. Düşünürəm ki, respublikada sahibkarlarla vaxtaşırı keçirilən konfranslarda reklam problemləri də müzakirə olunmalıdır. Belə bir əlaqə sahibkarlarla medianın arasında münasibətlərin yaranmasına şərait yaradar.Ümumi məlumat üçün Açıq məkan reklam bazarının həcminin 15 milyon AZN olduğunu hesab edirik. Eyni zamanda növbəti illərdə bu rəqəmin artacagini təxmin edirik.

Beləki qlobal iqtisadiyyatın sağlamlaşması və devalvasiyanın izləri azalması bu bazara təkan verəcəkdir. Son 4 il ərzində Azərbaycanda kütləvi informasiya vasitələrində yayımlanan reklamdan gələn gəlirlərin həcmi 3 dəfədən çox azalıb, bu barədə Trend məlumat yayıb. Mətbuat Şurasının İdarə Heyətinin üzvü Azər Həsrət Sputnik Azərbaycan-a deyir ki, reklam gəlirləri əsasən çap mediasında azalıb: “Televizya və radioların reklam gəlirlərində ciddi azalmanı müşahidə etmirik.(//https://sputnik.az/radio/20190909/421661715/kiv-reklam-azalma-media.html) Xüsusən də televiziyaların reklam bazarı yetərincə intensivdir. Çap mediasında reklam gəlirlərinin azalması başadüşüləndir.

Metod

Sistemli analiz metodu tətbiq olunur, buna uyğun olaraq, problem iqtisadi inkişafla əlaqəli tarixi inkişaf baxımından təhlil edilir. Tədqiqatdahəm ümumi elmi analiz və sintez metodları, həm məntiqi analiz, həm də sorgu –anket metodu, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodlarından istifadə edilmişdir.

Təhlil

Təhlil nəticəsində secilmiş tədqiqat obyektinin , fitnes mərkəzinin məqsədli auditoriyası, potensial alıcının əsas maraqları, bu fitnes mərkəzinin əsas üstünlükləri, reklamın yayılması vasitələri, reklam müraciətlərinin səviyyəsi müəyyən edilmişdir. “Astoria Bakı” fitnes mərkəzinin SWOT təhlili aparılmışdır. Zəif və güclü tərəfləri, təhlükələr və imkanları müəyyən edilmişdir.Əsas məqsəd səmərəli reklam proqramının hazırlanmasıdır

Bütün özünün mövcudluğu dövründə Astoriya Bakının bir neçə reklamı yerli kanallarda ATV-də, ANS-də verilib. Bu reklam çox bəsit, telemətn və qaçan sətirlər formasında verilmiş reklam idi.

Son videorolik 38 saniyə davam edir və yerli kanalların birində yayımlanır. Bu rolikin qısa məzmunu “Astoriya Bakı”, “Gözəllik qurban tələb etmir” sloqanı olan reklam müştəriləri fitnes mərkəzə dəvət edirlər. 2012-ci ildə “Xəzər” kanalında “qaçan sətirli” bir reklam mətni ilə potensial müştərilərə müraciət olunur: “Əziz xanımlar, əzələlərinizə tonus verin, bədəninizi korreksiya edin, artıq kiloqramlardan qurtarın!”. Daha sonrakı reklam şüarı “Astoriya Bakı – formada olmaq asandır!” Telefon: Abonent alışında hədiyyə veririk”.

Menecerin söylədiyinə görə, bir ay ərzində abonoment alışında müştərilərə hədiyyələr verdilər – solyaridə qaralma üçün kosmetik vəsait və “Astoriya Bakı” 2015-ci il “Sabina”, “İdeal” satış mərkəzləri ilə birlikdə təqdimat təşkil etmişlər. Fitnes mərkəzdə müştərilər arasında 2016-cı ildə anket sorğu keçirilmişdir. Bu tədbirin əsas məqsədi bu mərkəzin özünün üstün və çatışmayan cəhətlərini müştərilərin özündən eşitməkdən ibarət idi. “Astoriya Bakı” Fitnes Mərkəzin bu qeydlərdən əməkdaşlarla işin yaxşılaşdırılması üçün və müəssisənin bütünlükdə fəaliyyəti üçün nəzərə alırlar.

“Astoriya Bakı”nın bütün reklam müraciətləri birdəfəlikdir. Reklam strategiyasından danışmaq ümumiyyətlə mənasızdır, yəni belə bir strategiya mövcud deyil.

Hər bir reklam müraciəti "təkdir", "birdəfəlik atəş" deyək. Yəni reklamlar bir-biri ilə əlaqəsizdir, sonrakı reklamın əvvəlki ilə bir əlaqəsi yoxdur. Yəni vahid bir strategiya yoxdur.

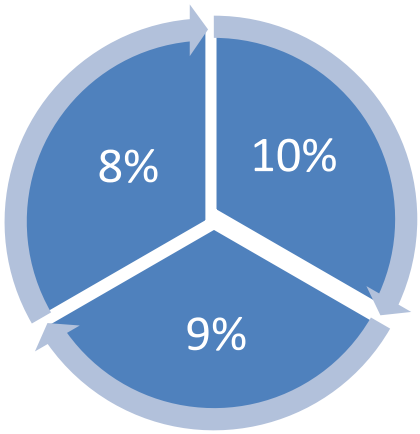
Hazırda dövrü çap məhsullarında radioda "Astoriya Bakı" reklam vermir. Reklam broşurları, bukletlər, firma açıqçaları, kalendarları buraxmırlar.

"Astoriya Bakı"nın əsas məlumat mənbəyi kimi bu mərkəzin baş saytı – internet resurslarından istifadə olunur. Bu saytda müəssisə haqqında, onun göstərdiyi xidmətlər haqqında, bütün texnologiyaların növləri haqqında, onların insan orqanizminə göstərdiyi təsirlər haqqında və ümumi firmanın göstərdiyi bütün xidmətlər haqıqnda məlumat verilir. Eyni zamanda sosial şəbəkələrdə, "İnstaqram" səhifəsində, "Facebook" səhifəsində reklamlar verilir. "Youtube"da reklamlarına rast gəlmədim. Sosial şəbəkələrdə "Astoriya Bakı" səhifəsini bəyənənlərin, bu səhifələrə baş vuranların sayı çoxdur.

Azərbaycanda, Bakıda çoxlu fitnes mərkəzlər mövcuddur. Onlar arasında müəyyən rəqabət də mövcuddur. "Astoriya Bakı" səviyyəsində Bakıda və Xırdalanda fəaliyyət göstərən fitnes-mərkəzlərin fəaliyyətinə nəzər salaq.

"Pilates Life" və "Zirvə" fitnes mərkəzlərini "Astoriya Bakı" rəqib hesab etmək olar. Bu rəqiblər 18-50 yaş əhali arasında sosioloji sorğu yolu ilə seçilmişdir. Bakıda "Hansı fitnes mərkəzləri tanıyırsınız?" sualına soruşulanların cavabına görə bu rəqiblər seçilmişdir. Sorğuda 50 nəfər iştirak etmişdir. Sorğunun nəticələrui diaqram formasında verilmişdir.

Diaqram 1. Sosioloji sorğunun nəticələri üzrə rəqib müəssisələr



10% - "Astoriya Bakı"

8 % - "Pilates Life"

9% - "Zirvə"

Mənbə:Tədqiqatçının hesablamaları

Müasir tələblərə uyğun olan Fitness Mərkəzində yuyunma və paltardəyişmə otaqları təzələnib. Xidmətlə bağlı əlavələr edilib,qonaqların rahatlığı üçün əlavə tədbirlər görülüb .

Bu iki rəqib fitness mərkəzinin göstərdiyi xidmətlərin bəziləri "Astoriya Bakı" fitnes mərkəzinin təklif etdiyi xidmətləri üstələyir. Amma "Astoriya Bakı" fitnes mərkəzində daha unikal trenajorlar,

avadanlıqlar var. Bu trenajorlar çox güclü fiziki yük tələb etmədən müştərinin öz məqsədinə çatmasını həyata keçirir.

Rəqib fitnes klubların kütləvi informasiya vasitələrində reklam istifadə etmələrinin üsulları və intensivliyi cədvəl 1-də göstərilib.

Cədvəl 1:Rəqiblərin istifadə etdikləri reklam vasitələri

№	Reklam vasitələri	"Pilates Life"	"Zirvə"
1.	İnternet-saytları	+	+
2.	Telereklam	+	-
3.	Radio reklam	-	+
4.	Bayır reklamı	+	-
5.	Çap məhsullarında reklam	-	-

Mənbə:Tədqiqatçının hesablamaları

Göstərilən reklam növləri əsas reklam elementləridir. Bu cədvəli tərtib edərkən aşağıdakı işlər görülmüşdür:

1. İnternet şəbəkə resursları təhlil edilmişdir.

2. Televiziyada reklam xülasəsi.

3. Radiostansiyaların dinlənilməsi

4. Bayır reklamının xülasəsi

Astoriya Bakı" fitnes Spa mərkəzinin babek.astoria-Fitnes.com saytı var.

"Astoriya Bakı" Fitnes Mərkəzinin vizual imicinin müasir standartlara uyğunluğu istiqamətində yaranan təəssüratlar belə oldu: Son 10 ildə marketinq reklam fəaliyyətində yeni istiqamət yaranmışdır. Marketoloqlar ənənəvi ATL reklamlarla yanaşı olaraq (Above the Line), BTL (below the line) reklam kanallarından da istifadə edirlər. BTL reklamın başqa adı birbaşa reklamdır. Bəzən elə olur ki, müştəri ilə birbaşa reklam idi. Bəzən elə olur ki, müştəri ilə birbaşa ünsiyyət qurmaq tələb oluna bilər. Məhz bu səbəbdən müştərilər üçün əlçatan olmağa şərait yaradan platformalardan istifadə etməyə zərurət yaranır. Bu nöqteyi-nəzərdən sosial mediyanın rolu danılmazdır. "Astoriya Bakı" fitnes mərkəzinin saytı kifayət qədər müasir standartlara uyğun hazırlanmışdır. Mərkəz haqqında məlumatları sayt vasitəsilə əldə etmək mümkündür. Hal-hazırda uşaqlar üçün kompaniyanın elanları yerləşdirilmişdir

Mərkəzin Facebook və instaqram platformalarındakı aktivləri də qənaətbəxş hesab edilə bilər. İzləyici sayının çoxluğu (Facebookda 10000-ə yaxın, instaqramda 3000-dən çox yaxşı göstərici hesab olunsa da, paylaşılmış postlar professional formada hazırlanmamışdır. Hesab edirəm ki, kifayət qədər böyük bir mərkəzin sosial mediyada imici də detallara diqqət yetirilərək hazırlanmalıdır. Postlara olan reaksiyanı müəyyənləşdirmək üçün rəylərə nəzər salmaq istədim. Amma istifadəçilərin aktiv olmadığı təəssüratı yarandı. "Sponsorlu reklamlar" vasitəsilə daha böyük hədəf kütləyə çatmaq mümkündür. Potensial müştəriləri real alıcıya çevirmək üçün internet resuralarının bizə açdığı imkanları dəyərləndirməli və sosial mediya platformasından da effektli istifadə etməliyik. İnternet icmasında yaşadığımı nəzərə alaraq istifadəçilərin dolğun informasiyaya ehtiyacı olduğunu unutmamalıyıq.

"Astoriya Bakı" fitnes mərkəzinin xarici və daxili mühitinin rahat tədqiqatı üçün SWOT analizi aparmaq vacibdir. Belə bir analiz fitnes mərkəzin güclü, zəif, eyni zamanda bu mərkəz üçün təhlükə

və imkanları müəyyən etməyə imkan verir. Belə analiz mərkəzin potensialını qiymətləndirməyə imkan verir. Cədvəl 2. -də "Astoriya Bakı"nın SWOT analizi verilib.

Cədvəl 2:"Astoriya Bakı"nın SWOT analizi

Fitnes mərkəzin güclü tərəfləri	Fitnes mərkəzin zəif tərəfləri
1. Unikal avadanlıq və müasir texnologiya.	1. Dayanacaqdan xeyli aralı olması.
2. İstənilən, arzu edilən vaxtda məşğələlərə yazılması, növbənin olmaması.	2. Zəif marketinq.
3. Ağır yük salmadan maksimal nəticələrin alınması imkanları.	3. Aydın strateji istiqamətin olmaması.
4. Mərkəzin böyük təcrübəsi.	4. Zəif reklam strategiyası.
5. Yüksək keyfiyyətli xidmətş	
Təhlükələr	**İmkanlar**
1) Yeni texnologiyalar	1) Bazar seqmentinin payının artması.
2) Rəqabət.	2) Məqsədli auditoriyanın genişlənməsi.

Mənbə:Tədqiqatçının hesablamaları

Nəticə

Yuxarıdakı məlumatlardan belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, Astoriya Bakı" fitnes mərkəzi üçün müştəri axınını təmin etmək üçün rəqabəti gücləndirmək üçün reklam kompaniyası işləmək vacibdir.

Tədqiqatın əsas nəticələri ondan ibarət oldu ki, mərkəzin marketinq xidməti zəifdir, aydın strateji istiqamətləri yoxdur, reklam strategiyası zəifdir, rəqiblər çoxdur.

Aparılan anket sorğunun nəticələri fitnes mərkəzinin brend tanıtımının zəif olduğunu, rəsmi saytın keyfiyyətsiz idarə edildiyi, müştərilərin cəlb edilməsi üçün seqmentləşmənin, hədəflənmənin zəif olduğunu, reklamlarda cəlbediciliyin az olması ortaya çıxdı.

SWOT analizdən görünür ki, "Astoriya Bakı" əsas və üstün güclü tərəflərə malikdir ki, bunlar geniş potensial alıcı əhatəsinin cəlb etmək imkanı, məqsədi bazarın genişləndirilməsidir. Bunu isə fitnes mərkəzin marketinq və reklam strategiyasının dəqiq aparılması ilə əldə etmək olacaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azər Həsrət:"Televizya və radioların reklam gəlirlərində ciddi azalmanı müşahidə etmirik: //https://sputnik.az/radio/20190909/421661715/kiv-reklam-azalma-media.html
2. Bailyn E. SEO Made Easy: Everything You Need to Know About SEO and Nothing More, Que Publishing, 2013, 256s.
3. Chiariglione L. The MPEG Representation of Digital Media, Springer Science and Business Media 2011, 274p
4. Старкова Н., (2013) "Маркетинговые коммуникации и организация рекламной деятельности", 417 с.
5. Федотова Л.Н., (2007) «Социология рекламной деятельности». М., 312 с.
6. Hackley C., and Hackley R. A.,(2018)."Advertising and promotion" 4th edition, 109 p.
7. Kotler F. "Principles of marketing" Rai Techonlogy University, 740 p. 2013
8. KİV-də sponsor reklamı ilə bağlı qaydalar dəyişir //https://strateq.az/media/247655/kiv-d%C9%99-sponsor-reklami-il%C9%99-bagli-qaydalar-d%C9%99yisir
9. Michael.L., Solomon (2012). "Advertising Campaigns:Start to Finish(v.1.0)", 503 p.
10. Robert W. (2013), "Advertising Planning" U.S.A.:Prentice-Hall Inc.
11. Radio və tv reklam// https://sharafmedia.az/az/xidmetlerimiz/radio-tv-reklam/
12. Zaur Zahidoğlu , Ən müxtəlif reklam vasitələrində Azərbaycan sevgisi. //Bakı: xəbər.-2011.- 18 may.- S. 1
13. 769-IQ - Kütləvi informasiya vasitələri haqqında - E-qanun //www.e-qanun.az › framework
14. http: //babek.astoria.Fitnes.com//.

15. https://www.aaafpark.com/aaaf-parkda-zirve-fitness-spa-merkezi/
16. www.pilateslife.az

Müasir Dövrdə Reklam Menecmentinin İnkişaf Yollarinin Tədqiqi

Cavahir Mustafayeva

cavahirmustafayeva0@gmail.com

Xülasə

Məqalədə səmərəli reklam fəaliyyətinin təşkili müəssisənin satış həcminin artırılmasında güclü bir vasitə kimi tətqiq olunmuşdur. Məhz bu baxımdan müasir dövrdə reklam və onun idarə olunmasının tədqiqinə böüyk ehtiyac yaranmışdır. Reklamın tədqiqi dedikdə, reklam vasitələrinin və üsullarının seçilməsi, onların əvvəlcədən yoxlanılması, həmçinin reklam fəaliyyətinin təsir səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi nəzərdə tutulur.Reklama ideyaları, məhsulun və ya xidmətin xüsusiyyətlərini istehlakçıların tələb və ehtiyaclarının dilinə çevirməyə çalışan kommunikasiya forması kimi baxmaq olar. Onu da qeyd edək ki, bizim gördüyümüz və eşitdiyimiz reklam elanları bir çox tədqiqatların, strateji planların, taktiki qərarların və konkret İşlərin son məhsuludur və bunlarm cəmi reklam prosesini yaradır.Marketinq və reklamın müasir inkişafı bu sahənin daha da dərindən tədqiq olunmasına tələbat yaradır.Reklam məqsədli marketinq sisteminin bir hissəsidir və ona ayrıca baxılması mümkün deyildir. Müasir müəssisənin idarəetmə sisteminin əsasım firmanın məqsədlərini onun bazardakı davranış strategiyalarına çevirən marketinq təşkil edir. Müəssisənin marketinq strategiyalarının birbaşa davamı və vizual ifadəsi kimi bilavasitə istehlakçıya yönəlmiş reklam fəaliyyəti çıxış edir.Bütün bu qeyd edilənlər və ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətinin mühüm ünsürü kimi çıxış edən reklamın inkişafının ilkin mərhələdə olması, onun çox aspektliliyi, nəzəri və praktiki tərəflərinin kifayət qədər öyrənilməməsi məqalə mövzusunun seçilməsinə əsas vermişdir. Məqalənin məqsədi ölkəmizdə fəaliyyət göstərən təşkilatların marketinq strategiyalarından baza kimi istifadə edərək müəssisənin səmərəli reklam fəaliyyətinin planlaşdınlmasmm nəzəri və metodiki əsaslarını işləyib hazırlamaq və elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyyələr formalaşdırmaqdan ibarətdir.

Açar Sözlər:Reklam, İnkişaf, Menecment

Giriş

Müasir dövrdə Azərbaycan Respublikası yer üzündə iqtisadi tərəqqi tempinə görə lider ölkədir. Ölkəmizin xarici ticarət əlaqələri intensiv olaraq genişlənir və transmilli müəssisələrin Azərbaycan Respublikasına iri sərmayələrinin axını müşahidə edilməkdədir. Ölkəmizdə sahibkarlıq müəssisələrinin ərsəyə gəlməsi və tərəqqisi zamanla daha çox sürətlənməkdədir. Bu müəssisələrin bazara nüfuz etməsi və rəqabətə davamlı olması marketinq fəaliyyətindən və reklamdan asılı olur. Reklam isə marketinqin əsas tərkib hissəsidir, firmanın rəqabət qabiliyyətinin artmasının əsas vasitəsidir.

Səmərəli reklam fəaliyyətinin təşkil edilməsi müəssisənin satış tutumunun artırılmasında xüsusi bir vasitədir. Bu nöqteyi-nəzərdən günümüzdə reklam və onun idarə edilməsinin araşdırılmasına xüsusi ehtiyac ortaya çıxmışdır. Reklamın öyrənilməsi dedikdə, reklam vasitələrinin və metodlarının müəyyən edilməsi, onların daha qabaqcadan nəzərdən keçirilməsi, o cümlədən, reklam fəaliyyətinin təsir əlverişliliyinin dəyərəndirilməsi başa düşülür.

Marketinq və reklamın yeni tərəqqisi bu sektorun öyrənilməsinə tələbat yaradır. Reklam məqsədi ilə yaradılan marketinq sisteminin bir hissəsidir və ona təklikdə baxılması qeyri-mümkündür. Yeni müəssisənin idarəetmə sisteminin təməlini firmanın məqsədlərini onun satış mərkəzindəki davranış strategiyalarına çevirən marketinq əhatə edir. Şirkətin marketinq strategiyalarının davamı və vizual ifadəsi olaraq istehlakçıya istiqamətlənmiş reklamı fəaliyyəti götürülə bilər.

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının

nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, qrafiki təhlil, statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə, məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.Tətqiqatın obyektini turizm müəsisələri təşkil edir.

Analiz

Reklam fəaliyyətinin nəzəri əsasları

Reklam - termin Latınca "reklamare" - "ucadan qışqırmaq" və ya "xəbərdar etmək" sözündəndir (qədim Yunanıstanda və Romada elanlar yüksək səslə və ya meydanlarda və digər izdihamlı yerlərdə oxunurdu). Reklamın mahiyyətini öyrənərkən reklam anlayışını da vermək lazımdır. Reklam fəaliyyəti bazar fəaliyyətinin bir növüdür, nəticəsi bir reklamverən və distribyutorun xidmətləri vasitəsilə hədəf alıcının istədiyi cavabı verə biləcək şəkildə ödədiyi bir reklam məhsuludur. Bundan əlavə, reklam əsas fəaliyyət olan bazar subyektləri baxımından nəzərdən keçirilir. Marketoloqların, reklam qurumlarının, rejissorların, ssenaristlərin, dizaynerlərin, psixoloqların, sosioloqların, fotoqrafların və digərlərinin fəal iştirak etdiyi dərin düşünülmüş və elmi şəkildə təşkil olunmuş bir prosesdir.Reklamın əsas sahələri bunlardır: iqtisadiyyat, məişət xidmətləri, intellektual xidmətlər, əyləncə, ekologiya, ailə və şəxslərarası münasibətlər, siyasət, xeyriyyəçilik və s.Lakin reklamın ən çox yayılmış sahəsi ticarət reklamıdır, reklamın mövzusu mallar, ticarət müəssisələri və bu müəssisələrin göstərdiyi xidmətlərdir. Mahiyyət etibarilə kommersiya reklamı malların istehlak xüsusiyyətləri və malların satışını müşayiət edən müxtəlif xidmətlər barədə məlumatların məqsədyönlü şəkildə yayılması, populyarlıq yaratmaq, mal və xidmətlərə tələbat yaratmaq və satışlarını artırmaq üçün istehlakçıları özünə cəlb etməkdir.

Reklam, istehsal olunan məhsulların fasiləsiz satışını təmin etmək olan marketinq marketinqinin bir hissəsidir. Reklam istehlakçının keyfiyyəti, xassələri, çeşidi, istifadə qaydaları (istismarı), istehlak və mallar və xidmətlər barədə digər məlumatları dəqiq və düzgün şəkildə məlumatlandırmalıdır. Bu reklam funksiyası malların daha səmərəli istehsalına və əhalinin tələbatını daha yaxşı ödəməsinə şərait yaradır.

Reklamın vəzifələri, potensial istehlakçılara mal və xidmətlər, onların xüsusiyyətləri və satış şərtləri və istehsalçı firmalar haqqında məlumat verməkdir. Reklam məqsədləri məqsədlərin məzmununu açır, bunun əsasında onları üç növə bölmək olar: (Kozak, Nazmi, 2016: s.142)

- cəlbedici (auditoriyanın diqqətini şirkətə və onun mallarına və xidmətlərinə cəlb etmək);
- etimad (müştərinin şirkət markasına və məhsullarına sadiqliyinə səbəb olmaq);
- həvəsləndirici (reklam olunan şirkətin mallarını seçən istehlakçının xeyrinə əsaslandırılmış, sübutlu arqumentlər vermək)

Bundan əlavə, üç növ əsas reklam tapşırıqları mövcuddur:

- kommersiya (satış təşviqi, satış artımı, artan mənfəət, sürətlənmiş dövriyyə, sərfəli tərəfdaşların axtarışı);
- qeyri-kommersiya (siyasi məqsədlərin həyata keçirilməsi, mənəvi prinsiplərin gücləndirilməsi, təbiətin qorunması, xəstəliklərin azaldılması, ictimai təşkilatların və dini tədbirlərin dəstəklənməsi və s.);
- görüntü (məhsulun, şirkətin, onun nüfuzunun imicini formalaşdıran).

Bazar, reklam kanalları vasitəsi ilə istehsalçının hərəkətləri haqqında məlumat alaraq, təşviqedici və ya həyəcanlandıran məlumatları, xüsusən də paylayıcı şəbəkənin müxtəlif səviyyələrindən - satış agentlərindən, topdansatış və pərakəndə satış yerlərindən və istehlakçılardan gələn məlumatlar yaradır. Bundan əlavə, istehsalçı özünə lazım olan məlumatları məlumatla işləyən ixtisaslaşmış təşkilatlardan - müştərilərinə hazır araşdırmalarla təmin edən dərnəklərdən, institutlardan, agentliklərdən, habelə satışa birbaşa və ya dolayı təsir edən amillər haqqında məlumatları ehtiva edən tövsiyələrdən alır.

Beləliklə, istehsalçı təsir edə biləcəyi nəzarət edilən amillər və marketinqin həyata keçirildiyi mühitin təsiri nəticəsində yaranan xarici və nəzarətsiz amillər haqqında məlumat alır. Bu nəzarətsiz amillər müəyyən bir ölkədə, dövlət və ictimai qurumlarda mövcud olan siyasi, iqtisadi, hüquqi şərtlərin, mədəniyyətin səviyyəsi və spesifikliyi, əhalinin milli xüsusiyyətləri və s. və reklam kampaniyalarını inkişaf etdirərkən nəzərə alınmalıdır.(Nəsibov V.N, 2014)

Nəticədə bazar haqqında məlumat və istehsalçının hərəkətlərinə reaksiya marketinq xidmətində və ya onunla işləyən ixtisaslaşdırılmış marketinq təşkilatında toplanır. Bu məlumatlara əsasən yeniləri hazırlanır və köhnə reklam kampaniyaları düzəldilir, həmçinin müəyyən məhsullar üçün reklam məhsullarının nümunələri təqdim olunur.

Müəssisənin reklam strategiyaları

Müəssisənin strategiyalarının formalaşdınlmasma müxtəlif müəlliflərin yanaşmalarının nəzərdən keçirilməsi, bizə alınmış nəticələri uyğunlaşdırmağa imkan verir (cədvəl 1.).

Cədvəl 1.Müxtəlif müəlliflərin fikirlərinə uyğun reklam agentliklərinin strategiyalarının tərkibi

Strategiyanın Tərkibi Müəlliflər	Məqsəd lər	Resurs-ların tə-mərküzü	Elastik lik	Liderin olması	Konkret perspek tiv	Strategi yanın potensialı	İstiqamə-tin vari-anthlığı,
C.Kvın	+	+	+				
Q.Mintsberq	+	4-	4-	+	+		
J.J.Lamben	+	+	+		+		+
V.V.Saliy	+	+	+	4*	4“	+	

Mənbə: Hacıefendioğlu, Ş.N ., (2018), ss. 6

Bu yanaşmalar arasındakı fərqləri görməklə, müəssisənin strategiyası ilə reklam strategiyası arasında olan qarşılıqlı əlaqə haqqında nəticə çıxartmaq mümkün olur. Bizim fikrimizcə, müəssisənin strategiyalarının formalaşdınlmasma dair təklif edilən yanaşmalar müəssisənin maddi resurslarının uçotundan tutmuş strategiyanın potensialının üzə çıxarılmasına qədər olan bir prosesi əhatə edir. Lakin bütövlükdə götürdükdə, bu yanaşmaların müəyyən ümumi tərəfləri də vardır. Bu, aşağıdakılarla izah olunur: (Hacıefendioğlu, Ş.N , 2018: s.12).

1. Müəssisənin strategiyası bütöv strategiyalar kompleksidir. O, Özündə maliyyə, hüquqi, təşkilati və marketinq strategiyalarını birləşdirir.

2. Müəssisənin strategiyası həmişə rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına istiqamətlənmişdir.

3. Müəssisənin strategiyası müəssisənin mövcud resurslarına (insanlara, maliyyəyə, zaman müddətinə və s.) uyğun olaraq formalaşdırılır.

4. Strategiya, xarici mühitin təsirinə kifayət qədər elastik olmalıdır.

Kompleks yanaşma baxımından reklam marketinqin funksiyalarına tabedir. Bu, seçilmiş marketinq strategiyalarına müvafiq olaraq reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması prosesində bilavasitə aşkarlanır.Qısa və dəqiq şəkildə ümumiləşdirilmiş bu nəticələr reklam strategiyalarının formalaşdırılmasmda və müəssisənin reklam fəaliyyətinin köməyilə rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasında tətbiq oluna bilər. Bu dediklərimizi daha ətraflı nəzərdən keçirək. Müəssisənin strategiyalar kompleksinin tərkib hissələri reklam fəaliyyətinin təşkilinə və planlaşdırılmasma bilavasitə təsir göstərir: maliyyə strategiyası reklama çəkilən maliyyə xərclərinin ölçülərini, təşkilatı strategiya isə müəssisənin strukturunda marketinq xidmətləri bölmələrinin mövcud olmasını nəzərdə tutur.

Reklam agentliklərinin rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına reklam fəaliyyətinin etdiyi təsirdən danışdıqda, rəqabət üstünlüyünü iki yerə - daxili (müəssisə istehsal və ya idarəetmə xərclərində üstünlüyə malikdir, yəni əmtəənin maya dəyəri rəqiblə müqayisədə daha aşağıdır) və xarici - (istehlakçının qəbul etməsini nəzərdə tutan) ayırmaq lazımdır. Müəssisənin xarici rəqabət üstünlüyünə reklam fəaliyyətinin təşkili və planlaşdırılması nəticəsində nail olunur. Məhz reklam fəaliyyəti məqsədli istehlakçının şüurunda müəssisənin mövqeləşdirilməsinə imkan yaradır.Deməli, strateji planlaşdırmanın məqsədi - uğurlu inkişafa və rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına istiqamətlənmiş, bazarda kompaniyanın normal fəaliyyət göstərməsi üçün əlverişli şərait yaratmaqdır.

V.Saliy və Z. Saliy müəssisənin inkişaf strategiyalarının hazırlanmasında strategiyalara bir məharət, bacarıq kimi baxmışlar və strategiyanın potensialı anlayışını yaratmışlar. «Bu, müəyyən olunan məqsəd və vəzifələrə uyğun olaraq kompleks vasitələrlə təşkilatın rəqabət üstünlüyünün əldə olunması uğrunda olan hərəkətlərin ardıcıllığı ilə rəqabət aparmaq bacarığıdır». Bu tərif inkişafın məqsədlərini açıqlayır, qəbul olunan qərarların kompleks xarakterli olmasını əks etdirir, habelə hərəkətlərin həyata keçiriləcəyi məkanı və strategiyaların nisbi xarakterini müəyyən edir. (Dadaşov A., 2016: s.59).

Buradan belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, bir neçə kompaniya eyni strateji yanaşmaya malikdirsə, yüksək əminliyə, inama və daha güclü strategiya potensialına sahib oan kompaniya bazarda qalib gələcəkdir. Bir çox alimlərin müəssisənin marketinq strategiyaları sahəsində olan elmi təcrübələrini ümumiləşdirərək, aşağıdakı nəticələri çıxarmaq olar (Batra R.A,2014).

Reklam agentliklərinin marketinq strategiyaları kompleksinin tərkibini istiqamətlərinə görə bir-birindən fərqləndirmək olar (cədvəl 2.): bazar, müəssisə, əmtəə, istehlakçılar və rəqiblər haqqında olan strategiya.Marketinq strategiyalarının həyata keçirilməsi kompleks xarakter daşıyır, bazar haqqında olan strategiyanın seçilməsi bütün marketinq strategiyalarının seçilməsinə təsir göstərir. Bunların (bazar, rəqiblər, istehlakçı, müəssisə və əmtəə haqqında olan strategiyaların) məcmusu marketinq strategiyaları meydanı adlandırılır.Marketinq strategiyaları kompleksinin hər bir tərkib hissəsi müəssisənin reklam strategiyalarının formalaşmasına təsir göstərir. Reklam strategiyalarım da marketinq strategiyaları kimi bazar, rəqiblər və istehlakçı haqqında olan strategiyalara ayırmaq olar.

Cədvəl 2. Reklam agentliklərinin marketinq strategiyaları kompleksi (marketinq strategiyaları meydanı)

Strategiyaların istiqaməti	**Strategiyaların həyata keçirilməsi**
Bazar haqqında olan	Daha çox bazarlar Bazarın daha çox payı Böyük satış həcmi
Firma haqqında olan	İntensiv artım İnteqral artım Diversifikasiyalı artım
Əmtəə haqqında olan	Dıfferensasiya İxtisaslaşdırma Diversifikasıya Əmtəənin istifadə sahələrinin genişləndirilməsi
İstehlakçılar barəsində olan	Reklam Satışın stimullaşdınlınası Şəxsi satış İctimaiyyətlə bağlılıq
Rəqiblər haqqında olan	Bazarın liderlərinin strategiyaları Lider olmaq istəyənlərin strategiyaları Tərəfdarlar üçün olan strategiyalar İmkansızlığa uyğunlaşma

Mənbə: Hacıefendioğlu, Ş.N (2018), s. 6

Reklam agentliklərinin marketinq strategiyalarının formalaşdırılmasına aid olan elmi yanaşmaları araşdırdıqda məlum olur ki, tədqiqatçılar istehlakçılarla marketinq kommunikasiyası strategiyasına bir o qədər əhəmiyyət vermirlər. Bazar, əmtəə, rəqiblər haqqında olan marketinq strategiyalarının öyrənilməsinə böyük maraq, marketinq kommunikasiya strategiyasının hazırlanması ilə bağlı məsələni bir qədər kölgədə qoymuşdur. Bu məsələnin həllini iqtisadçılar marketoloqların, marketoioqlar sosioloqların, sosioloqlar isə psixoloqların üzərinə yönəldir. Müəssisənin reklam fəaliyyətinin planlaşdırılmasımn mürəkkəbliyi reklam strategiyalarının bir tərəfdən müəssisənin marketinq strategiyalarına, digər tərəfdən isə məqsədli bazarın sosioloji və psixoloji xarakteristikalarına əsaslanması və istehlakçılara müraciət edilməsi ilə bağlıdır. Bu tədqiqatda marketinq yanaşılması mövqeyindən müəssisənin reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması metodikasının yaradılmasına, bazarın seqmentləşdirilməsi əsasında məqsədli auditoriyanın seçilməsinə, reklam fəaliyyətinin təşkili və planiaşdırılmasına birbaşa təsir göstərən marketinq strategiyaları meydanının müəyyən edilməsinə təşəbbüs göstərilir.

Statistika

2018-cıi ildə Azərbaycanda nəşr edilən qəzet və jurnalların reklamdan gəlirləri cəmi 149 min manat və ya 90 min dollar olub. Halbuki, 2017-ci ildə bu rəqəm 9,4 dəfə çox - 1 milyon 408 min manat idi.

Cədvəl 3. Reklam fəaliyyətinə dair əsas göstəricilər (2015-2018)

	2015	**2016**	**2017**	**2018**
Məhsulun satışından və xidmətlərin göstərilməsindən əldə olunan gəlir, min manatla	62 848,4	43 483,0	44 400,3	51 183,5
o cümlədən:				

reklam fəaliyyətindən	55 850,9	43 424,9	44 336,3	51 111,2
ondan:				
reklam informasiyasının hazırlanmasından	14 228,9	15 769,6	13 196,7	12 434,8
reklamın yerləşdirilməsindən	8 577,1	10 206,1	14 626,7	18 412,2
reklamın yayımlanmasından	33 044,9	17 449,2	16 512,9	20 264,2
ondan:				
küçədə və yol ətrafı zonalarda yayımlanan reklamdan	3 792,8	4 230,2	9 870,8	9 866,4
ictimai nəqliyyat vasitələrində yayımlanan reklamdan	3 283,0	2 306,7	1 957,3	2 650,6
kütləvi informasiya vasitələrində yayımlanan reklamdan	25 969,1	10 912,3	4 684,8	7 747,2
ondan:				
televiziyada	19 836,0	8 036,2	3 450,6	6 912,4
radioda	3 094,3	1 479,4	701,8	360,2
internetdə	1 565,6	1 247,7	352,8	474,5
qəzet və jurnallarda	1 408,7	149,1	44,6	0,1
poçt göndərişlərində	64,5	-	135,0	-
Məhsul(xidmət) istehsalına çəkilən xərclər, min manat	60 945,7	40 237,6	37 649,5	44 695,7
ondan:				
reklam fəaliyyəti üzrə	53 499,6	36 580,9	37 464,3	40 526,3
Reklam xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə dair bağlanmış müqavilələrin sayı, vahid	5 712	6 240	5 469	8 858
Bağlanmış müqavilələrin dəyəri, min manatla	51 674,0	37 056,7	37 202,3	40 210,6

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/catering/ (01.01.2019)

Dövlət Statistika Komitəsinə istinadən xəbər verir ki, teleşirkətlər 2018-ci ildə 11,8 mln. manat itirib. 2017-ci ildə onların reklam gəlirləri 19 mln. 836 min manat, 2017-cı ildə 8 mln. 36 min manat olub. Radioda 1 mln. 479 min manatlıq (azalma 1 mln 615 min manat), internet resurslarda 1 mln 247 min manatlıq (-318 min manat) reklam verilib.

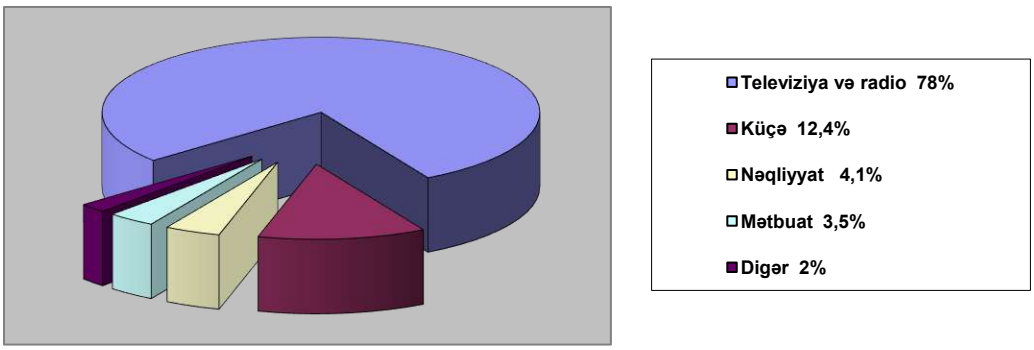
Cədvəl 4. Reklam gəlirləri (2016-2018)

Min manatla,	**2016**	**2017**	**2018**
Kütləvi informasiya vasitələrində yayımlanan reklamdan əldə olunan gəlir	25 322,9	25 969,1	11 226
televiziyada	22 665,9	19 836,0	8 360
radioda	1 376,0	3 094,3	1 479
internetdə	775,2	1 565,6	1 247

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/catering/

Son illər ölkəmizdə reklam fəaliyyətinin inkişafı və reklam bazarının genişlənməsi nəticəsində ölkəmizdə biznes strukturlarına geniş spektrli reklam xidmətləri göstərən bir çox yerli və xarici reklam agentlikləri fəaliyyətə başlamışdır. Ümumi olaraq qeyd etmək olar ki, bu gün Respublikamızda reklam fəaliyyəti ilə məşğul olan 100-dən çox şirkət mövcuddur. Bu şirkətlərin böyük əksəriyyəti küçə, nəqliyyat və çap sahəsində reklam fəaliyyəti göstərirlər. Bütün kreativ fəaliyyəti təşkil edən reklam agentlikləri isə olduqca azlıq təşkil edirlər.Həmçinin, qeyd etmək lazımdır ki, bu gün Azərbaycan reklam bazarında ən çox pul televiziya və radio reklamına sərf edilir. İkinci yerdə küçə, daha sonra isə nəqliyyat reklamları durur. Dördüncü yerdə isə mətbuat reklamı dayanır. .

Şəkil 1. Azərbaycanda reklam bazarının strukturu



Mənbə: https://www.stat.gov.az/

Bu gün ölkəmizdə reklam büdcəsinin əksər hissəsini televiziya və radio reklamına sərf olunan vəsaitlər təşkil edir. Digər reklam vasitələrindən isə televiziya ilə müqayisədə çox az istifadə olunur. Ölkədə marketinq araşdırmaları ilə, eləcə də, telekanalların reytinqini ölçməklə məşğul olan əsas şirkət sayılan SİAR şirkətinin Media Tədqiqatlar Departamentinin məlumatına görə 2018-ci ildə Azərbaycan Teleradio məkanında reklama 700 min 211 reklam yerləşdirilib, kanallar bu reklamlardan 196 milyon 627 min 124 dollar gəlir əldə edib. Telekanalların ən baxımlı saatları saat 16.00-dan 24.00-a qədərdir. Reklamların 410 min 759-u məhz həmin saatlarda efirdə yerləşdirilib.

Reklamın strateji idarə edilməsində reklam agentliklərinin inkişaf perspektivləri

Ölkə iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə keçirilməsi iqtsadi münasibətlərin subyektləri qarşısında iqtisaadiyyatın idarə edilməsinin yenidən qurulması sahəsində bir sıra problemlərin həll edilməsi məsələsini qoymuşdur. Bu məsələlərə, hər şeydən əvvəl, müəssisələrin fəaliyyətinin bazar sferasının yaradılması və inkişaf etdirilməsi məsələsi aiddir. Bura da maketinq konsepsiyasının, xüsusən də onun kommunikasiya sisteminin işlənib hazırlanması və tətbiqi aiddir. Marketinqin kommunikasiya sistemi özündə məhsulların mövqeləndirilməsini, yayımını, birbaşa və interaktiv marketinqi, ictimaiyyətlə əlaqənin təşkili və satşın həvəsləndirilməsi ilə yanaşı reklamı birləşdirir. Kommunikasiya sisteminin, o cümlədən reklamıın təşkilində və həyata keçirilməsində məqsəd istehlakçılara, onların alış motivlərinə və davranışına təsir etməklə məhsullara (xidmətlərə) tələbat yaratmaq və bunun sayəsində satışın həcminin artırılmasına nail olmaqdır. Başqa sözlə desək, bu sistem vasitəsi ilə marketinqin «məhsul yaratmısansa ona tələbatda yarat», «bazara aktiv təsir etmə» prinsipini reallaşdırmaq mümkün olur.

Reklamın bu cür geniş yayılmasına baxmayaraq onun vahid tərifi yoxdur. Tədqiqat işində, biz, reklam - mövcud olanları (əmtəə, xidmət, ideya, təşkilat, şəxs və s.) olduğu kimi, yaxud olduğundan daha yaxşı təsvir etməklə insanlarda onlara qarşı xoş münasibət yaratmağa xidmət edən və bu münasibətə müvafiq hərəkətlər etməyə (almaq, səs vermək, ianə vermək və s.) sövq edən pullu kommunikasiya forması kimi qəbul edəcəyik.

Reklam agentliklərində reklam fəaliyyətinin təşkili və onun idarə edilməsi müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması prosesinin ən vacib mərhələsi hesab olunur və onun strategiyasının ümumi kompleksi ilə əlaqələndirilir.

Reklam agentliklərinin strategiyasının formalaşdırılması məsələsinə bir çox yerli və xarici ölkə alimləri müraciət etmişlər. Əgər strateji planlaşdırma ideyalarının axtarılması üzrə bizim təhlil etdiyimiz bütün mənbələri birləşdirməyə cəhd etsək, onda görərik ki, belə planlaşdırmanın əsas ideyası kimi müəssisənin xarici mühit şəraitinin dəyişməsinə ardıcıl surətdə uyğunlaşdırılması, hər hansı bir istehsal və bütövlükdə idarəetmə sisteminin təşkili ilə bağlı məsələlərin həllinə məqsədli yanaşılması ideyası çıxış edir.

Nəticə

1. Reklam reklamverici tərəfindən təqdim olunan ideya, xidmət, məhsul haqda inandırıcı xarakter daşıyan və pullu informasiyanın müəyyən vasitələrlə şəxsiyyətin göstərilməməsi ilə verilməsi prosesidir.

2. Reklam sahəsində olan strateji məsələləri daha səmərəli həll etmək məqsədi ilə biznes və məhsulun xüsusiyyətləri haqda dəqiq təsəvvürə malik olmaq, kompaniyanın güclü və zəif tərəflərini bilmək, bazar haqqında informasiyaya sahib olmaq, onun təklif etdiyi imkanları bilmək, habelə bazardakı fəaliyyətin problemlərini təsəvvür etmək (buna SWOT analiz deyilir) çox vacibdir. Reklam kompaniyasının büdcəsini, kompaniyada işlənmiş reklam vəsaitlərinin müddətlərinə uyğun olaraq planlaşdırılması vacibdir.

3. Digər bütün fəaliyyət növləri kimi reklamın da müvəffəqiyyətinin əsasını keyfiyyətli və peşəkar idarəetmə təşkil edir. Reklam menecmenti (reklamın idarə edilməsi) reklamın müasir mərhələdə hərtərəfli inkişafının səmərəli amilidir. Firmanın hər bir inkişaf mərhələsində müxtəlif tip satış menecmentindən (texnoloji, maliyyə, korporativ, funksional və s.) istifadə edilir. Reklam menecmentinə - reklam kampaniyasının həyata keçirilməsinin hər bir mərhələsində onun təşkili, koordinasiyası və idarə edilməsi üzrə məsələlər daxildir.

4. Ümumi halda reklam menecmentini digər insanların intellektindən və davranış motivlərindən, əməkdən istifadə etmək yolu ilə qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün olan bir elm və incəsənət növü kimi təsəvvür etmək olar. Menecment insanlara hər hansı bir məqsəd üçün istiqamətlənmiş təsirdir və burada məqsəd qeyri-mütəşəkkil elementlərin istehsalın gücünə və səmərəliliyinə çevrilməsidir. Başqa sözlə desək, menecment - insanların elə imkanlarıdır ki, bunun köməyi ilə liderlər resurslardan istifadə edərək təşkilatın strateji və taktiki nailiyyətlərini əldə edirlər.

Satış menecmentinin əsas istiqaməti - planlaşdırılma və qərarların qəbul edilməsidir, Planlaşdırma və qərarların qəbul edilməsi prosesi reklamvericinin qarşılaşdığı vəziyyətin tam təhlil edilməsindən və marketinq strategiyalarının hazırlanmasından başlayır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/
2. Dadaşov A. (2016), Kütləvi informasiya vasitələrində reklam və marketinq problemləri. Bakı: BUN,1- 106
3. Nəsibov V.N. (2014), Müəssisənin reklam fəaliyyətinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi / ‘‘Maliyyə və uçot” jurnalı № 10. Bakı, 25-32
4. Gülmez, M., (2017) Reklamcılıktaki Etkiler Hiyerarşisi Üzerine Bir İnceleme ve Eleştiri, Uluslararası Reklamcılık Dergisi, Cilt 9, Sayı 2,. 1-121
5. Hacıefendioğlu, Ş (2018), “Reklamın teorik sorunları”, Ege Akademik Bakış, Vol. 7, No. 1, ss. 3-18.
6. Kozak, Nazmi, (2016), Pazarlama stratejisinin önemi, Rekabetçi olmak Bütünleşik Pazarlama İletişimi (IMC) ile son, Stratejik Karar, Cilt 22, Nr. 8,.23-24
7. Андронов Д. (2018), От эффективности рекламы к эффективности маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 4, 145-156
8. Батра Р., (2014), Рекламный менеджмент. СПб.: Издательский дом «Вильямс», 1-365

Ölkəmizdə Milli Hesablar Sisteminin Müasir Vəziyyəti Və İstiqamətləri

Toğrul Şıxlı

shiklitogrul@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan üzrə milli hesablar sisteminin müasir vəziyyəti və istiqamətləri ətraflı şəkildə araşdırılaraq öyrənilmişdir. MHS-nin analotik imkanlarını araşdırmaq və onun əsasında ölkənin sosial iqtisadi inkişafını statistik təhlil etməkdir. Qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün iqtisadiyyatın makroiqtisadi statistik modeli kimo MHS-nin statistik təhlil və proqnozlaşdərmada yeri və rolunu araşdırmaq, MHS-nin qurulmasının məqsədini, prinsiplərini və analitik imkanlarını araşdırmaq, hesabların əsas növlərini və onların təyinatını araşdırmaq, MHS-də istifadə edilən təsnifatları və onların təyinatını öyrənmək, ölkədə institusional fəaliyyətin, xüsusilə kiçik, xarici və birgə sahibkarlığın cari vəziyyətini araşdırmaq, ölkənin dünya təsərrüfatı ilə iqtisadi əməliyyatların cari vəziyyətini statistik təhlil etmək kimi vəzifələrin yerinə yetirilməsi zəruri hesab olunur.

Tədqiqatın predmetini Milli Hesablar Sistemində gəlir göstəricilərinin statistik tədqiqqi, obyekti isə Azərbaycan Respublikasının Milli Hesablar Sistemidir. Tədqiqat işi yerinə yetirilərkən, bəzi ədəbiyyatların keçmiş illərə aid olması, kifayət qədər ədəbiyyat resuslarının olmaması tədqiqat prosesində məhdudiyyətlər yaratmışdır. Tədqiqat işinin nəticələri elmi-tədqiqat işlərində, ali məktəblərdə uyğun ixtisas kurslarının tədrisində istifadə oluna bilər.

Müasir dövrdə ölkənin maroiqtisadi problemlərinin aşkar edilməsində, milii iqtisadiyyatın inkişaf inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsində və əsaslandırılmış idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsində mühüm informasiya sistemi kimi milli hesablar sisteminin və onun makroiqtisadi göstəricilərinin mühüm əhəmiyyəti vardır. Makroiqtisadi göstəricilərin hesablanması metodikası, milli hesablar sisteminin analitik imkanlarının artırılması, iqtisadi fəaliyyətin nəticələrinin qiymətləndirilməsi və s. məsələlərinə çoxlu sayda tədqiqat işləri həsr olunmuşdur.

Açar sözləri: milli hesablar, milli gəlir, iqtisadi inkişaf, ÜMM, istehsal hesabı.

Giriş

Dayanıqlı və innovasiyalı sosial-iqtisadi inkişafın təmin edilməsi səmərəli təşkilati idarəetməni deyil, həm də qəbul edilən idarəetmə qərarlarının fəallaşdırılması və perspektiv inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə cari sosial-iqtisad vəziyyətin daimi monitorinqi və statistik təhlilini tələb edir. Belə statistik təhlilin və monitorinqin həyata keçirilməsi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının əsas göstəriciləri arasındakı qarşılıqlı əlaqələri aşkar etməyə, iqtisadi inkişafın nəticələrinin, həyata keçirilən sosial-iqtisadi layihələrin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə, perspektiv inkişaf istiqamətlərinin proqnozlaşdırılmasına və əsaslandırılmasına, arzuolunmaz meyllərin vaxtında qarşısının alınmasına imkan verir. Müasir dövrdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının xarakterik xüsusiyyəti keyfiyyət amilləri əsasında dayanıqlı iqtisadi artımın təmin etməkdir ki, bu da daha mükəmməl ideyaların və yanaşmaların tətbiqini, vasitələrdən istifadə edilməsini zəruri edir. Milli iqtisadiyyat əmək, innovasiya, təbii-resurslar, ekoloji və digər potensiala malik təşkilati və təsərrüfat komplekslərindən ibarət mürəkkəb sistemdir. İqtisadiyyatın sosail və bazar yönümlülüyü, həmçinin mövcud resurslardan səmərəli istifadə edilməsi qəbul edilən idarəetmə qərarlarına ciddi tələblər qoyur. Başqa sözlə desək, sosial-iqtisadi inkişaf sahəsində qəbul edilən qərarlar makroiqtisadi göstəricilərin qarşılqılı əlaqələrinin təfərrüatlı təhlilinə əsaslanmalıdır ki, bu da onlara kompleks yanaşmanı, onların eibarlılı və obyektiv olmasını zəruri edir.

Bütün bu qeyd edilənlər birbaşa beynəlxalq müqayisəni həyata keçirməyə imkan verən standartların ölkənin uçot və statistikatəcrübəsində tətbiqini zəruri etmişdir. Bu istiqamətdə aparılan önəmli

işlərsən biri makroiqtisadi hesablamalarda geniş tətbiq edilən və geniş analitik imkanlara malik Milli Hesablar Sisteminin qurulmasıdır. Əvvəllər Milli Hesablar Sistemi Milli Gəlirin statistikası bazasında yaranmışdır. Bununla müxtəlif metodlarla milli gəlirin(məhsulun) qiymətləndirilən göstəricilərinin vahid sistemə inteqrasiyası həyata keçirilmişdir.

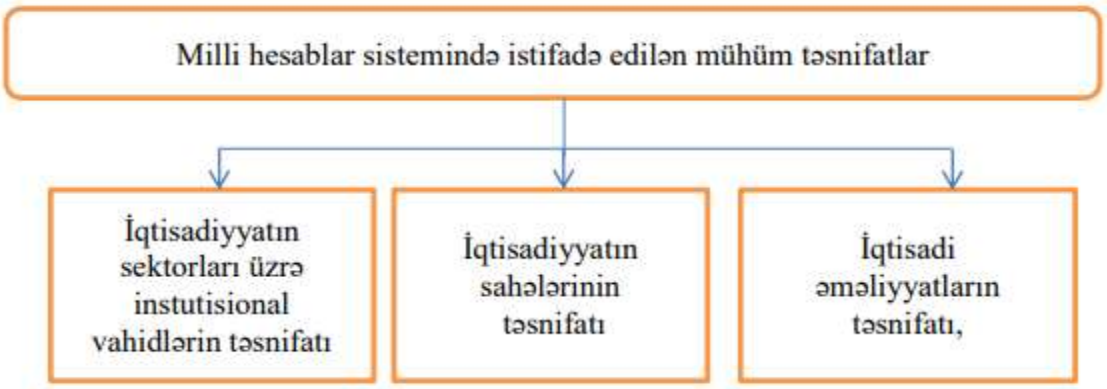
Azərbaycanda Milli Hesablar Haqqında Anlayış və Onun Əsas Xüsusiyyətləri

Milli hesablar sistemi bazar iqtisadiyyatı şəraitində makroiqtisadi prosesləri özündə əks etdirən bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəli olan və 150-dən çox ölkədə tətbiq edilən ikitərəfli göstəricilər sistemidir.

Bu sistemin metodoloji əsasları tədiyə balansının və sahələrarası balansın metodoloji əsasları ilə sıx bağlıdır.

Milli hesablar sisteminin kospetual ünsürlərindən olan və geniş istifadə edilən ən mühüm təsnifatları ümumi şəkildə 1 saylı sxemdə kimi vermək olar:

Sxem 1. Milli hesablar sistemində istifadə edilən mühüm təsnifatlar.



Mənbə: Система национальных счетов, 2008 (24.03.2020)

Milli hesablar sistemində sahəvi təsnifat fəaliyyət növünün müəyyən edilməsinə əsaslanır. Sahəvi təsnifatın vahidi kimi eyni bir yerdə, eyni növ fəaliyyətlə məşğul olan və təcrübədə etibarlı informasiya əldə etmək mümükün olan müəssisə - çıxışedir. Fəaliyyət növünün fərqləndirilməsinin əsas kriteriyaları kimi yaradılan mal vəxidmətlərin xarakteri, tətbiq edilən texnologiya və istehsal xərclərinin strukturu götürülür. Milli hesablar sisteminin sahəvi strukturu bütün növ iqtisadi fəaliyyətin beynəlxalq standart təsnifatına uyğun olaraq işlənib hazırlanmışdır.

Maliyyə əməliyyatlarının nəticələrinin dəyişməsi çox vaxt məlumatverici qeyri-maliyyə əməliyyatlarında əks etdirilir. Onlar həmçinin yalnız maliyyə vasitələrindən istifadəni nəzərdə tutan əməliyyatlar kimi baş verir. Şərti aktiv və öhdəliklərlə əməliyyatlara milli hesablar sistemində əməliyyatlar kimi baxılmır.

Müasir milli hesablar sistemini bütövlükdə iqtisadiyyatın yekun, onun sektorları və sahələri, "qalan dünya" sektorunun və ayrı-ayrı iqtisadi əməliyyatların hesab larında əks etdirilən informasiya bölmələrinin məcmusu kimi təsəvvür etmək olar. Ümumi əhatəlilik, qarşılıqlı uzlaşdırılmış və inteqrasiya edilmiş xarakterə malik bu sistem iqtisadi inkişaf səviyyəsindən və iqtisadiyyatın sahəvi strukturundan asılı olmayaraq iqtisadi siyasətin işlənib hazırlanmasında və əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsində mühüm rol oynayır.

Bu qeyd edilənlər milli iqtisadiyyatın inkişafının dövlət tənzimlənməsi və planlaşdırılması mərhələsində həll edilməsi vacib olan məsələlərin tam siyahısı deyildir. Ölkənin iqtisadi potensialı dövlətin həyata keçirdiyi sosial-iqtisadi siyasətin əsasıdır. O, əhalinin bütün təbəqələrinin əməyi ilə yaradılır, ölkənin istehsal sistemi və xarici iqtisadi əlaqələri vasitəsilə tamamlanır və dəstəklənir. Mürəkkəb sosial-iqtisadi sistem kimi təkrar istehsal prosesi bir qrup mühüm makroiqtisadi göstəricilər vasitəsilə xarakterizə oluna bilər. Onların məcmusu ölkə iqtisadiyyatında real mövcud olan hadisə və proseslərin miqyasını və qarşılıqlı əlaqəsini müəyyən edir. İqtisadi potensialın əsas həlledici amilləri kimi sənayenin, kənd təsərrüfatının, tikintinin, nəqliyyat və rabitənin istehsal gücləri, istehsal, sosial və ekoloji infrastruktur, əmək ehtiyatları, o cümlədən elmi-texniki tərəqqini inkişaf etdirməyə və onun istehsal və istehlak sferasında həyata keçirilməsini təmin etməyə qadir ixtisaslı kadrlar çıxış edir.

Milli istehsalın həcmini xarakterizə edən ÜMM-dan fərli olaraq xalis milli məhsul iqtisadiyyatın istehsal potensialını səciyyələndirir və o, özünə xalis investisiyanı daxil edir, investisiyanın bərpasını (amortizasiyanı) daxil etmir. Xalis mili məhsulu almaq üçün ümumi milli məhsuldan amortizasiya çıxılır.

Xüsusi diqqət yetirilməsi vacib olan göstəricilərdən biri də ümumi regional məhsuldur. Bu göstərici ayrı-ayrı regionların iqtisadi fəaliyyətin növləri üzrə yaradılan yeni əlavə dəyərini cəmləməklə hesablanır. Ümumi regional məhsulun hesablanmasının metodoloji prinsipi bütövlükdə iqtisadiyyat səviyyəsində hesablanan ÜDM - la eynidir. Bütün regionlar üzrə hesablanan ümumu regional məhsul ölkənin ÜDM-dan müdafiə, dövlət idarəetməsi və digər qeyri-bazar xidmətləri də daxil olmaqla regionlara paylanmayan hissələrlə fərqlənir (Abbasov Yusifov 2015).

İqtisadiyyatın inkişafı üçün qısa və orta müddətli məqsədlərin həyata keçirilməsinin praktiki vasitələrinin olması vacibdir. Belə vasitələr planlaşdırma göstəriciləridir.

İqtisadiyyat maddi nemətlərin istehsalı, bölgüsü və istehlakı ilə bağlı insanın həyat fəaliyyətinin xüsusi sferasıdır. Milli istehsal ölkə əhalisinin artan tələbatının ödənilməsi üçün yaradılır və fəaliyyət göstərir. Milli iqtisadiyyatın fəaliyyətinin başlıca starteji məqsədi cəmiyyətin artan tələbatlarını daha tam təmin etmək və ölkə əhalisinin həyat səviyyəsini yüksəltməkdir. Eyni zamanda milli iqtisadiyyatın fəaliyyətinin başlıca məqsədi sosial xarakterdə dəqiq ifadə olunur.Başlıca məqsədə nail olunması bir sıra strateji vəzifələrin - uzunmüddətli və dayanıqlı iqtisadi artım, əhalinin məşğulluğunun səmərəli səviyyəsi, sabit qiymət səviyyəsi, ölkənin xarici aləmlə münasibətlərinin tarazlığı - həll edilməsini nəzərdə tutur. Starteji planda digər vəzifələrə ətraf mühitin qorunması, struktur dəyişiklik, ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi, iqtisadi səmərəliliyin beynəlxalq səviyyəsi aid edilir. Eyni zamanda strateji vəzifələrin yerinə yetirilməsi kompleks taktiki vəzifələrin həll edilməsini tələb edir. Başlıca məqsəd, strateji və taktiki vəzifələr milli iqtisadiyyatın "məqsədlər ağacını" yaradır. Istənilən taktiki vəzifələrin yerinə yetirilməməsi müvafiq strateji vəzifənin həll edilməsini təhlükə altına qoyur.

Makroiqtisadi təhlilin vəzifəsi bütövlükdə milli iqtisadiyyatın fəaliyyət mexanizmini şərtləndirən prosesləri sistemləşdirmək, ümumiləşdirmək və onların təsir imkanlarını və inkişaf meyllərini qiymətləndirməkdir. Belə təhlil milli hesabdarlıq və proqnoz modelləri əsasında həyata keçirilir. Təhlil iqtisadiyyatın fəaliyyəti haqqında informasiya əldə etmək məqsədilə əvvəlki dövrün makroiqtisadi parametrlərinin müəyyən etməyə imkan verir ki, bundan da yeni iqtisadi konsepsiyanın işlənib hazırlanması və ona düzəlişlər edilməsində istifadə edilir. Proqnoz modelləri

gələcəkdə makroiqtisadi göstəricilərə hansı amillərin, necə təsir göstərdiyini müəyyən etməyə imkan verir. Makroiqtisadi təhlildə tədqiqatın həm ümumi, həm də spesifik metodlarından istifadə edilir.

Azərbaycanda Gəlirin Hesabı Göstəricilərinin Hesablanması və Təhlili

Müstəqil dövlət quruculuğuna başlayan Azərbaycan Respublikasında dövlət büdcəsi ölkənin məhsuldar qüvvələrini hərtərəfli inkişaf etdirmək, təkrar istehsalı pul vəsitləri ilə təminini aparmaq, respublikanın müdafiə qabiliyyətini möhkəmləndirmək üçün büdcə vəsaiti ilə milli gəliri istehsal və qeyri-istehsal sferaları, respublikanın iqtisadi rayonları arasında bölüşdürür. Milli gəlirin dövlət büdcəsində cəmləşdirilməsinin nisbətləri hər bir şəraitdə dövlətin yerinə yetirdiyi vəzifələrdən asılı olur. Dövlətin maliyyə sistemində mərkəzi yer tutan dövlət büdcəsi həmin dövlətin vəzifə və məqsədlərini özündə cəmləşdirir (Bağırov, Həsənli, 2011:s.188).

Dövlət büdcəsinin iqtisadi kateqoriya və dövlətin əsas maliyyə planı kimi anlayışlarını fərqləndirmək lazımdır. İqtisadi kateqoriya kimi büdcə-ictimai təkrar istehsalın tələbatlarının inkişafı mərhələsində ümumdövlət pul vəsaiti fondlarının yaradılması zamanı ictimai məhsulun dəyərinin (milli gəlirin) bir hissəsinin yenidən bölgüsü ilə əlaqədar olaraq dövlət və təkrar istehsalın digər subyektləri arasında yaranan pul münasibətləri sistemini xarakterizə edir (Əliyev, 2006).

Ölkənin iqtisadi inkişafında ən mühüm iqtisadi göstəricilərdən biri istehsal prosesini həyata keçirmək, qeyri-maddi və maddi xidmət göstərməkdir. İstehsalın həcmi, tərkibi, bölüşdürülməsinə görə ölkənin iqtisadiyyatının səviyyəsini və təkrar istehsalını müəyyən edir. İstehsal fəaliyyət sahəsidir. İstehsal maddi nemət istehsal edib etməməsinə görə maddi və qeyri-maddi xidmətləri həyata keçirir. Başqa institusional vahidlərə göndərilən istehsal olmasa nə əmək bölgüsündən, nə istehsaldan ixtisaslaşma və nə də satışdan gəlir götürmək olar. Milli Hesablar Sistemində əməyin göstəricisi kimi məhsul və xidmət başa düşülür. Məhsul və xidmətlər satılmaq üçün nəzərdə tutulduğuna görə əmtəəyə aid edilir.

Respublikamızın həyatında baş verən çoxlu müxtəlif iqtisadi hadisələri, mürəkkəb təsərrüfat əlaqələrini təhlil etmək üçün bir-birilə sıx əlaqədar göstəricilər sistemi olmalıdır. İdarəetmənin keyfiyyəti informasiyanın nə dərəcədə dürüst və operativ olmasından aslıdır. Bununla yanaşı keçmişdə statistikanın verdiyi məlumatlar heç də onun üzərinə düşən vəzifələrin öhdəsindən həmişə müvəffəqiyyətlə gəldiyini demək olmaz.

MHS-iqtisadiyyatın makrosəviyyədə inkişafını səciyyələndirən və qarşılıqlı surətdə əlaqədar olan göstəricilər sistemidir. İqtisadi modellər və proqnozlar onun əsasında işlənib hazırlanır: məsələn, vergiqoyma və kreditləşmə siyasəti, dövlət büdcəsinin kəsri və s.

MHS-ölkədə il ərzində baş verən bütün iqtisadi hadisələri makroiqtisadi, mühasibat və rəqəmlərlə əks etdirən göstəricilər vasitəsi ilə ölkədə baş verən iqtisadi proseslərin ətraflı və dərin təhlili təmin olunur. Onun mühasibat xüsusiyyəti ondan irəli gəlir ki, iqtisadi əməliyyatlar ikili yazılış qaydasında hesablar sistemində əks olunur.

MHS-də statistikanın bütün cari tədqiqatlarından istifadə olunur və iqtisadi skil konkret rəqəmlərlə əks olunur. Ona görə də MHS iqtisadi nəzəriyyənin inkişafı və iqtisadi siyasət proqramlarının formalaşmasında əhəmiyyəti böyükdür. MHS iqtisadiyyatın vəziyyətini rəqəmlərlə əks etdirməklə makroiqtisadi nəzəriyyə ilə iqtisadi həqiqət arasında əlaqə yaradır və iqtisadiyyata nəzarət etmək, onun inkişafını pronozlaşdırmaq və nəzəriyyənin düzgünlüyünü yoxlamaq üçün mühüm vasitəyə çevrilir (Yaqubov, Məmmədov, 2008).

Milli hesablar sistemi həm də bazar iqtisadiyyatında makroiqtisadi göstəriciləri özündə cəmləşdirən və qaşılıqlı əlaqədə olan 150 ölkədən çoxuda tətbiq edilən sistemlərdəndir. MHS sisteminin metodologiyasını tədiyə balansı və sahələrarası balans metodologiyası təşkil edir və qarşılıqlı əlaqədadəirlər. Ölkəmizdə MHS sisteminin tətbiq olunması beynəlxalq statistik təşkilatları bu sistemin problemlərinə aid metodiki təlimatlara əsasən aparılır və hesablama nəticələri İnkişaf Təşkilatı Beynəlxalq Valyuta Fondu, İqtisadi Əməkdaşlıq və statistikada fəaliyyətdə olan başqa beynəlxalq təşkilatların tərəfindən ekpertiza edilir.

Bu hesab istehsalda alınan nəticələri və istehsal vaxtı məhsul və xidmətlərdə istifadəni özündə cəmləşdirir. Bu hesab həm iqtisadiyyat sahələrində, həm də ölkədə ümumi iqtisadiyyat üzrə qurulur (www.stat.gov.az). Bu hesabın balan edici maddəsi 1-ci halda ÜƏD, 2-ci isə iqtisadi inkişafı müəyyənləşdirən ÜDM-dir. Bu halların 2-sindədə istehsal hesabın ilk göstəricisi məhsul və xidmətlərdə ümumi buraxılışdır. (Cədvəl 1):

Cədvəl 1.İstehsalın hesabı

İstifadə	Ehtiyatlar
Aralıq istehlak ÜƏD (əsas qiymətlər ilə) (əsas qiymətlərlə)	Əsas qiymətlər ilə məhsul və xidmətin ümumi buraxılışı
Cəmi	Cəmi

Mənbə: Nağızadə İ., 2015: s.39. (24.03.2020)

Amma təcrübə göstərir ki, əsas kapitalda istehlakı ölçmək çətinlik yaradır. Bunun üçün XƏD-dən istifadə olunur. Həmçinin sistem sonrakı hesablarda balans edici maddələri hesablamağı da nəzərdə saxlayır. Bu da ÜƏD-dən çıxma və ya çıxmamaqla ilkin gəlir saldosu, qarışıq gəlir və alınan mənfəətdən asılı olur. ÜƏD sektor və sahələrin, fərdi istehsalçının ÜDM-də özünü göstərir. ÜƏD gəliləri ilkin bölüşdürmə hesabına köçürdülür. Burada nəzərə alınmalıdır ki, əlavə olunan dəyər aparılan əməliyyat deyil. (Nağızadə, 2015: s.74).

İndi isə 2012-2017-ci illər üzrə AR-da istehsal hesabının inkişaf dinamikasına diqqət yetirək (Cədvəl 2)

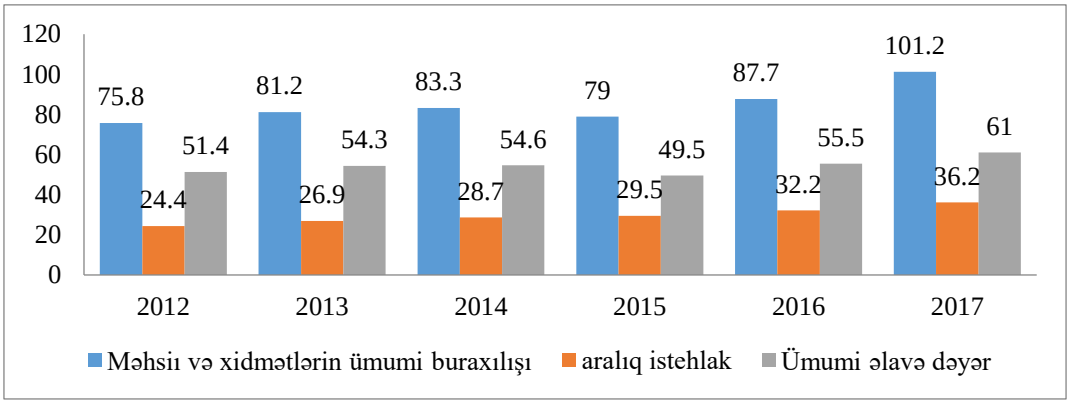
Cədvəl 2. 2012-2017-ci illər üzrə AR-da istehsal hesabı, cari qiymətlər ilə, mln.manatla

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ehtiyatlar						
Əsas qiymətlər ilə məhsul və xidmətin ümumi buraxılışı	75756.6	81166.4	83311.4	78991.1	876915	101180.1
İstifadə						
Aralıq istehlak	24404.9	26862.8	28710.3	29470.1	32187.8	36166.9
ÜƏD (əsas qiymətlər ilə)	51351.7	54304.0	54601.1	49521.0	55503.7	65013.2

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statiska Komitəsi (24.03.2020)

2012-2017-ci illərin istehsal hesabına diqqət yetirsək kifayət qədər fərqlərin olduğunu görərik. 2017-ci ildə aralıq istehlakda 2012-cü ilə nisbətən artım müşahidə olunur. 2015-ci ildə devalvasiya olduğuna görə bu dövrdə istehsal hesabında azalma müşahidə olunmuşdur. Bunu aşagıdakı qrafikdən daha aydın izləmək olar (Qrafik 1):

Qrafik 1. 2012-2017-ci illərdə ölkə iqtisadiyyatı üçün qurulan İstehsal hesabının dinamikası, (mlyrd. man.)



Mənbə: Cədvəl 2-nin məlumatlarına əsasən hazırlanmışdır (24.03.2020)

Ümumi buraxılışın səviyyələri arasındakı fərqi müəyyən etmək üçün də (mütləq artım göstəricisini) aşagıdakı cədvəli qura bilərik (Cədvəl 3)

Cədvəl 3. Məhsul və xidmətlər üzrə ümumi buraxılış göstəricisi üzrə mütləq artımın hesablanması (2012-2017-ci illər üzrə)

Əsas qiymətlər ilə məhsul və xidmətin ümumi buraxılışı (mln.manatla)	Mütləq artım	
	Əsas qaydada	Silsiləvi qaydada
2012-ci ildə	-	-
2013-cü ildə	81166.8-75756.6=5410.2	81166.8-75756.6=5410.2
2014-cü ildə	83311.4-75756.6=7554.8	83311.4-81166.8=2144.6
2015-ci ildə	78991.1-75756.6=3234.5	78991.1-83311.4=-4320.3
2016-cı ildə	87691.5-75756.6=11934.9	87691.5-78991.1=8700.4
2017-ci ildə	101180.1-75756.6=25423.5	101180.1-87691.5=13488.6

Mənbə: Cədvəl .2 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır (24.03.2020)

Ümumiyyətlə, təhlildən görünür ki, iqtisadiyyat sahələri üzrə aparılan hesabların çərçivəsində istehsal hesabın statistiki öyrənilməsinin hər sektor üzrə inkişaf istiqamətini göstərən əsas makroiqtisadi göstəricinin formalaşması üçün mühüm amildir. Statistik təhlil istiqamətlərini müəyyənləşdirən zaman bunları nəzərə almaq lazımdır. Gəlirlər axınında da artımların müşahidə olunması nəzərdə saxlanmalıdır. Gəlilər iqtisadiyyatda inkişaf etmək üçün mühüm rola malikdir və iqtisadiyyat sahələrində sürətli artımda müsbət təsirlər yaranmışdır.

Metod

Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsaslarını milli heesablar sisteminndə gəlirlərin yaranması,bölüşdürülməsi və istifadəsinin statistik qiymətləndirilməsinə dair işlənib hazırlanmış konsepsiya və nəzəriyyələri, habelə müəssisələrinin maliyyə dayanıqlılığına dair qanunvericilik və digər rəsmi sənədlər, eyni zamanda xarici və yerli iqtisadçı alimlərin gənclərin asudə vaxtınadair elmi-nəzəri tədqiqatları, çıxardıqları elmi nəticələri, təklifləri, tövsiyələri və s. təşkil edəcədir.

Milli hesablar sisteminin göstəriciləri əsasında gəlir göstəricilərini tədqiq etmək üçün kütləvi statistika müşahidəsi, statistika materiallarının qruplaşdırılması və yekunlaşdırılması, statistika materiallarının cədvəl və qrafiklərdə təsviri, mütləq və nisbi kəmiyyətlər, orta kəmiyyətlər, variasiya

sıralarının təhlili göstəriciləri, dinamika sıralarının analitik göstəriciləri, indeks metodu və s. statistik metodlardan istifadə ediləcəkdir.

Analiz

Müasir cəmiyyətdə rəsmi statistika xidməti dövlət idarəetməsinin mühüm vasitələrindən biri kimi çıxış edir və onun fəaliyyəti ölkədə soosial-iqtisadi proseslər haqqında adekvat informasiyanın əldə edilməsinə istiqamətlənir. Son dövrlərdə Azərbaycanın bütün uçot və statistika sistemi bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar olaraq kompleks dəyişikliyə məruz qalmışdır.

Nəticə

MHS-nin makroiqtisadi göstəriciləri bütün dünyada iqtisadi fəaliyyəti, ölkənin analitik imkanlarını, sosial-iqtisadi vəziyyətinin qiymətləndirilməsini, təhlil və təsvir etmək üçün istifadə olunan əsas vasitədir. Makroiqtisadi göstəricilərə əsasən ölkənin statistik vəziyyəti təhlil olunur.

Milli Hesablar Sistemində təkrar istehsalının qarşılıqlı əlaqəsini, iqtisadiyyatın dinamikasının təhlili və s. makroiqtisadi göstəricilərin önəmi göstərir. MHS-də makro səviyyədə statistik modeli mal-əmtəənin, xidmətlərin, qeyri-bazar xidmətlərinin, transferlərin anlayışları təsvir olunur.

Milli Hesablar Sisteminin əsas vəzifələri göstərilmişdir. Yəni, statistikanın qurulması, iqtisadi fəaliyyətin ölçülməsi, bütün ölkələrdə ayrı-ayrı iqtisadi hadisələrin müqayisə edilməsinin önəmi göstərilmişdir. MHS yaranma və inkişaf tarixi, nəzəriyyənin önəmi, bir çox ölkələrə yayılması yazılmışdır. Bunlardan başqa Azərbaycanda MHS yaranma səbəbləri, yaranma tarixi, beynəlxalq təşkilatlara üzv olunmasını görmək mümkündür.

Azərbaycanda sosial-iqtisadi vəziyyətin statistik təhlili göstərilmişdir. Azərbaycanın iqtisadi fəaliyyətinin güclənməsi, qlobal rəqabətdə iqtisadi yerinin olması, institusional vahidlərin fəaliyyəti, dünya bazarında yerinin olması əhəmiyyətlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov C., Yusifov M., (2015) Büdcə xərcləri və xərclər-buraxılış modeli, 265 səh.;
2. Abbasov J., Hasanli Y., The Research of Mutual Economic Relations of the World Countries on the Basis of Input-Output Table. Economics World, New-York, USA, April 2014, Vol. 13, No. 4, p. 215-222;
3. Azərbaycanda məhsul və xidmətlərin istehsalı və bölüşdürülməsinin sahələrarası hesabat balansı. ARDSK, Bakı, "Səda", 2004, 242 səh.
4. Bağırov D., Həsənli M., (2011) Maliyyə / (ikinci buraxılış). Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı, 384 səh.
5. Cabbarova A.İ., (2011) "Beynəlxalq statistika" fənnindən metodik göstəriş. Bakı. 365 səh.
6. Cabbarova A.İ., DünyamalıyevaV.R. (2015) Milli Hesablar Sistemi. Dərs vəsaiti, 365 səh.
7. CabbarovaA.İ., Dünyamalıyeva V.R., (2014) "Milli Hesablar Sistemi", Bakı, 242 səh.
8. Dadaşova V.R., (2019) Milli hesablar sistemində cari hesablar, onların statistik tədqiqi və qiymətləndirilməsi, magistr dissertasiyası, , 387 səh.
9. Əliyev Ə.İ., (2011) "Statistika". Dərs vəsaiti,Bakı, 365 səh.
10. Yadulla H., (2011) Azərbaycanın sahələrarası əlaqələrinin modelləşdirilməsi. Bakı, 452 səh.
11. Yaqubov S.M., Məmmədov A.J., (2014) Sosial-iqtisadi statistika, Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 388 səh.
12. Гирбасова Е.М., (2008) Система национального счетоводства как информационная база управления экономикой Российский Федерации, М, 420 стр.
13. Национальные счета: практический вводный курс 2006, стр.176;

Azərbaycan Respublikasında Bankların Müasir Vəziyyəti Və Onların İnkişaf İstiqamətlərinin Statistik Tədqiqi

Ülvi İsgəndərov

uisgenderov@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi bankların performans dəyərlərinin inflyasiya və Ümumi Daxili Məhsula təsirlərini ölçməkdir.Bankların kapitallaşması və eyni zamanda restrukturizasiyası, tərəqqisi, maliyyə inklüzivliyinin möhkəmləndirilməsi, aktivlərin sağlamlaşdırılması yönündə tədbirləri özündə ehtiva edən strategiyalar tərtib olunmalıdır. Bazar əlaqələri şəraitində bankların fəaliyyətin inkişaf etdirilməsi və təkmilləşdirilməsi problemlərinin öyrənilməsi həmişəki kimi aktual mövzu olaraq qalmaqdadır. Yeni iqtisadi şəraitin tələblərinə müvafiq olaraq, aparılan iqtisadi islahatlar bank fəaliyyətin daha da təkmiləşdirilməsini, onların yeni prinsiplər əsasında qurulmasını tələb edir. Aparılan islahatlar bank sisteminin sabitliyinin və dinamik inkişafin təmin edilməsi üçün əlverişli şərait yaradır. Bankların səmərəli fəaliyyəti bank sisteminin sabitliyi üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Məhz buna görə də, bazar əlaqələri şəraitində bankların fəaliyyətin təkmiləşdirilməsi iqtisad elminin mərkəzi problemlərindən biri olub, onun nəzəri-metodoloji və praktiki aspektlərini müəyən edən fundamental elmi tədqiqatların sistemli şəkildə aparılmasını zəruri edir.Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra bank fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi həmişə diqqət mərkəzində olmuşdur. Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın sabit və sürətli inkişafı bank sisteminin formalaşması, xüsusilə də kommersiya bankların səmərəli fəalliyyət göstərməsi ilə sıx bağlıdır. Bankların ölkə iqtisadiyyatının mühüm özəklərindən biri olması, fəaliyyət çərçivəsinə görə kütləviliyi, onun işinin lisenziyalaşdırılması, təkmilləşdirilməsi və buna nəzarət edilməsi məsələləri dövlətin əsas funksiyalarından biridir. Banklar tərəfindən həyata keçirilən, maliyyə xidmətləri sahəsində rəqabətin səviyyəsi və intensivliyi banklar və bank olmayan təşkilatlar tərəfindən bu tip xidmətlərin genişləndirilməsi ilə əlaqədar yeni vüsət aldı.

Açar sözlər: Bank, Maliyyə, Sistem

Giriş

Son illərin praktikası göstərir ki, bankların həyata keçirdiyi istehlak krediti, müəssisə və şirkətlərə kreditlər, qiymətli kağızlar və maliyyə məsələləri üzrə məsləhətlər və sair bu kimi xidmətlər qeyri-kredit təşkilatları və ya broker, maliyyə şirkətləri, sığorta agentliklərin fəaliyyət istiqamətləri ilə üst-üstə düşə bilər. Belə vəziyyət bankları yeni xidmət sahələri axtarıb tapmağa, onları hazırlayıb həyata keçirməyə məcbur olunur ki, bu da əlavə xərclər tələb olunur. Beləliklə, banklar mənfəət əldə etmək üçun yeni risklərə əl atmalı olur. Bu isə eyni zamanda banklar arasında rəqabətin kəskinləşməsinə səbəb olur.(Abdullayev Ş.Ə 2011: s.63).

Bank xidmətlərinin çoxalması, rəqabətin bu əsasda inkişaf etməsi, maliyyə xidmətləri sahəsinin tənzimləməsi ilə stimullaşdırılırdı. Dünyanın iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrində tənzimləmə prosesi müxtəlif formalarda getmişdir.(Sadıqov E.S.2010: s.145).

Nəticədə bank işinin kapital tutumu artmış, əmək tutumu azalmışdır. İnkişafın bu istiqaməti ona gətirib çıxaracaq ki, artıq bank və müştəri heç də tez-tez görüşməyəcək. Onlar arasındakı xidmət göstərilməsi əməliyyatı tamamilə avtomatlaşdırılacaq və kompüter terminalları, telekommunikasiya sistemləri vasitəsilə həyata keçiriləcək.(Bəşirov R.A.. 2014: s.45).

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatı təmayülü bank sisteminin yaradılmağa başlandığı dövrdə gərgin siyasi şərait və iqtisadiyyatda ağır pozulmalar görünürdü. Bunlar bank sisteminin fəaliyyətini çətin vəziyyətə salmışdı..(Bağırov M.M., 2013: s.102).

Respublikada müasir bank sistemində baş verən əsaslı dəyişiklikləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- bank sistemində aparılan əsaslı islahatlar dövlət və kommersiya bankların hüquqlarını və məsuliyyətini daha da artırmış və onların tənzimləmə mexanizmi nisbətən güclənmişdir;
- əhalidə və müxtəlif strukturlarda mövcud olan sərbəst pul vəsaitlərin banklar tərəfindən səfərbər edilməsində dönüş baş vermiş və ciddi təminat yaranmışdır;
- pul tədavülün tənzimləməsində bankların rolu və idarəetmə funksiyaları artmışdır;
- respublikada xarici ölkə bankları ilə rəqabət aparmaq gücünə malik müştərək (birgə) bankların yaradılmasına üstünlük verilmişdir; (Əsgərova R.V, 2018: s.154).

Müasir tipli bank növləri yeni iqtisadi və bazar strukturların fəaliyyətinə insfratruktur xidmətini daha da fəallaşdırmaq məqsədilə, məxsusilə də operativ bank əməliyyatları sisteminə keçməlidir. Belə ki, banklar qiymətli kağızlarla, lizinq faktorinq və s. xidmətlərlə əməliyyatlar aparmaq yolu ilə bazar iştirakçıların maliyyə tələblərini və problemlərini ödəməlidirlər. Yəni respublikada fəaliyyətdə olan banklar fond birjasi (qiymətli kağızlar bazarı) vasitəsilə bazar subyektlərinə maliyyə xidməti göstərən insfratruktur obyektinə çevrilməlidir.(Məmmədov Z.F.2013: s.56).

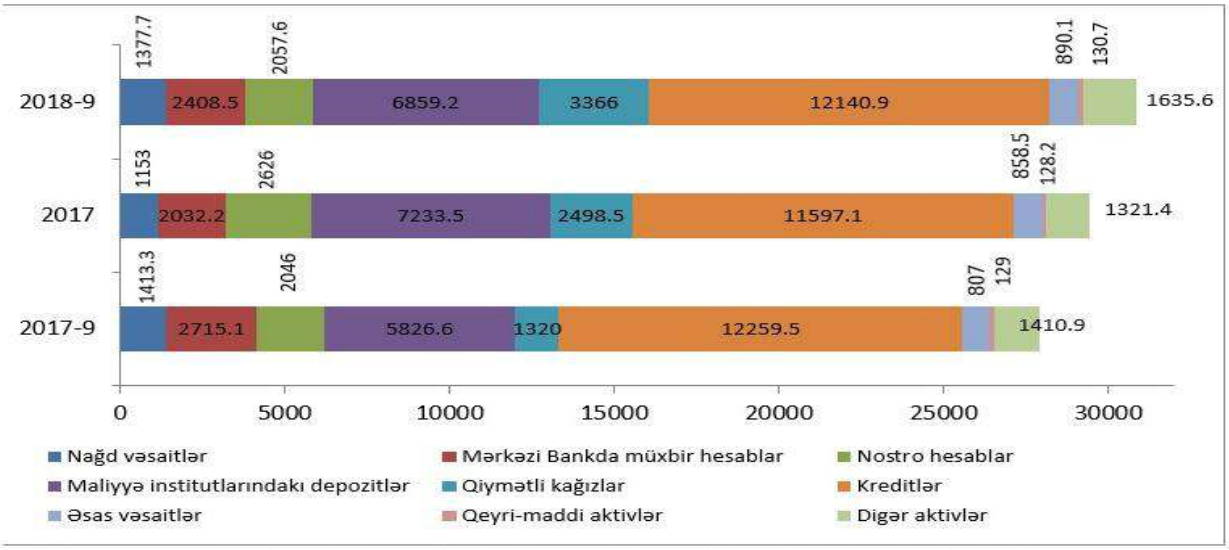
Metod

Məqalənin qiymətləndirilməsi zamanı müqayisəli təhlil, statistik qruplaşdırma, analitik metodlardan, həmçinin iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik tədqiqatlar, reqressiya tənliyinin qurulması, ekonometrik təhlili, dispersiya təhlil hesablamalar təşkil edir.

Analiz

Bankların aktivlərində son dövrlər müşahidə olunan azalma 2019-cu ildə artımla əvəz olunub. Mərkəzi Bankın statistik göstəricilərinin təhlili göstərir ki, bu müddətdə bankların aktivləri 4,7% artaraq 27,92 milyard AZN-dən 29,2 milyard AZN-ə qalxıb. 2018-ci ilin uyğun dövrü ilə müqayisədə artım 11,7% olub. (https://www.cbar.az/).

Diaqram.1. 2019-cu il Bankların aktivlərinin strukturu, milyon manatla

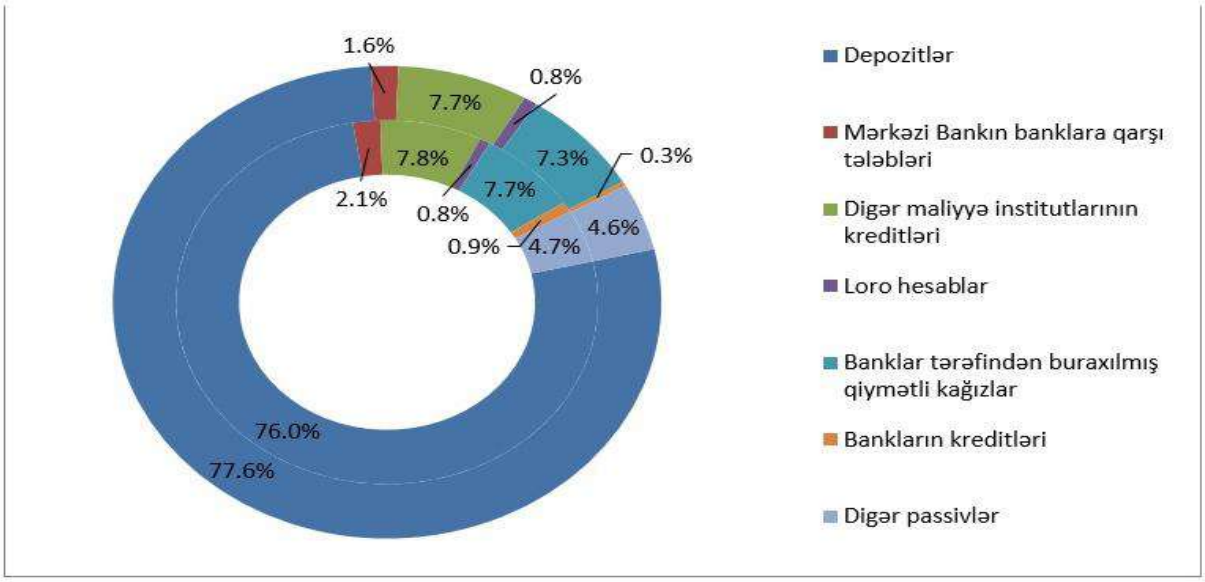


Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Aktivlərin artmasını onun strukturuna daxil olan ayrı-ayrı göstəricilərin artması şərtləndirib. 2019-ci ildə nostro hesablar və maliyyə institutlarındakı depozitlər istisna olmaqla digər göstəricilər artıb. Aktivlərdə əsas artım qiymətli kağızlarda (34,8%), başqa aktivlərdə (23,9%), nağd vəsaitlərdə (19,6%)və Mərkəzi Bankda müxbir hesablarının (18,6%) həcmində olub. Ən çox azalma isə Nostro hesablarda (21,7%) baş verib. 2018-ci ilin uyğun dövrü ilə müqayisə edərkən görmək olur ki, artım daha çox qiymətli kağızlarda baş verib. Bankların qiymətli kağızlara yatırımı bu dövrdə 3 dəfəyədək artıb (https://www.cbar.az/).

2019-cu il tarixinə bankların öhdəliklərinin 77,6%-ni depozitlər (fiziki və hüquqi şəxslərin, o cümlədən maliyyə institutlarının) hesabına formalaşıb və bu mənbəyin payı 2018-ci ilin axırı ilə müqayisədə yüksələrək 76%-ə bərabər olub. Bank və digər maliyyə institutlarından əldə olunan kreditlər bankların ikinci əsas maliyyə mənbəyi olmuşdur. Bu mənbə üzrə cəlbetmə azaldığından ümumi öhdəliklərdə payı 8,71%-dən 8.1%-ə düşüb. Azalmanın səbəbkarı bankların verdikləri kreditlərin azalması olmuşdur. Bu müddətdə banklar tərəfindən buraxılmış qiymətli kağızların bank öhdəliklərində payı 7,7%-dən 7,3%-ə düşüb.

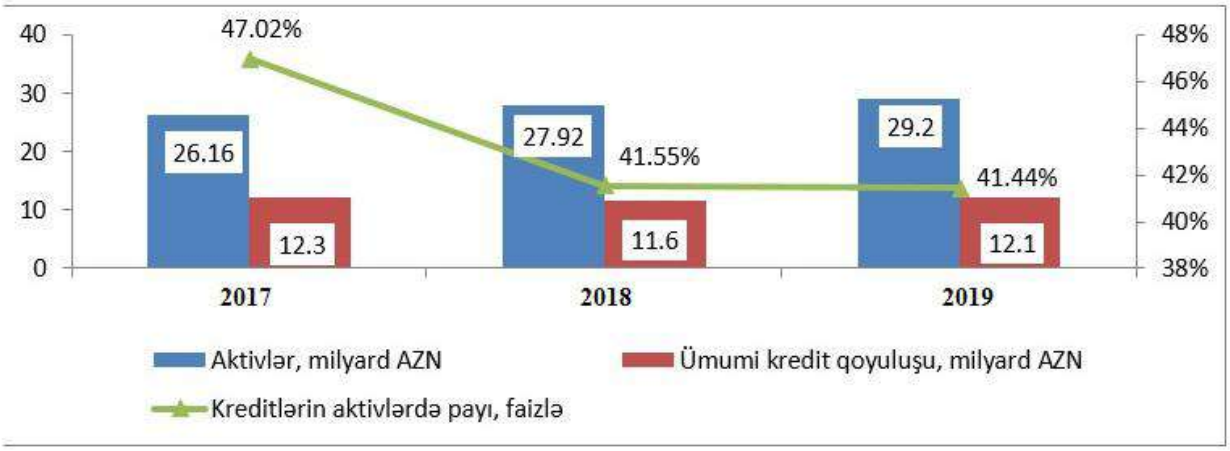
Diaqrm 2. 2019-cu il Bankların öhdəliklərinin strukturu, faizlə



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Bankların qiymətli kağızlara qoyuluşunun kəskin surətdə yüksəlməsinin başlıca səbəbi onların devalvasiyadan sonra bir çox risk səbəbindən kredit yatırmağa maraqlarının azalması ilə əlaqəlidir. 2019-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında kredit yatırmalarının həcmində yüksəliş olsa da aktivlərdə payı azalmaqda davam etmişdir. Beləliklə, ölkə üzrə kredit yatırışı bu müddətdə 4,4% artaraq 11,6 milyard AZN-dən 12,1 milyard AZN-ə yüksəlib. Bu, 2017-ci ildən bəri ilk artım olub. Kredit qoyuluşunun aktivlərdə payı azalaraq 41,55%-dən 41,44%-ə düşüb. 2018-ci ildə bu göstərici daha yüksəlmişdir (47,02%) (https://www.cbar.az/).

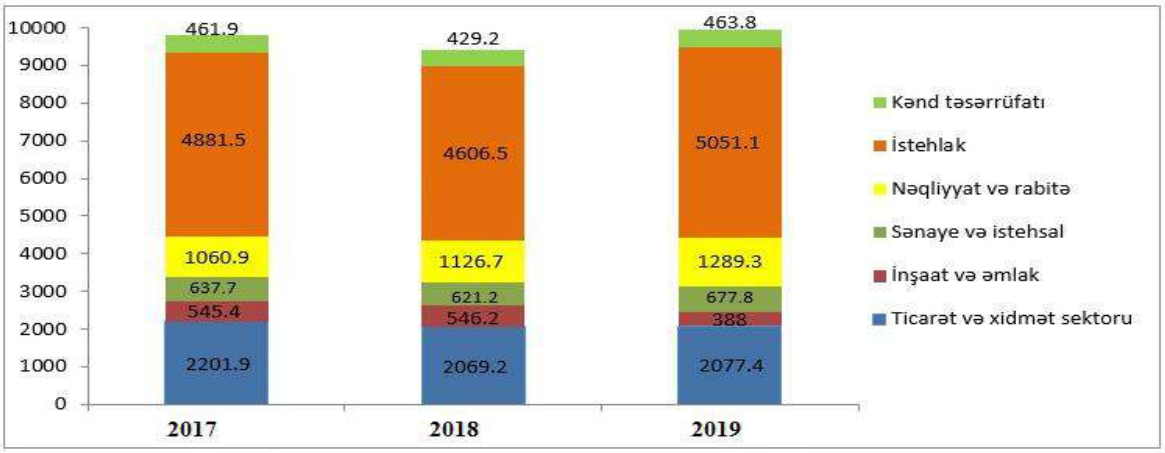
Diaqram 3. Bank sektorunun aktivləri, milyard manatla



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Vəsaitlərini aktiv kreditləşməyə istədikləri səviyyədə istiqamətləndirə bilməyən kredit təşkilatları qiymətli kağızlara yatırımlara üstünlük verirlər. Buna görədir ki, 2018-2019-cu il ərzində olan dövrdə qiymətli kağızların aktivlərdə payı 5,2%-dən 11,6%-ə qədər artıb. (https://www.cbar.az/).

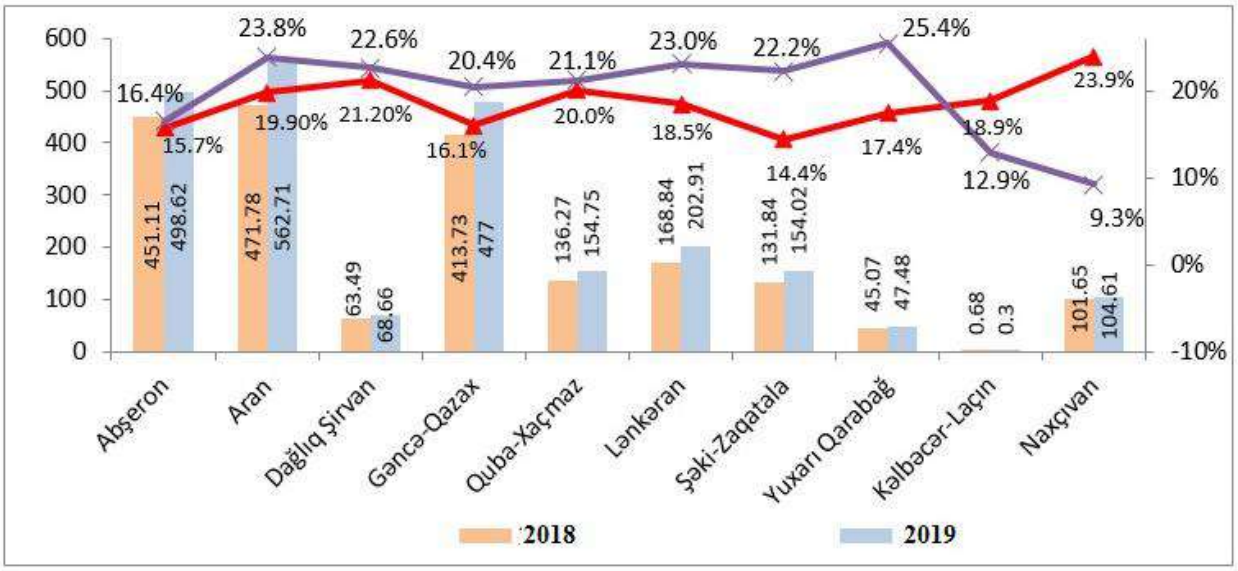
Diaqram 4. Kredit qoyuluşlarının sahələr üzrə dinamikası, milyon AZN



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Kredit qoyuluşunun sahələr üzrə analizi göstərir ki, 2019-cu ildə inşaat və əmlak sahəsi istisna olmaqla başqa sahələrdə artım baş verib. Beləliklə, 2019-cu il ticarət və xidmət sektoru üzrə kreditləşmə 0,41%, sənaye və istehsal sektoru üzrə 9,11%, nəqliyyat və rabitə sahəsi üzrə 14,5%, kənd təsərrüfatı və emal sektoru üzrə 8,2%, istehlak kreditləşməsi üzrə 9,71% artım olmuşdur. Bu dövrdə inşaat və əmlak sahəsi üzrə 29.1% eniş olmuşdur.(https://www.cbar.az/).

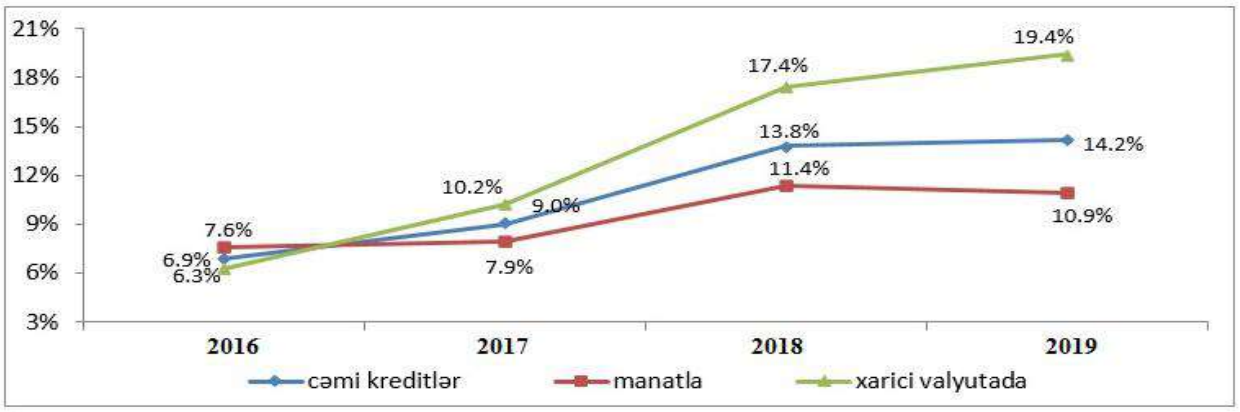
Diaqram 5. 2018-2019-cu illərdə Əmanətlərin regionla üzrə həcmi və faiz dərəcəsi, milyon AZN



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Bankların ölkə iqtisadiyyatını maliyyələşdirmək marağını azaldan vaxtı ötmüş kreditlər çoxalmaqda davam etmişdir. Mərkəzi Bankın rəsmi məlumatına əsasən, cəmi kreditlərdə problemli kreditlərin payı 2019-cu ilin 9 ayı ərzində 13,8%-dən 14,2%-ə yüksəlib. Vaxtı ötmüş kreditlərin həcmi yanvar-sentyabr aylarında 123 milyon AZN və ya 7,6% yüksələrək 1626,8 milyon AZN-dən 1748,8 milyon AZN-ə çatıb. Artımın 31.2%-i milli, 69.1%-i xarici valyutanın payına düşüb. (https://www.cbar.az/).

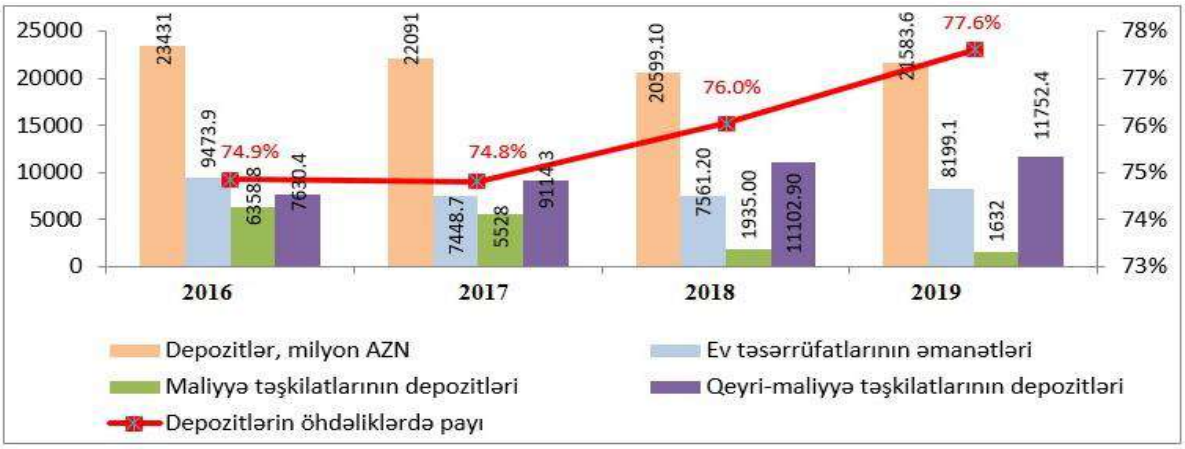
Diaqram 6. Vaxtı keçmiş kreditlərin payı (2015-2018)



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Problemli kreditlərin çoxalması əsasən xarici valyutada olan kreditlər hesabına baş vermişdir. Milli valyuta üzrə problemli kreditlərin həcmi 37,91 milyon AZN yüksəlsə də manat kreditlərində payı 11,5%-dən 10,8%-ə düşüb. Xarici valyuta üzrə vaxtı keçmiş kreditlərinin həcmi 84.5 milyon AZN artıb və bununla da payı 17,9%-dən 19,5%-ə qədər artıb. Problemli kreditlərin böyük hissəsi uzunmüddətli kreditlərin payına (79,6%) düşür. Hesabat dövründə qısamüddətli kreditlər üzrə gecikmələr 11.5%, uzunmüddətli kreditlər üzrə 6,7% artıb. (https://www.cbar.az/).

Diaqram 7. 2016-2019-cu illərdə depozitlərin həcminin və bank öhdəliklərində payının dinamikası

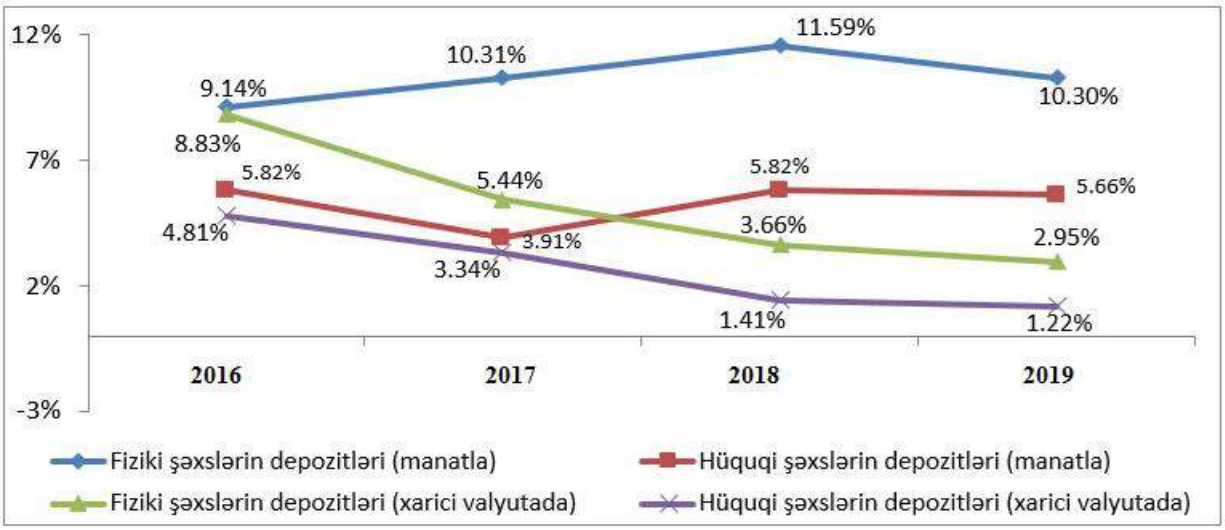


Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2016-2019-cu illərdə depozit bazarında müşahidə olunan kiçilmə 2019-cu ildə yenidən böyümə meyli ilə əvəzlənib. 2019-cu ildə ölkə üzrə ümumi depozit qoyuluşu 4,81% artaraq 21,59 milyard manata yüksəlib. Depozitlərin həcminin artması bankların öhdəliklərində də əksini tamışdır. Bankların depozitlərdən asılılığının artması davam etməkdədir. 2016-ci ildə cəmi öhdəliklərdə depozitlərin payı 74,9% olduğu halda 2018-ci ildə 76%-ə, 2019-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında isə 77,6%-ə yüksəlmişdir . (https://www.cbar.az/).

Depozitlərin payının artımına səbəb bankların əcnəbi öhdəliklərdən getdikcə imtina etməsi və bank və digər maliyyə institutlarından kredit əldə etmək imkanlarının məhdudlaşmasıdır. Mərkəzi Bankın məlumatına əsasən, 2019-cu ilin yanvar-sentyabr aylarında əcnəbi öhdəliklərin həcmi 2,35 milyard AZN-dən 1,95 milyard AZN-ə qədər enmişdir. Bu vaxtda banklar və başqa maliyyə institutlarından cəlb olunmuş kreditlər 2,13 milyard AZN-dən 2,03 milyard AZN-ə enib. Ümumi depozit qoyuluşunda artım olsa da maliyyə təşkilatlarının depozitlərində enmə olub. Maliyyə təşkilatlarının depozitləri 2019-cu ildə 15,8% azalaraq 1,7 milyard AZN-ə qədər azalıb. Bu müddətdə əhali əmanətləri 8,5% artaraq 8,3 milyard AZN-ə, qeyri-maliyyə depozitləri 5,9% artaraq 11,76 milyard AZN-ə yüksəlib. (https://www.cbar.az/).

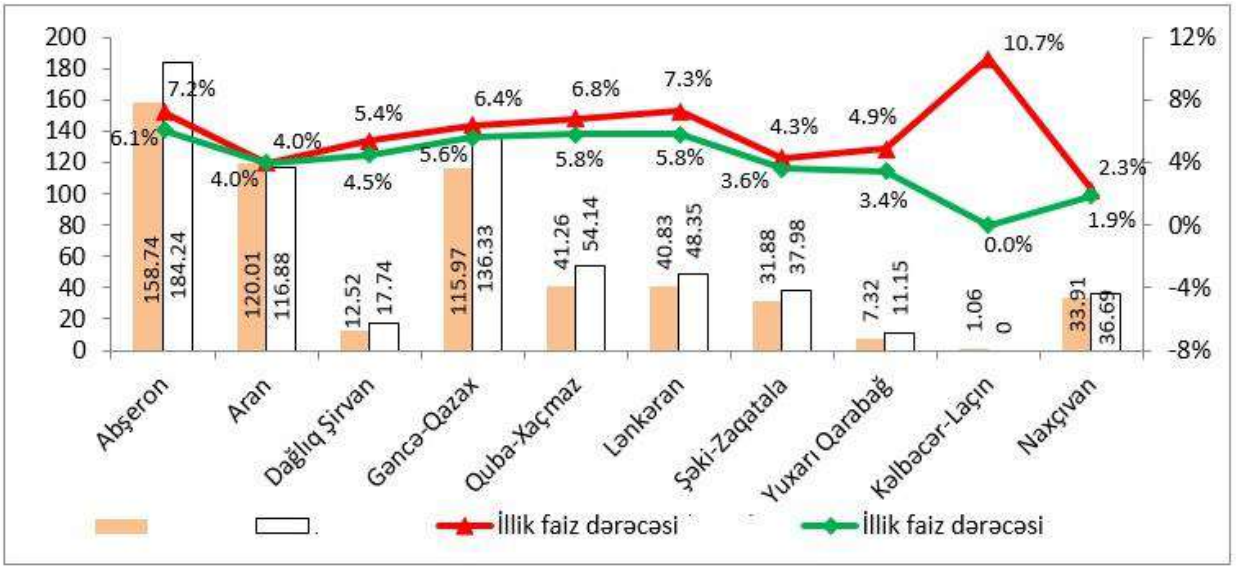
Diaqram 7. 2016-2019-cu illərdə depozitlər üzrə orat illik faiz dərəcələrinin dinamikası



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Devalvasiyadan sonrakı dövrdə manat depozitlərinin illik faiz dərəcəsinin artımı baş verdiyi halda 2019-cu ildə azalmağa meyilli olmuşdur. Xarici valyutada olan depozitlərin illik faiz dərəcəsi də azalmaqda davam edib. 2016-2019-ci illərdə fiziki şəxslərin depozitləri üzrə 8,83%-dən 2,95%-ə, hüquqi şəxslər üzrə 4,81%-dən 1,22%-ə enib. Xarici valyuta üzrə illik gəlirliliyin azalmasının nəticəsidir ki, istər fiziki, istərsə də hüquqi şəxslərin xarici valyutada depozit yerləşdirmə marağı azalıb. Mərkəzi Bankın rəsmi məlumatına əsasən, ölkə üzrə milli valyutada tələb olunan depozitlərin illik faiz dərəcəsi 0,2%, xarici valyutada isə 0,1%-dir. Halbuki müddətli əmanətlər üzə bu göstərici müvafiq olaraq 10,3% və 2,95%-dir. (https://www.cbar.az/).

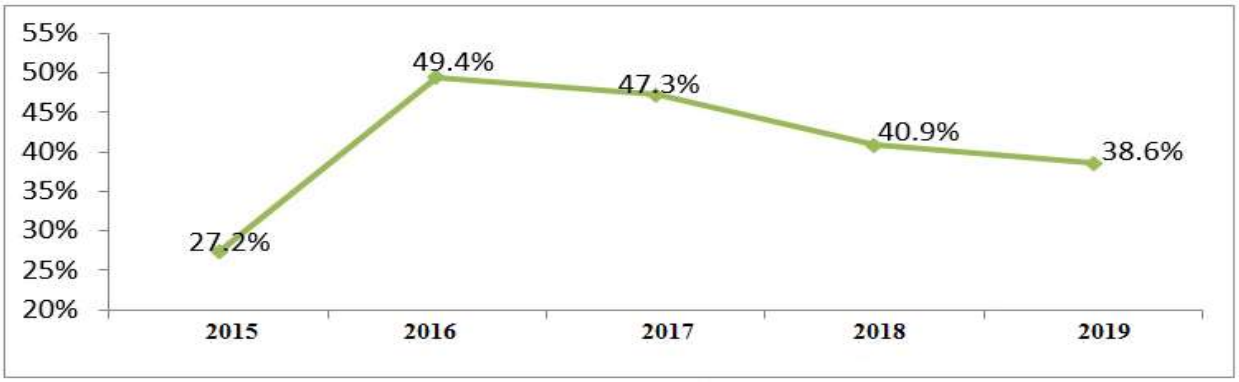
Diaqram 8. Əmanətlərin regionalar üzrə həcmi vı faiz dərəcəsi, milyon AZN



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Əmanətlərin regional paylanma dərəcəsi göstərir ki, əmanətlər əsasən Bakı şəhərində təmərküzləşib. Bu ilin 9 ayı ərzində ölkə üzrə əmanət yatırmalarında Bakı şəhəri üzrə artım tempi (8%) regionların artım tempindən (14%) aşağı olduğunda paytaxtın payında cüzi azalma (92,6%-dən 92,2%-ə) müşahidə olunub. Regionlarda daha çox artım əsasən Yuxarı Qarabağ (52,3%), Dağlıq Şirvan (41,7%) və Quba-Xaçmaz (31,2%) iqtisadi rayonlarında olmuşdur. Aran iqtisadi rayonunda isə 2,6% azalma qeydə alınıb (Diaqram 9).

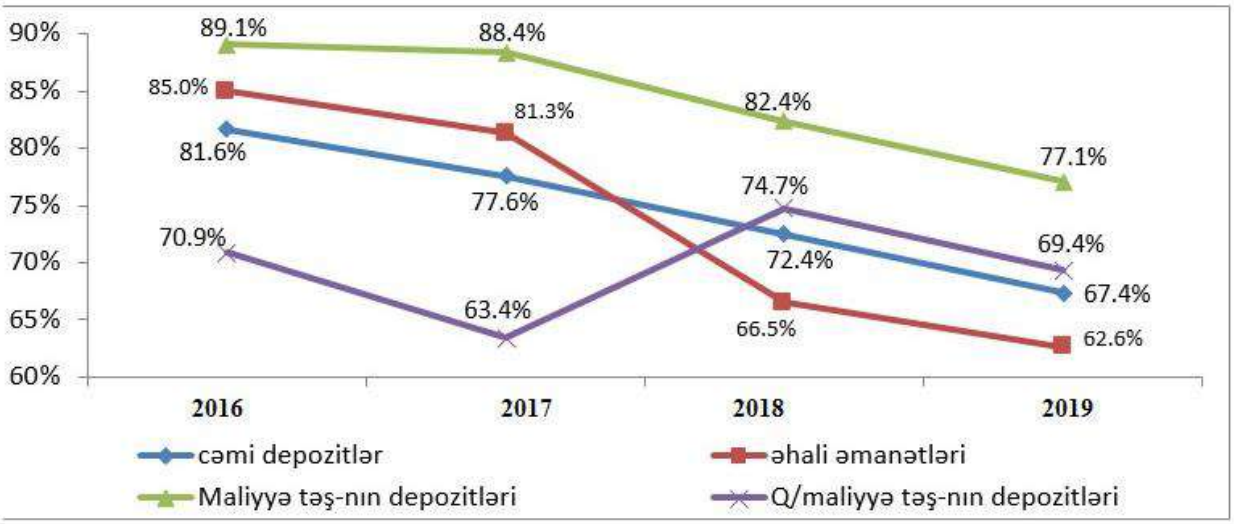
Diaqrm 9. 2015-2019-cu illərdə kredit qoyuluşunda xarici valyutaların payının dəyişməsi dinamikası



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

2016-cı ildə 2006-cı ildən sonra ən yüksək dollarlaşma səviyyəsinə (49,4%) çatan kredit qoyuluşunda manatın məzənnəsinin sabitliyi fonunda növbəti illərdə azalma müşahidə edilib. 2019-cu ilin 9 ayı ərzində xarici valyutada olan kreditlərin payı 40,9%-dən 38,6%-ə enmişdir. Bu, 2015-ci ildən sonra ən aşağı göstəricidir (Diaqram10)

Diaqram 10. 2016-2019-cu illərdə depozitlərdə arici valyutaların payının dinamikası



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Milli valyutanın sabitliyi və xarici valyuta üzrə depozitlərə banklar tərəfindən təklif olunan aşağı gəlirlilik fiziki və hüquqi şəxslərin xarici valyutada qoyuluşlara marağını azaldıb, bu da öz növbəsində depozitlərin dollarlaşması səviyyəsinə azaldıcı təsir göstərib. Ümumi depozit qoyuluşunda müşahidə olunan dollarlaşma səviyyəsinin azalması tendensiyası 2019-cu ildə də davam edib və ilin axırına 72,4%-dən 67,4%-ə enib. Əksdollarlaşmanın ən aşağı göstəricisi əhali əmanətlərində qeydə alınmışdır. 2019-cu ilin 9 ayı ərzində əmanətlərin dollarlaşması səviyyəsi 66,5%-dən 62,6%-ə enib. Devalvasiyaya əsasən ən yüksək həddə dollarlaşan (89,1%) maliyyə təşkilatlarının depozitlərində xarici valyutanın payı azalaraq oktyabrın 1-i tarixinə 77,1% təşkil edib. 2018-ci ildə qeyri-maliyyə təşkilatlarının depozitlərində yenidən dollarlaşmağa meyillənsə də 2019-ci ildən başlayaraq əksdollarlaşma ilə əvəz edilib. (https://www.cbar.az/).

Nəticə

Azərbaycan Respublikasında bank sisteminin yaradılması və formalaşmasında kommersiya banklarının roluna ayrıca nəzər salmaq daha məqsədəuyğundur. Bu məqsədlə son 10 ildə səhmdar kommersiya və kommersiya bankların inkişafına nəzər yetirməyi məqsədəuyğun hesab olunur.Ölkəmizdə 240-a yaxın kommersiya, səhmdar kommersiya bankları yaranmışdır. Bu illər ərzində kommersiya banklarının sayının artması müxtəlif səbəblə izah oluna bilər. Bunlara nizamnamə fonduna heç bir minimum həddin qoyulmaması üzündən onun məbləğin aşağı olması, inflyasiyanın yüksək olması səbəbindən kredit faizlərinin yüksək olması və s. aid etmək olar. 1994-cü ilin payızından etibarən Mərkəzi Bankın sərt monetar siyasətə keçməsi, kommersiya bankların verdikləri yüksək faizli təminatsız kreditlərin geri qaytarılması kommersiya banklarının fəaliyyətində problemlər yaratmağa başladı. Bank fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilikdəki boşluqlar mövcud vəziyyəti daha da ağırlaşdırırdı. Bundan başqa bank adı altında fəaliyyət göstərən, ancaq Mərkəzi Bankdan müvafiq lisenziya almadan xeyriyyə cəmiyyətlərinin və bütün qeyri-qurumların əhalidən yüksək faizlərlə əmanət cəlb edib mənimsəməsi, Dövlət Əmanət Bankındakı vəsaitlərin inflyasiya

nəticəsində dəyərsizləşməsi və sonradan indeksləşdirilib qaytarılması məsələsinin həll edilməməsi, yerli bank sisteminə olan inamın xeyli itirilməsinə səbəb olmuşdur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abdullayev Ş.Ə (2011). Azərbaycanın bank sistemi və ya bank resuslarının idarə olunması. Bakı- “Adiloğlu”, 1-215
2. Bağırov M.M. (2013). Bank və bank əməliyyatları. Bakı, Çıraq, -1 248
3. Bəşirov R.A.. (2014). Bank işi. Bakı, Nurlar, 1- 314
4. Əsgərova R.V. (2017). Pul, kredit və banklar. Bakı “Elm” 1– 391
5. Məmmədov Z.F.. (2006). Pul, gəlir və banklar. Bakı, Çıraq, 1- 314
6. Məmmədov Z.F..(2013). Bank fəaliyyətinin əsasları, Bakı, Azərnəşr, 1-315
7. Sadıqov E.S.(2010). Bank əməliyyatları. Bakı, Elm, 1,-216
8. https://www.cbar.az/
9. https://www.stat.gov.az

Müəssisələrin Maliyyə Risklərinin Ekometrik Qiymətləndirilməsi

Əhməd Hümbətov

humbetov_ehmed@mail.ru

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi beynəlxalq maliyyə sisteminin qeyri-dayanıqlılığı şəraitində müəssisələrin maliyyə risklərinin azaldılmasına dair problemlərinin öyrənilməsi, onun təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin və səmərəlililyinin yüksəldilməsi yollarmm müəyyənləşdirilməsidir.Müəssisə daxilində fəaliyyətdə olan dayanıqlı maliyyə imkanlarının yaranması, müəssisənin əsas istiqamətləri üzrə onların əlverişli şəkildə bölüşdürülməsi və istifadə edilməsi ilə təyin edilir. İEÖ-in təcrübəsindən məlum olur ki, maliyyə imkanlarının inkişaf etməsi məsələsi ümumi məzmunlu problemdir. Sözügedən bu problemin ayrılmaz tərkib hissələri kimi ilk növbədə maliyyə vəsaitlərinin yaranma və gerçəkləşmə mexanizmlərinin üzə çıxarılması, maliyyə vəsaitlərinin strukturunun yaxşılaşdırılması vəzifələrinin təyin olunması və onların həll edilməsi istiqamətlərinin aşkar edilməsi çıxış edir. Hazırda idarəetmədə vacib sektorlardan biri də risk idarəetməsi hesb edilir. Müəssisələrdə müəyyən itkilərin əngəllənməsi üçün qabaqcadan risklərin idarə olunmasını prioritet mövzulardan biri kimi müşayiət etməlidir. Müəssisələrdə yarana biləcək risklər təsnif edilməli onların əlamətləri, meydana gəlmə səbəbləri tədqiq edilməli , əsas üsullarla ölçülməli və onların azaldılması prosesləri təmin olunmalıdır. Son zamanlar yaranan böhranlar və iqtisadi baxımdan geriləmələr bir daha sübut etdi ki, risk idarəetməsini doğru şəkildə həyata keçirməyən müsəssiələr böyük itkilərə uğramış, bəzi vaxtlarda iflas olmaq təhlükəsi ilə də üzləşmişdir. Son illər dünyadakı iqtisadi böhran, neftin qiymətinin aşağı düşməsi Azərbaycana təsirsiz ötüşmədi. Ölkəmizdə devalvasiyanın baş verməsi, yerli valyutanın dəyərinin kəskin ucuzlaşması müəssislərin fəaliyyətinə ciddi təsir göstərdi, hətta bir çox müəssisələr bağlanmışdır. Müəssislərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi sahəsində olan normativ tələblər daha da sərtləşdirilmiş və maliyyə dayanıqlılığını təmin edə biləcək səviyyədə müəyyən olunmuşdur və ümumilikdə maliyyə bazarlarının sağlamlaşdırılması istiqamətində islahatlar aparılması, ölkəmizdəki bu sahəyı xüsusi yer ayırılması risk idarəetməsini ön plana çıxarmış, tətqiqatın aktuallığını artırmışdır.

Açar sözlər: Bank, Risk, Menecment

Giriş

Son dövrlərdə, xüsusilə də son 10 il ərzində risklərlə bağlı araşdırmalar, tədqiqatlar artmış, Risklərin idarə olunması ayrıca bir sahə kimi öyrənilməyə başlanıımışdır. Bunun səbəbi son dövrlərdə iqtisadi böhranların, maliyyə böhranlarının baş verməsi, şirkətlərin, investorların, ümumuiyyətlə bütün iqtisadi subyektlərin böyük itkilərlə üzləşməsi , hətta bəzilərinin iflas ilə qarşı- qarşıya qalması olmuşdur. Maliyyə sferasında banklar xüsusi yer tutduğuna görə və həmçinin bazarda baş verən dəyişikliklərə daha həssas olduqlarına görə bu böhranlarda banklar daha cox itkilərə məruz qalmış, bəzi nəhəng bankıar iflas etmişdir. Bütün bunlar Banklarda risk idarəetməsinin təkmilləşdirilməsini, onun ayrıca bir sahə kimi tədqiq edilməsini zəruri etmişdir.

Metod

Məqalənin nəzəri hissəsində müşahidəetmə, faktların toplanması və seçilməsi, onlar arasında əlaqənin yaradılması, müşahidə, qruplaşdırma, rortfel riskinin ölçülməsi metodu (“ortalama – variyasiya” nəzəriyyəsi), kapital aktivlərinin qiymət modeli , RMD (riskə məruz dəyər), GAP və Duration analiz , praktiki hissəsində isə qiymətləndirmələr E-views 9 proqramı üzərindən aparılmışdır.

Analiz

Müəssisə timsalında maliyyə riskləri və onların xüsusiyyətləri

Risk ümumi mənada gələcəkdə baş verə biləcək hadisələrlə bağlı zərər etmə ehtimalədır. Bu mənada iqtisadiyyatın bütün sahələrində - sənayedə, kənd təsərrüfatında, tikintidə, ticarətdə, maliyyə bazarlarında və digər sahələrdə müxtəlif risklərin meydana gəlməsi labüd xarakter daşıyır.Ümumi mənada risk, planlaşdırılan işlərin uğursuz olma ehtimalı və ya qərarların düzgün qəbul edilməməsi , zərər etmək ilə bağlıdır.(Ansell, J., Wharton, F, 2012: s.148).

Uzunoğlu" nun fikrincə risk, "planlanan ile reallasan arasındaki fərq" dır. Holton" un fikrincə risk "qeyri - müəyyənliyə qarşı müdafiəsiz qalma durumudur" ve bu baxımdan risk iki ümumi faktorla əlaqəlidir .(Uzunoğlu, S., 2013).

Risklə və qeyri - müəyyənlik arasında əlaqə vardır. Kaval bildirmişdir ki :" Gəlirlilik və likvidliklə bağlı qərarlar həmişə qeyri - müəyyənlik şəraitində verilir. Bu səbəbdən bu qeyri- meəyyənliyi aradan qaldırmaq üçün müəyyən ehtimallar, təxminlər ölçülür. Əgər bu təxmin edilənlər yəni ehtimallar reallaşanlarla eyni ölçülərdə olmursa bə ya yanlış təxmin zərərə səbəb olursa bu riskin özüdür ".(Kaval, H.2014).

Cədvəl 1. Maliyyə risklərinin təsnifatı

Təsnifatın əlaməti	Riskin xarakteristikası
Növlərə əsasən	Növləri aşağıda ayrıca qeyd edəcəyik
Obyektin əlamətinə əsasən	➢ Müxtəlif maliyyə əməliyyatlarının riski ➢ Müxtəlif növ əməliyyatların riski ➢ Müəssisənin ümumi maliyyə fəaliyyətinin riski
Təsdiqlənmiş alətin yekununa əsasən	➢ İndividal ➢ b. Portfel
Araşdırma üsullarına əsasən	➢ Sadə ➢ Kompleks
Baş vermə mənbələrinə əsasən	➢ Xarici ➢ Daxili
Maliyyə nəticələrinə görə	➢ İqtisadi zərər riski ➢ Əldən buraxılmış mənfəət riski ➢ c. Ümumilikdə iqtisadi zərər və əldən buraxılmış mənfəət riski
Zaman ilə ifadə olunmasına əsasən	➢ Daimi ➢ Müvəqqəti
Baş verən itkinin səviyyəsinə əsasən	➢ Buraxıla bilən ➢ Böhranlı ➢ Faciəli
Əvvəlcədən görmə imkanına əsasən	➢ Proqnozlaşdırılan ➢ Proqnozlaşdırılmayan
Sığortalanma imkanına əsasən	➢ Sığortalanmış ➢ Sığortalanmamış

Mənbə: Quliyeva Ş.T, (2013), s.82

Qeyd edək ki, sistematik risklər hər bir iqtisadi sistem və bazar üçün uyğundur, o cümlədən, diversifikasiya edilmir. Belə risklər sahə və müəssisələrə təsir edən faktorlarla bağlı olaraq yaranır. Yer üzündə və ayrı-ayrı ölkələrdə yarana biləcək siyasi yeniliklər, iqtisadi tərəddüdlər və s. buna misaldır.

Ekonometrik modelin qurulması

Ekonometrik modellərin tətbiqi ilə qiymətləndirmə aparılan zaman mühüm şərtlərdən biri əldə olunan nəticələrin etibarlılığıdır. Buna nail olmaq məqsədilə günümüzə qədər müxtəlif

metodologiyalar tətbiq edilməklə, nəticələrin etibarlılığını yoxlamaq məqsədilə fərqli yanaşmalar irəli sürülmüşdür. Dissertasiya işində bütün qiymətləndirmələr E-views 9 proqramı üzərindən aparılmışdır.

Dövlət Statistika Komitəsinin 2019-cu il hesabatına əsasən ölkəmizdə 2 dövlət, 28 özəl bank mövcuddur, xarici kapitallı bankların sayı isə 15-dir. Banklarımızın 512 filalı, 129 şöbəsi mövcuddur. 17,749 nəfər isə bank sahəsində çalışır. Hesabata əsasən, 2019-cu ildə banklarımızın cəmi faiz gəlirləri 483 mln manat təşkil edir, qeyri faiz gəlirləri isə 145 mln manatdır. Faiz xərcləri 141 mln manat, qeyri-faiz xərcləri isə 249 mln manatdır. Banklarımızın vergilər ödənilməmişdən əvvəl mənfəəti 139 mln manat, vergilər ödənildikdən sonra mənfəəti isə 124 mln manatdır. 2019-cu ilin ilk rübündə banklarımızın cəmi qeyri-faiz gəlirləri aşağıdakı kimi olmuşdur .(www.stat.gov.az).

Cədvəl 2. Bankların qeyri-faiz gəliri / min manatla

#	Bankın adı	2019, I rüb
1	Kapital Bank	36,038
2	Azərbaycan Beynəlxalq Bankı	29,382
3	PASHA Bank	9,553
4	Bank Respublika	5,845
5	Premium Bank	4,745
6	ASB	3,994
7	Yapı Kredi Bank	3,598
8	Unibank	3,459
9	Xalq Bank	2,774
10	AFB Bank	2,330
11	Rabitəbank	2,082
12	Günaybank	1,542
13	Ziraat Bank	692
14	Bank Avrasiya	395

Mənbə: https://fed.az/az/bank/qeyri-faiz-gelirleri-uzre-banklarin-bazar-paylari-cedvel-bolgu-73032 (01.01.2019)

Cədvəl 1-də 14 bankın qeyri-faiz gəlirlərinin miqdarı əks olunmuşdur. Yuxarıda gördüyünüz kimi, 2019-cu ilin birinci rübü üzrə ən çox qeyri-faiz gəliri olan bank Kapital Bank, ən az qeyri-faiz gəliri əldə edən bank isə Bank Avrasiya olmuşdur.

Cədvəl 2 Bankların mənfəəti /min manatla

#	**Bankın adı**	**2019**
1	Azərbaycan Beynəlxalq Bankı	130,345
2	Kapital Bank	47,626
3	PASHA Bank	35,681
4	Xalq Bank	7,199
5	Unibank	6,830

6	Rabitəbank	3,258
7	ASB	3,207
8	Premium Bank	3,015
9	Yapı Kredi Bank	1,686
10	Ziraat Bank	959
11	Bank Respublika	731
12	Günaybank	391
13	AFB Bank	111
14	Bank Avrasiya	14

Mənbə: https://bbn.az/banklarin-xalis-m%C9%99nf%C9%99%C9%99ti-uzr%C9%99-siralamasi/ (01.01.2019)

Yuxarıdakı siyahıda yalnız qeyd olunmuş banklardan, 2019-cu ildə ən çox mənfəət (130 milyon manat) əldə edən bank Beynəlxalq bank olmuşdur. Ən az mənfəət əldə edən bank isə Bank Avrasiya olmuşdur. Qeyd edilən hesabat müddətində Bank Avrasiya təxminən 14 min manat mənfəət əldə etmişdir.Qeyd edilən 14 bank arasında ən çox faiz gəliri payına sahib banklar, Paşa bank(0.94%), Bank Avrasiya (0.85%), Ziraat bank (0.81%) Unibank (0.78%), Rabitəbank(0.77%), Beynəlxalq bank(0.74%) və Kapital bankdır (0.68%). Günay bankın qeyri-faiz gəlirləri ümumi gəlirlər içərisində böyük paya sahibdir, 0.80%. Qeyri-faiz gəlirlərinin payı nisbətinə görə ikinci ən çox paya sahib olan bank isə ASB dır.

Cədvəl 3.Bankların qeyri-faiz və faiz gəlirlərinin payı

##	**Bankın adı**	**Qeyri-faiz gəlirlərinin payı**	**Xalis faiz gəlirlərinin payı**
11	Kapital Bank	0.32	0.68
22	Azərbaycan Beynəlxalq Bankı	0.26	0.74
33	PASHA Bank	0.06	0.94
44	Bank Respublika	0.42	0.58
55	Premium Bank	0.42	0.58
66	ASB	0.56	0.44
77	Yapı Kredi Bank	0.32	0.68
58	Unibank	0.22	0.78
99	Xalq Bank	0.32	0.68
110	AFB Bank	0.33	0.67
111	Rabitəbank	0.23	0.77
112	Günaybank	0.80	0.20
113	Ziraat Bank	0.19	0.81
114	Bank Avrasiya	0.15	0.85

Mənbə: https://fed.az/az/bank/qeyri-faiz-gelirleri-uzre-banklarin-bazar-paylari-cedvel-bolgu-73032 (01.01.2019)

Aşağı cədvəldə qeyd olunmuş məlumatlar müxtəlif illər üzrə Kapital Bank, Bank Respublika, Rabitəbank və Premium Bankın faiz və qeyri-faiz gəlirlərinin əks etdirir. 2016-ci ildən başlayaraq bankların faiz gəlirləri ilə birgə, qeyri-faiz gəlirlərində artış müşahidə edilmişdir. Bu bankların həyata keçirdiyi diverfikasiya siyasəti və dünya trendinə uyğun olaraq qeyri-faiz gəlirlərindəki artım bankların yenilənən innovativ məhsulları ilə bağlı ola bilər.

Cədvəl 4. 2016-2018-ci illərdə Bankların qeyri-faiz və faiz gəlirləri/milyon manatla

		Qeyri-faiz gəliri			Xalis faiz gəliri		
#	**Banklar**	**2016**	**2017**	**2018**	**2016**	**2017**	**2018**
1	Kapital Bank	298 035,00	331 719,06	351 024,00	304 347,78	443 549,06	588 021,00
2	Bank Respublika	35 024,50	74 983,00	61 638,00	17 442,40	19 432,00	54 821,00
3	Rabitəbank	14 530,50	14 287,00	24 166,00	12 133,90	11 869,00	54 115,00
4	Premium Bank	16 738,00	18 611,97	52 344,00	13 106,00	16 052,33	53 045,00

Mənbə: https://fed.az/az/bank/qeyri-faiz-gelirleri-uzre-banklarin-bazar-paylari-cedvel-bolgu-73032 (01.01.2019)

Ümumi olaraq bankların qeyri-faiz gəlirlərində müşahidə edilən artımın bir neçə səbəbi vardır. İlk öncə, 2015-ci ildə baş verən devalivasiya nəticəsində problemli kreditlərin sayı artmış, bu da bankın faiz gəlirlərinə mənfi təsir göstərmişdir. Banklar problemli kreditlərdən dolayı kreditləşməni dayandıraraq verilən vəsaitlərin yığımı ilə məşğul olmuşlar. Digər tərəfdən, faiz dərəcələri aşağı olduğu zaman, banklar mənfəət əldə etmək məqsədilə alternativ gəlir mənbələrinə yönəlirlər. Bu da qeyri-faiz gəlirlərinin artmasına səbəb olur. Həmçinin banklar müştərilərə risksiz gəlir əldə etmək məqsədilə yeni məhsullar təqdim edir və bununlada onları banka cəlb edərək çarpaz satış həyata keçirmiş olurlar.

Tədqiqat prosesində qeyd olunan datalara nəzər yetirdikdə 2018-ci il və sonrasında banklarda fərqli istiqamət seçildiyini görmək mümkündür və bu istiqamətdən dolayı faiz və qeyri-faiz gəlirlərində daha ciddi artımlar 2016 və 2017-ci illər ilə müqayisədə 2018-ci ildə qeydə alınmışdır. Cədvəl 4-dəki verilənlərə diqqət yetirsək,görərik ki, 2017-ci ildə qeyri-faiz üzrə gəlirlər Premium Bank üzrə 18.6 milyon manat və Rabitə bank üzrə 14.3 milyon manat ikən, 2018-ci ildə bu göstəricilərdə baş vermiş ciddi artımlardan dolayı 52.3 milyon və 24.2 milyon manat olaraq qeydə alınmışdır. Bu səbəbdən dissertasiya çərçivəsində aparılan tədqiqatda olan panel data analizi 2018 və dissertasiya işindəki hesablamalar iyun ayında tamamlandığı üçün 2019-cu ilin I rübünü əhatə etmişdir.

Bu tədqiqat işində Azərbaycan bank sektorunda qeyri-faiz gəlirlərinin mənfəət və risk üzərindəki təsirinin ölçmək üçün panel data reqresiya analizindən istifadə olunmuşdur. Tədqiqat prosesində qeyd olunan datalara nəzər yetirdikdə 2018-ci il və sonrasında banklarda fərqli istiqamət seçildiyini görərik və bu istiqamətdən dolayı faiz və qeyri-faiz gəlirlərində daha ciddi artımlar 2016 və 2017-ci illər ilə müqayisədə 2018-ci ildə qeydə alınmışdır. Cədvəl 4-dəki verilənlərə nəzər yetirdikdə görmüş oluruq ki, 2017-ci ildə qeyri-faiz üzrə gəlirlər Premium Bank üzrə 18.6 milyon manat və Rabitəbank üzrə 14.3 milyon manat ikən, 2018-ci ildə bu göstəricilərdə baş vermiş ciddi artımlar səbəbindən 52.3 milyon və 24.2 milyon manat olaraq qeydə alınmışdır. Bu baxımdan dissertasiya çərçivəsində aparılmış tədqiqatda olan panel data analizi 2018 və 2019-cu ili əhatə etmişdir.

Ekonometrik modeldə istifadə olunan aslı dəyişənlər ROA aktivlərin gəlirliliyini, ROE kapitalın gəlirliliyini, Z-score mali uğursuzluq riskini ifadə edir. Modele daxil edilən kontrol dəyişənlər DIV bankın diverfikasiya məlumatlarını, SH_{non} qeyri faiz gəlirinin payını ifadə edir. Qiymətləndirmə bazası olaraq məlumatlardan 2018-2019-ci il arasında statsitik məlumatlardan istifadə olunaraq ekonometrik model qurulmuş və nəticələri təhlil olunmuşdur. Statistik məlumatlar araşdırmaya daxil olan bankların məlumat bazasından əldə edilmişdir.

Kontrol dəyişənlərin hesablanması üçün Herfindahl Hirschman indeksindən istifadə olunmuşdur. Herfindahl Hirschman ilə hesablanan çeşidlənmə dəyəri (DIV), bank gəlirlərinin tək bir mənbədən gəlib gəlmədiyini və bankın etmiş olduğu diverfikasiya dərəcəsini göstərir. Gəlir qaynağının çeşidlənmə dərəcəsini müəyyən etmədən öncə DIV-in hesablanması üçün qəbul edilən anlayışların

müəyyən olunması və təsdiq olunması lazımdır.

- Xalis Faiz Gəliri (NET) ≥ 0
- Qeyri Faiz Gəliri (NON) ≥ 0
- 0 ≤ DIV ≤ 0
- $SH_{NET} + SH_{NON} = 1$

SH_{NET}, fəaliyyət gəliri içində xalis faiz gəlirlərinin payını, SH_{NON} isə fəaliyyət gəliri içində qeyri-faiz gəlirlərinin payını göstərməkdədir.

$$SH_{NET} = \frac{NET}{NET+NON}$$

$$SH_{NON} = \frac{NON}{NET+NON}$$

Gəlir qaynaqlarının çeşidlənmə dərəcəsini ölçmək üçün istifadə olunan DIV ölçümü fəaliyyət gəlirlərini, xalis faiz gəliri (NET) və qeyri faiz gəliri (NON) olmaq üzərə iki bölməyə ayrılır.

$$DIV = 1 - (SH^2_{NET} + SH^2_{NON})$$

DIV nəticəsində çıxa biləcək ən aşağı dəyər 0 və ən yüksək dəyər 0.50-dir. DIV dəyərinin 0.50 çıxması xalis faiz gəliri ilə qeyri faiz gəlir qaynaqlarının nisbətlərinin bərabər olduğu, 0 çıxması isə bankın bütün gəlirlərinin tək bir qaynaqdan gəldiyi mənasına gəlir.DIV indeksinin hesablamalarından olan NET və NON dəyərlərinin müsbət olmasının səbəbi DIV-in müsbət dəyər alması üçündür. Ancaq bu hala belə rəqəmlərin analizdən kənara edilməsi həm data itkisinə həm də çeşidləndirmənin mənfi təsirinin analizə göstərilməməsinə yol açacaqdır. Bu problemi aradan qaldırmaq üçün Herfindahl yanaşmasının istifadə olunmasında aşağıdakı dəyişikliklərə gedilmişdir . (Perdue, M. J. 2012:s.124).

Cədvəl 5 Aslı dəyişənlər

Dəyişənin adı	Düsturlar
ROA	Mənfəət/Aktivlər
ROE	Mənfəət/Kapital
Z-score	$\frac{\text{ROA+Kapital/Aktiv}}{\sigma \text{ ROA}}$

Mənbə: Ahmet Yarız (2011), İşletmelerde Risk Yönetimi -Risk Matrisi Uygulaması. İstanbul, Dergikapak, 171-190

Modelə daxil edilən dəyişənlərin məlumatları əldə edildikdən sonra panel data analizini həyata keçirmək üçün dataların bir sıra şərtlərin ödənməsi lazımdır.İlkin mərhələdə dəyişənlərin logarifması alınaraq eyni səviyyəyə gətirilmişdir. İkinci mərhələdə isə, dəyişənlərin stasionarlığı genişləndirilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller: ADF) testi ilə yoxlanılmışdır. Vurğulayaq ki, istənilən zaman seriyası dəyişən real dəyərləri ilə stasionar olarsa, I(0) sayılır. Bir dəyişən I(0) deyilsə, onun birinci dərəcədən fərqi (first difference) müəyyən edilir və stasionarlığı nəzərdən keçirilir. Bu zaman o, stasionar olarsa, bu dəyişən I(1) olacaqdır. Bəzən bir dəyişənin ehtimal paylanması təkcə zamana uyğun olaraq dəyişir ki, belə olduqda o dəyişən trend-stasionar hesab edilir. Bu test üzrə dəyərləndirmələr E-views 9 hesabına dəyərləndirildiyi üçün qeyd edilən testlərin riyazi hesablanma ilə əlaqədar informasiya verməyə gərək yoxdur. ADF vahid kök testində H_0 "dəyişən qeyri-stasionardır" yaxud "vahid kök problemi var" olaraq müəyyən edilir. Daha sonra modele daxil edilən

dəyişənlərin avtokorrelyasiya probleminin olub-olmamasını müəyyən etmək üçün Lagrange Multiplier-LM testi tətbiq olunmuşdur. Burada H_0 hipotezi serial korelyasiya problemi olmadığını ifadə edir. Heteroskedastiklik probleminin olub olmadığını yoxlamaq üçün daha etibarlı nəticə əldə etmək məqsədi ilə həm Breusch-Pagan-Godfrey (H_0 göstərirki "heteroskedastiklik problemi yoxdur") testindən istifadə edilmişdir .

Ekonometrik model və nəticələri

Azərbaycan bank sektorunda risk analizi qeyd olunan metodologiya ilə qiymətləndirilmiş və təhlil edilmişdir.Model qiymətləndirməsi aparılmazdan əvvəl dəyişənlərin stasionarlığını yoxlamaq ücün dəyişənlər üzərində vahid kök testləri həyata keçirilir. Dəyişənlərin stasionarlığı ADF testi ilə araşdırılmışdır. Əldə edilən nəticələr Cədvəl 3.6-da təqdim edilmişdir və dəyişənlərin səviyyədə stasionar olmadığını, lakin birinci tərtib fərqlərinin stasionar olduğunu göstərir. Texniki ifadə ilə desək, dəyişənlər I (1)-dir.

Cədvəl 6. Vahid kök testi

Dəyişən	Səviyyədə		I tərtib fərq		Nəticə
	t testi	p dəyəri	t testi	p dəyəri	
Qeyri-faiz gəlirləri	0.51075	0.982	-3.2958	0.031	I(1)
DIV	-1.7893	0.3717	-3.8474	0.011	I(1)
SH_{non}	-1.3835	0.5845	-5.9804	0.000	I(1)
ROA	-1.9858	0.2921	-8.7739	0.006	I(1)
ROE	-0.3850	0.9040	-7.9959	0.000	I(1)
Z-score	-1.4532	0.5609	-9.8214	0.000	I(1)

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Qiymətləndirilən modelinin qalıqlarında avtokorrelyasiya probleminin olub-olmamasını müəyyən etmək üçün Lagrange Multiplier-LM testi tətbiq olunmuşdur. LM testi üçün marjinal əhəmiyyətlilik səviyyəsi dəyərinin altıncı gecikmələr üçün 0.05-dən böyük olması səbəbi ilə avtokorrelyasiyanın olmadığı hipotezi üzərinə qurulmuş olan H_0 hipotezi rədd edilir. Nəticə olaraq altıncı gecikmə üçün qiymətləndirilən modelin qalıqları arasında avtokorrelyasiya problemi yoxdur.

Cədvəl 7 Avtokorrelyasiya testi

Gecikmə	LM statistik	P dəyəri
1	1.635470	0.8024
2	5.125251	0.2747
3	2.627210	0.6220
4	4.039101	0.4007
5	3.451302	0.3260
6	4.041903	0.7341

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəl 8-də heteroskedastiklik testinin nəticələri əks etdirilmişdir. Xi kvadrat statistikasının p qiymətinin 5%-dən böyük olması heteroskedastiklik testinin nəticəsinin qəbul olunduğunu təsdiq edir.

Cədvəl 8. Heteroskedastiklik testi

Dəyişənin adı	ROA	ROE	DİV	SH_{non}	Qeyri faiz gəliri
Chi square	40.33	67.67	105.62	83.12	34.09
P dəyəri	0.4765	0.7835	0.0571	0.9084	0.9594

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycan bank sektorunda qeyri-faiz gəlirlərinin mənfəət və risk üzərindəki təsirini göstərə bilmək üçün panel data reqresiya modelinin nəticələri cədvəl 9-da təqdim edilmişdir.

Cədvəl 9 Reqresiya modeli

Aslı dəyişən	ROA		ROE		Z-score	
	Əmsal	P dəyəri	Əmsal	P dəyəri	Əmsal	P dəyəri
Qeyri-faiz gəliri	0.0228	0.002	0.0079	0.000	0.0623	0.013
DIV	0.0048	0.000	0.0035	0.000	0.0162	0.005
SH_{non}	-0.0032	0.000	- 0.0274	0.000	-0.0533	0.000

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvələ nəzər yetridikdə diverfikasiyanın bankların aktivlərinin və kapitalının gəlirliliyini ifadə edən ROA və ROE dəyişənlərinin üzərindəki təsiri müsbətdir. Yəni, gəlir qaynaqları artdıqca bankların mənfəəti də artmış olur. Gəlir qaynağının bir mənbədən aslı olmaması risk də azaltmış olur. Bundan başqa qeyri-faiz gəlirlərinin aktiv və kapital gəlirliliyi üzərindəki təsirinə nəzər yetirdikdə görür ki, qeyri faiz gəlirlərində 1 % artım ROA əmsalının 0.023 %, ROE əmsalının isə, 0,008% artmasına səbəb olur. Digər tərəfdən, qeyri-faiz gəlirlərinin payı artdıqca aktiv və kapitalın gəlirliliyində azalma müşahidə olunur ki, bu da risk amili ilə bağlıdır. Bunun səbəbi, qeyri-faiz gəlirin faiz gəlirlərinə nisbətən qeyri-sabit və dəyişkən bir struktura sahib olmasıdır.Z-score qeyri-faiz gəlirlərinin payı artdıqca azalır. Qeyri-faiz gəlirlərinin payının 1% artması Z-score dəyərini -0.053% azaldır. Bu, qeyri-faiz gəlirlərindən çox asılı olan bankların iflas riskinin daha yüksək olduğunu göstərir.

Nəticə

1. Riskin araşdırmasının təyinatı proyektdə iştirak etməyin niyyətə xas şəkli barədə qərarın əldə edilməsi üçün lazımi məlumatını qəbul etmək və onun göstəricilərini dəyərləndirməkdir. Bazar vəziyyətində hər bir təşkilatın işinin 5 əsas risk bölməsini müqayisə etmək lazımdır: risksiz bölmə, ən az risk bölməsi, üstün risk bölməsi, böhranlı (kritik) risk bölməsi, qəbul olunmaz(təhlükəli) risk bölməsi.

2. Bank riskləri yeni zaman üçün əhəmiyyət kəsb edir. Bank risklərinin idarəçiliyi onların inkişafıyla əlaqədar problemlərə çıxış yolu tapmağa şərait yaradır. Onların idarəçiliyində bank risklərinin tipləri təyin olunur və onların hər birinin idarəçilik sxemləri açıqlanılır. Təkcə bundan sonra bank yatırım və kreditləri doğru idarələndirir.

3. Hazırda risklərin idarəçiliyi bir çox şirkət istiqamətindən yaxın zaçmanda qarşılaşılacaq riskləri ortadan götürmək üçün istifadə edilir. Şirkət yatırımlarla əlaqədar istənilən bir qərar əldə edildikdə, onunla birgə fiskal risklərinin miqdarını bilməyə çalışırlar. Fiskal riskləri üstün inflyasiya, bitmə, kapital bazarlarında dəyişimlilik, iflas və s. formasında ola bilər. Bu cür risklərin sayı şirkətin və ya şəxsin yatırım etdiyi maliyyə ləvazimatlarının tipindən asılıdır. Bu asılılıq mütləq formada ortadan

götürülməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Quliyeva Ş.T..(2013). Maliyyə riskləri və onların idarə edilməsi problemləri. Bakı, Elm,1-286
2. Ansell, J. and Wharton, F. (2012). Risk: Anaysis, Assessment and Management, John Wiley-Sons: New York, 1-358
3. Perdue, M. J. (2012). The Risk Management Process: An Overview, Annual Directors Conference, Western Independent Bankers: San Diego. 1-385
4. Kaval, H.(2014). Genel Olarak Risk Kavramı ve Yönetimi, Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi, 1-258
5. Uzunoğlu, S.(2013). Para ve Döviz Piyasaları, (2. Basım). Literatür Yayıncılık: Istanbul, 1-258
6. Ahmet Yarız (2011), İşletmelerde Risk Yönetimi -Risk Matrisi Uygulaması. İstanbul, Dergikapak, 171-190
7. Paşa bankın rəsmi saytı - www.pashabank.az (12.09.2019)
8. Kapital bankın rəsmi saytı - www.kapitalbank.az (12.09.2019)
9. ASB bankın rəsmi saytı - www.asb.az (12.09.2019)
10. Yapı kredi bankın rəsmi saytı - www.yapikredi.com.az (12.09.2019)
11. Azərbaycan Beynəlxalq bankın rəsmi saytı - https://ibar.az (12.09.2019)
12. Premium bankın rəsmi saytı - https://www.premiumbank.az (12.09.2019)
13. Günay bankın rəsmi saytı - www.gunaybank.com (12.09.2019)
14. Unibankın rəsmi saytı - www/unibank.az (12.09.2019)
15. Bank Respublikanın rəsmi saytı https://www.bankrespublika.az (12.09.2019)
16. Xalq bankın rəsmi saytı - https://www.xalqbank.az (12.09.2019)
17. Rabitə bankın rəmi saytı - https://www.rabitabank.com (12.09.2019)
18. Ziraat bankın rəsmi saytı - www.ziraatbank.az (12.09.2019)
19. Bank Avrasiyanın rəsmi saytı - https://bankavrasiya.az (12.09.2-19)
20. Accessbank rəsmi saytı - https://www.accessbank.az/en/
21. www.stat.gov.az

Qiymətli kağızlar bazarı statistikasının göstəricilər sistemi

Afaq Hüseynli

afaq.huseynli.ah@gmail.com

Xülasə

Qiymətli kağızlar bazarı iqtisadi konyukturanın dəyişməsinə həssas olan çoxlu sayda ayrı – ayrı vahidləri - maliyyə instrumentlərini özündə birləşdirən mürəkkəb, dinamik dəyişən maliyyə institutudur.Qiymətli kağızlar bazarı (kommersiya və bank kreditlərii ilə birlikdə) iqtisadiyyatda bir neçə mühüm funksiyanı- yəni iqtisadiyyatın subyektləri, sahələri və sferaları, habelə regionlar və ölkələr arasında müvəqqəti sərbəst qalan pul vəsaitlərinin yenidən bölgüsünü yerinə yetirir. Qiymətli kağızların buraxılması və yerləşdirilməsi emitentlər üçün zəruri vəsaitlərin əldə edilməsi vasitəsidirsə, investorlar üçün qiymətli kağızlar gəlir əldə etməyə imkan verən investisiya obyektidir. Qiymətli kağızlar bazarı dövlətə və müəssisələrə özünümaliyyələşdirmə və bank kreditləri ilə kifayətlənmədən maliyyələşdirmə mənbələrini genişləndirmək imkanı verir.

Qiymətli kağızlar bazarının vəziyyətini və fəaliyyətini hərtərəfli təhlil etmək üçün həm fərdi qiymətli kağızları, həm də qiymətli kağızlar qrupunu,onların ayrı-ayrı birjalardakı dövriyyəsini və bütövlükdə bazardakı vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemindən istifadə olunur. Müəyyən bir bazarda qiymətli kağızların dövriyyəsi ilə bilavasitə məşğul olan (və ya məşğul olmaq niyyətində olan) investorlara bütövlükdə bazarı xarakterizə edən göstəricilərlə yanaşı, həm də bu və ya digər konkret qiymətli kagızı və ya bu kağızı buraxan müəssisəni xarakterizə edən göstəricilər vacibdir.

Qiymətli kağızlar bazarının vəziyyətinin göstərilər əsasında kompleks statistik öyrənilməsi həm qiymətli kağızların əsas xüsusiyyətlərinin(onların məzənnəsi (qiyməti), satışın quruluşu və həcmi, investisiya keyfiyyəti və s.)təhlilinə, eyni zamanda qiymətli kağızlar bazarının iştirakçılarının fəaliyyətlərinin statistik qiymətləndirilməsinə əsaslanır.

Açar sözlər: Qiymətli Kağızlar Bazarı, Statistika, Göstərici.

Giriş

Qiymətli kağızlar bazarının vəziyyətini və fəaliyyətini hərtərəfli kompleks təhlil etmək üçün həm ayrı – ayrı qiymətli kağızların, həmçinin qiymətli kağızlar qrupunun, ayrı – ayrı birjalardakı dövriyyəsini və bütövlükdə qiymətli kağızlar bazardakı vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemi lazımdır.

Bu nöqteyi nəzərdən qiymətli kağızlar bazarı statistikasının göstəriciləri sistemi aşağıdakı şəkildə qruplaşdırılır:

- qiymətli kağızların məzənnə qiyməti üzrə statistik göstəricilər;
- qiymətli kağızların keyfiyyəti uzrə statistik göstəricilər;
- qiymətli kağızlarla əməliyyatların quruluşu və həcmi üzrə statistik göstəricilər;
-qiymətli kağızlar bazarı iştirakçılarının fəaliyyəti üzrə statistik göstəricilər. *(https://studbooks.net/)*.

Analiz

Qiymətli Kağızlar Bazarının Müasir Vəziyyətini Xarakterizə Edən Göstəricilərin Hesablanması Qaydaları:

Qiymət üzrə statistik göstəricilər, qiymətli kağızlar bazarının dinamikasını proqnozlaşdırmaq və təhlil etmək , onların riskliliyini və likvidliyini qiymətləndirmək üçün istifadə edilir. Burada "qiymətli kağızın qiyməti" anlayışının sinonimi olaraq " qiymətli kağızın məzənnəsi "

anlayışından da istifadə edilir.Qiymətli kağızın qiyməti və ya məzənnəsi qiymətli kağızlar bazarı statistikasının ən mühüm obyektlərindən biridir.*(Кремень,2014. с. 322).*

Statistikada qiymətli kağızların aşağıda göstərilən qiymət xüsusiyyətlərindən istifadə edilir:

1)nominal qiymət - bu blankı olan qiymətli kağız üçün qiymətli kağızda göstərilən qiymət və yaxud sənədsiz formada qiymətli kağız üçün elan edilmiş qiymətdir.Onu hesablamaq üçün qeydiyyatdan keçmiş(nizamnamə) kapitalın həcmini buraxılmış səhmlərin sayına bölmək lazımdır:

$$N_q = \frac{QK}{S_s}$$

Bu düsturda:

QK- qeydiyyatdan keçmiş kapitalın həcmini;

S_s - buraxılmış səhmlərin sayını göstərir.

Bazar qiyməti əsasən tələb və təklif qiyməti arasında yerləşir. Qiymətli kağıza tələb böyük olduqda onun məzənnə qiyməti təklif qiymətinə, qiymətli kağızların sayı çox olduqda isə tələb qiymətinə bərabər olur. Qiymətli kağızın məzənnə qiymətini müəyyən edərkən çox hallarda aşagıdakı dusturdan istifadə edirlər:

$$M_q = \frac{D}{S_f} * 100$$

Burada:

M_q – məzənnə qiymətini; D-dividenti; S_f - ssuda faizini göstərir.

Risk göstəriciləri nəzərə alınmaqla aksiya dividentlərinin artımı proqnozlaşdırılan zaman məzənnə qiyməti aşağıdakı kimi təyin edilə bilər:

$$M_q = \frac{D + D_{p.a}}{S_f + R_{ö}} * 100$$

Burada:

$D_{p.a}$ – dividentin proqnozlaşdırılan artımını;

$R_{ö}$ –faizlə risk ödənişini göstərir.

Fond birjası statistikasının əsas göstəriciləri:

Fond birjası istənilən başqa təşkilat kimi, kapitalın həcmi, gəlir və xərclərin quruluşu, mənfəət, personalım sayı, balansın quruluşu, rentabellik və s.kimi maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin göstəriciləri ilə xarakterizə olunur.*(Кремень, 2014. с .328*).

Fond birjasının inkişafını və fəaliyyətinin vəziyyətini xarakterizə edən əsas statistik göstərici fond indeksləridir.

Hər bir inkişaf etmiş ölkə özünəməxsus ümum**milli fond bazarı indeksindən istifadə edir.**Məsələn, ABŞ-da Dou Jons (Dow-Jones) sənaye indeksindən, İngiltərədə - FUTSI-100 (FT-SE) indeksindən, Yaponiyada - NIkKEY-225 (NIKKEY) indeksindən,, Almaniyada - Daks (DAX) indeksindən, Fransada - CAC-40 (SAS) indeksindən, və Rusiyada (RTS) indeksindən istidfadə edilir.

Onu da qeyd edək ki, ölkəmizdə AGBI(Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nairliyinin buraxdığı dövlət istiqrazları üzrə), ACBDI (Mərkəzi Bankının buraxdığı qısa müddətli notlar üzrə), AMFBI İpoteka Fondunun buraxdığı istiqrazlar üzrə fond indeksləri hesablanır.

Fond indekslərinin böyük hissəsi ya kapitalizasiya, ya da qiymət indekslərinə aid edilir. Kapitalizasiya indeksləri fond indeksini hesablamaq üçün qiymətli kağızları istifadə edilən müəssisələrin ümumi kapitalizasiyasını əks etdirir. Müəssisənin kapitalizasiyası dedikdə, müəssisə tərəfindən buraxılmış səhmlərin cari bazar dəyərinin onların sayına (dövriyyədə olan) hasili başa düşülür. Qiymət indeksləri indeksin baza siyahısına daxil olmuş şirkətlərin səhmlərinin dəyərinin hesabi ortası kimi hesablanır.

Fond indekslərinin hesablanmasının əsasında üç əsas orta kəmiyyət üsulu durur:*(https://studme.org /).*

1)sadə hesabi orta kəmiyyət. Sadə hesabi orta üsulu ilə hesablanan indekslər t vaxtı üzrə səhmlərin orta qiymətini göstərir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$P_1^t = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} p_i^t$$

Burada:

n – bu indeksi hesablamaq üçün səhmləri istifadə edilən şirkətlərin sayı;

i – emitent- şirkətin sıra nömrəsini(indeks bazasına daxil edilir, $i = 1,2, \dots \dots . . n$);

p_i^t- t vaxtında i şirkətinin səhmlərinin bazar dəyərini göstərir.

İlk fond indeksi səhmlərin sadə arifmetik orta qiyməti - 1884-cü ildə başlayan Dow Jones indeksi olaraq hesablanmışdır. Cari vaxt anında bazara daxil olan şirkətlərin səhmlərin bazar qiymətlərinin sadə hesabi ortası kimi ilk dəfə1884-cü ildə Dou- Jons şirkətinin sahiblərii C. Dou və E. Jons tərəfindən 30 sənaye korporasiyası,15 kommunal və 20 nəqliyyat kompaniyalarının daxil olduğu Dou- Jons indeksi hesablanmışdır. (Məmmədov , *1999. s.339).* ABŞ-ın aparıcı səhmdar cəmiyyətlərinin səhmlərin və bir sıra istiqrazların qiymətlərinin dinamikasını əks etdirən Dou Jons indeks kompleksi tarixən ilk və bu günə qədər mövcud olan indeksdir.

Sonralar, bu indeksi hesablayarkən, fond bazarının konyukturası ilə bağlı olmayan hadisələr(məsələn səhmlərin sayının, indeks bazasının dəyişməsi) nəticəsində vaxtaşırı indeksin dəyəri təhrif edilirdi. Ona görə də gələcəkdə səhmlərin bazar qiymətlərinin sadə hesabi orta qiymətini əks etdirən indeksi hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$P_2^t = \frac{1}{d_0}\sum_{i=1}^{n} p_i^t$$

Burada:

d_0- indeksin bərabərliyini təmin edən böləndir. O, aşağıdakı şəkildə təyin edilir:

$$d_0 = \frac{1}{P_2^0}\sum_{i=1}^{n} p_i^0$$

$p_i^0 -$ göstərilən hadisələrdə i şirkətinnin səhmlərinin bazar qiymətini;

P_2^0- göstərilən hadisələrdə indeksin dəyərini göstərir.

İndi isə şərti məlumatlara əsasən səhmlərin bazar qiymətlərinin sadə hesabi orta qiymətini əks etdirən indeksi hesablayaq.Tutaq ki, indeks bazası üç A, B və C. şirkətlərindən ibarətdir. A şirkətində t vaxt anında səhmlərin 1: 2 nisbətində bölünməsi baş verir. Şirkətlərin bölünmədən əvvəl və sonra səhmlərinin dəyəri və sayı barəsində aşağıdakı məlumatlar vardır:

Cədvəl 1. Şirkətlərin bölünmədən əvvəl və sonra səhmlərinin dəyəri və sayı

Şirkətlər	Bölünmədən əvvəl		Bölünmədən sonra	
	Səhmin qiyməti, man	Səhmin sayı, ədədlə	Səhmin qiyməti, man	Səhmin sayı, ədədlə
A	60	100	30	200
B	40	100	40	100
C	80	100	80	100

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Əvvəlcə bölünmədən əvvəl P_1^0 indeksinin qiymətini hesalayaq:

$$P_1^0 = \frac{1}{3}(60 + 40 + 80) = 60$$

Bu üç şirkət üzrə səhmin orta qiymətinin 60 manat olduğunu göstərir. Bu düsturu istifadə edərək bölünmədən sonra indeks hesablayaq:

$$P_1^t = \frac{1}{3}(30 + 40 + 80) = 50$$

Deməli səhmlərin orta qiyməti 10 manat aşagı düşmüşdür. Əslində isə bazarda heç bir dəyişiklik baş verməmişdi. Bunu aradan qaldırmaq üçün hesablamanı aşağıdakı şəkildə aparmaq lazımdır:

$$d_0 = \frac{1}{60}(30 + 40 + 80) = 2{,}5 \qquad P_2^t = \frac{1}{2{,}5}(30 + 40 + 80) = 60$$

Beləliklə, səhmlərin orta qiymətinin bu düsturla hesabladıqda A şirkətinin səhmlərinin bölünməsi indeksin dəyərinə təsir göstərmədi.Belə prosedur indeks bazasını və digər vəziyyətləri dəyişdirərkən tətbiq olunur.

2)həndəsi orta kəmiyyət üsulu .Həndəsi orta kəmiyyət üsulu ilə hesablanmış göstəricilər t zamanında indeks bazasına daxil olan müəyyən növ səhmlərin qiymətindəki həndəsi orta artım sürətini əks etdirir:

$$P_3^t = P_3^0 \sqrt[n]{\prod_{i=1}^{n} P_i^{t0}}$$

Burada: $P_i^{t0} = \frac{P_i^t}{p_i^0}$ -yə bərabər olmaqla, i-ci şirkətin baza dövrü ilə müqayisədə t müddətindəki səhm qiymətinin dəyişməsi sürətini, P_i^tvə P_i^0 şirkətdəki səhmlərin cari və baza dövründə bazar qiymətini; P_3^0-indeksin baza qiymətini göstərir.

Aşağıdakı cədvəlin məlumatlarına əsasən səhmlərin qiymətinin məzənnəsinin dəyişmə sürəti indeksini həndəsi orta kəmiyyət üsulundan istifadə etməklə (indeksin baza dəyərini 100-ə bərabər götürməklə) hesablayaq:

Cədvəl 2.Baza və cari dövrdə şirkətlərin səhmlərinin qiyməti

Sirkətlər	Səhmin qiyməti, manatla	
	Baza dövrü	Cari dövr
A	40	44
B	30	36
C	50	46

Mənbə:müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Belə halda həndəsi orta üsulla səhm qiymətləri orta artım sürəti:

$P_3^t = 100\sqrt[3]{\frac{44}{40}x\frac{36}{30}x\frac{46}{50}}$ =106,6892 bərabər olacaqdır.

Bu isə o deməkdir ki,A, B və C şirkətlərinin səhm qiymətlərinin artım sürəti baza dövrü ilə müqayisədə orta hesabla 6.6892 bənd artmışdır.

Bu indekslərin üstünlüyü səhmlərin tərkibinin dəyişdirilməsinin sadəliyidir. Çatışmayan cəhəti isə səhmlərin qiymətlərinə yüksək və aşağı dəyişmə sürətinə malik səhmlərin böyük təsiridir. Məsələn, bir növ səhmin qiymətinin dəyişmə sürəti sıfıra düşərsə , bu zaman indeksin qiyməti də də sıfıra dogru meyl edir.

Fond indekslərinin sadə hesabi və ya həndəsi ortadan istifadə etməklə hesablanmasının sadəliyinə baxmayaraq, bu indekslərin əhəmiyyətli çatışmazlıqları vardır:

- Konkret emitentin səhm bazarında real miqyasını nəzərə almır;

- Bu indekslərdə həm güclü,həmçinin zəif şirkətlərin səhmləri eyni tezliyə(çəkiyə) malik olur.

3) çəkili hesabi orta kəmiyyət üsulu. Yuxarida deyilən amillərin təsirini azaltmaq üçün fond indekslərinin hesablamasında çəkili hesabi orta kəmiyyət üsulundan istifadə olunur.Şirkətin-emitetin bazar kapitalizasiyası üzrə hesablanan bu indeks şirkətlər qrupunun kapitallaşma səviyyəsini, qiymətli kağızlar bazarına təsirini, səhmlərinin daha gəlirli olmasını və s. nəzərə almağa imkan verir. Şirkətin -emitetin bazar kapitalizasiyası üzrə səhmlərinin çəkili orta kəmiyyəti aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$P_4^t = \frac{1}{d_0}\sum_{i=1}^{n} p_i^t \omega_i^t$$

Burada:

ω_i- ümumi indeks səbətinin dəyərində i-şirkətinin dəyərinin hissəsini əks etdirən çəki əmsalını göstərir və $\omega_i = \frac{p_i^t n_i}{\sum_{i=1}^{n} p_i^t n_i}$ kimi hesablanır;

n_i- investorlar arasında yerləşdirilmiş i-şirkətinin səhmlərinin sayını;

$p_i^t -$ t vaxt anında $i - ci$ şirkətin bazar kapitalizasiyasını;

$\sum_{i=1}^{n} p_i^t n_i$- t vaxt anında indeks bazasına daxil olmüş şirkətlərin cəmi bazar kapitalizasiyasını göstərir.

Bu və ya digər fond indeksini hesablayarkən hansı üsuldan istifadə edilirsə edilsin, onun qurulması ümumi qəbul olunmuş bir sxemə əsaslanır:

-bazarın seqmenti müəyyən edilir;

- indeksə daxil olmaq üçün müəyyən tələblərə cavab verən qiymətli kağızlar seçilir (qiymətli kağızların müəyyən edilmiş bazar seqmenti üçün əhəmiyyəti,onların likvidliyi və sairə nəzərə alınır);

- indeksin hesablanması üçün ilkin informasiyaları (qiymətləri) verə biləcək informasiya tərəfdaşları seçilir; İnformasiya mənbələri kimi , əsasən birjaların özləri və yaxud da maliyyə agentlikləri çıxış edir;

-indeksin hesablanmasının ilk anı və onun baza dəyəri müəyyən edilir.

Səhm indekslərini hesablayarkən Laspeyres, Paaşe və Fişer düsturlarına əsaslanan aqreqat indekslərindən istifadə edilir.

Laspeyresin düsturu əsasında fond indeksi aşağıdakı şəkildə hesablanır:

$$J_n^L = \frac{\sum P_{ni} q_{0i}}{\sum P_{0i} q_{0i}} * J_0^l$$

Burada:

P_{0i} - əsas dövrdə i-ci növ səhmin qiymətini; q_{0i} - əsas dövrdə dövriyyədə olan i-ci növ səhmlərin sayını; P_{ni} – cari dövrdə i-ci növ səhmlərin qiymətini; J_n^L - cari dövrdə Laspeyres indeksini; J_0^l- əsas dövrdə Laspeyres indeksini göstərir.

Paaşenin düsturu əsasında fond indeksi aşağıdakı şəkildə hesablanır:

$$J_{pn} = \frac{\sum P_{ni} q_{ni}}{\sum P_{0i} q_{ni}} * J_{p0}$$

Burada: J_{pn} –cari dövrdə Paaşe indeksini; J_{p0}- əsas dövrdə Paaşe indeksini; q_{ni}- cari dövrdə dövriyyədəki i-ci növ səhmlərin sayını göstərir.

Fişerin düsturu əsasında fond indeksi Laspeyres və Paaşe düsturlarından hesablanmış orta həndəsi indeksdən istifadə etməklə hesablanır.

Qiymətli kağızlar bazarının iqtisadi təhlilində fond indekslərinin dinamikası, zamanda dəyişilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onlardan bəziləri hər dəqiqə hesablanır.

Fond indekslərini birjalar, broker idarələri, xəbər agentlikləri,konsaltinq firmaları tərəfindən yayımlanır. Dünya fond indeksləri qlobal səviyyədə və müxtəlif bölgələr üzrə bazarın vəziyyətini qiymətləndirməyə və hərəkətini proqnozlaşdırmağa imkan verir. Bu indekslər iri investorlara əhəmiyyətli strateji investisiyaların həyata keçirilməsinə kömək edir.

Metod

Qiymətli kağızlar bazarı statistikasının vəzifələrindən biri də qiymətli kağızlar üzrə ümumiləşdirici göstəricilərin qurulması metodologiyasını işləyib hazırlamaq və onların köməyi ilə fond bazarında yaranan qanunauyğunluqları müəyyən etməkdən ibarətdir. Bu göstəricilər sistemi özəlləşdirmə, bazar infrastrukturunun formalaşması və s. kimi yeni bazar hadisələrini və proseslərini nəzərə almalıdır.Bu nöqteyi – nəzərdən tədqiqatın məqsədi qiymətli kağızlar bazarının müasir vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilərin hesablanması qaydalarını statistik öyrənməkdən ibarətdir.

Qiymətli kağızlar bazarı statistikasının göstəriciləri sistemini öyrənərkən müşahidə, qruplaşdırma, cədvəl, orta kəmiyyət, indeks metodlarından istifadə edilmişdir.

Nəticə

Qiymətli kağızlar bazarı statistikası qiymətli kağızlar üçün statistik müşahidənin proqramını hazırlamalı, göstəricilər sistemindən istifadə edərək qiymətli kağızlar, onların yerləşdirilməsi və dövriyyəsi haqqında məlumat toplamaqla qiymətli kağızlar bazarını təhlil etməlidir.Həcm göstəriciləri,indekslər, əmsallar və qiymətli kağızlar bazarının bu və ya digər göstəricilər sisteminə daxil olan digər göstəriciləri qiymətləndirmə obyektinə və analitik funksiyalarına görə bir neçə əsas blokda birləşdirmək olar. Belə bloklar, ilk növbədə mikroiqtisadi (ümumiləşdirici) və makroiqtisadi (fərdi) göstəricilərin blokudur. Makroiqtisadi göstəricilər blokuna bazarların və birjaların vəziyyəti və fəaliyyəti ilə baglı göstəricilər daxildir.Mikroiqtisadi (fərdi) göstəricilər bloku bir tərəfdən emissiya potensialını, digər tərəfdən isə qiymətli kağızlarla ticarətin nəticələrini xarakterizə edən göstəriciləri birləşdirir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Məmmədov R.Ş. (1999) “Beynəlxalq statistika”. Dərs vəsaiti, Bakı, Az.DİU. nəş.422 s
2. 2.Галанов В.А,(2007) “Рынок ценных бумаг ”, М., Инфра-М, 379 с.
3. 3.Кремень В.М., Кремень О.І.(2014) Фінансова статистика ,Нав. пос.Київ,., Центр учбової літ., 368 с
4. 4.Минашкин В.Г. (2007) Статистика фондового рынка, Мос. Гос. универ. экономики,статистики и информатики., М.,. 118 с.
5. 5.Миркин Я.М, (2016) Статистика финансовых рынков. М.: Изд-во «КноРус», 250 с
6. 6.Чалдаева Л.А (2014) Рынок ценных бумаг.Теория и практика . учеб.. Ростов-на-Дону , РГЭУ,187 с.
7. 7.https://studbooks.net/(2.02.2020)
8. *8.https://studme.org /(7.02.2020)*

İnsan Resursları İdarəetməsini Təkmilləşdirmək üçün Analitikadan İstifadə

Fidan Cahangirova

cahangirovafidan@gmail.com

Xülasə

Texnologiyanının sürətlə inkişaf etməsi nəticəsində formalaşan informasiya əsrində məlumatların axınının sürətlənməsi, əlaqələrin qurulmasının asanlaşması, elmin öz inkişafının pik həddinə çatması və s. kimi amillərin nəticəsində iqtisadiyyat və idarəetmə kimi sahələr hərtərəfli inkişaf etməyə başlamışdır. Bu baxımdan, hazırda insan resursları idarəetməsi (İRİ) də hər bir şirkət üçün böyük əhəmiyyət daşıyır. Artıq şirkətlər müasir dövrün imkanlarına və tələblərinə müvafiq olaraq klassik idarəetmə nəzəriyyələrindən birdəfəlik uzaqlaşmaq və hazırki dəyişim sürətinə uyğunlaşmaq fikrini qəbul etməlidirlər. Son 100 il ərzində İRİ baş verən bir sıra köklü dəyişikliklər nəticəsində İRİ əməliyyat yönümlüdən strategiya yönümlü istiqamətə doğru hərəkət etmişdir. Hazırki dövrdə isə data yönümlü İRİ aktualdır. İnsan resursları (İR) ilə əlaqəli iri həcmli datalara yaxud məlumatlara dair analitik metodların sistemli şəkildə tətbiqi İR analitikası adlanır. Həm İRİ sahəsində, həm də şirkətin ümumi fəaliyyətində İR analtikasından istifadə şirkətələrə bir sıra üstünlüklər vəd edir. Ən son yeniliklərdən biri olan İR analitikasının istifadəsi, artıq investisiyaya güvənərək deyil, tamamilə dataların, məlumatların analizinə əsaslanaraq qərar qəbul etməyə imkan verir. Ancaq bu da qeyd edilməlidir ki, İR analitikasının tətbiqi olduqca qəliz hesab edilir və uğurla tətbiqi üçün bacarıq, dərin ixtisas bilikləri tələb edilir. Bu tədqiqatın əsas məqsədi İR analitikasının tətbiqinin təşkilatın performansını necə yüksəldə biləcəyini öyrənmək olmuşdur. Məqalədə İR analitikasının nə olduğu, üstünlükləri, əsas reallaşdırılma məqsədləri, şirkətlərdə tətbiqinə imkan verməyən real problemlərin nələr olduğu, İR analitikasının tətbiqi üçün hansı addımların atılması gərəkdiyi haqqında araşdırılma aparılmışdır. Aparılan araşdırma Azərbaycanda şirkət rəhbərlərinə İR analitikası, üstünlükləri, tətbiqi, real maneələr haqqında məlumat əldə etməyə yardımçı ola bilər.

Açar sözlər: İnsan Resursları, İnsan Resursları İdarəetməsi, İnsan Potensialı, İnsan Resursları Analitikası.

Giriş

İRİ insanları idarə etməklə bağlı prosesləri, iş yerləri mədəniyyəti və ətraf mühitlə əlaqəli həm strateji, həm də hərtərəfli yanaşmaları əhatə edir. Buraya işəgötürən ilə işçi münasibətlərinin yaradılması, idarə edilməsi və tətbiq edilməsinin bütün aspektləri daxildir.

Bu gün müəyyən qədər təcrübəyə və maliyyə resurslarına sahib, dəyişikliklərə effektiv şəkildə reaksiya verən və daima inkişafa köklənən təşkilatların öz fəliyyətlərinə data analizini tətbiq etmə şansı digər şirkətlərə nisbətən daha yüksəkdir. “Big Data” kimi adlandırılan, “verilənlər”, “məlumatlar”, “informasiyalar” kimi mənaları olan bu termin günümüzdə aktualdır. Beləki, müxtəlif məqsədlər üçün “nəhəng məlumatlar”dan istifadə etməklə, çox şaxəli və sistemləşdirilmiş nəticələr əldə etmək mümkündür. Big Datanın tərkibindəki məlumatların təhlili ilə məşğul olan sahə “Data Analitika” adlanır. Sosial şəbəkələrin müasir dövrümüzdəki gücü hamıya məlumdur. Bu gün milyonlarla istifadəçisi olan, və aktiv şəkildə istifadə edilən sosial şəbəkələrdə istifadəçilərin məlumatları, daha ətraflı desək, onların yaş kateqoriyaları, cinsiyyəti, milliyəti, paylaşımları, sosial şəbəkələrdə keçirdikləri zaman müddəti, bəyəndikləri və şərh yazdıqları paylaşımlar, əhatə dairələri, seçilməli, zövqləri, bir sözlə bütün hərəkətləri izlənilir, qeydiyyata alınır, analiz edilir və çox nəhəng, sistemli, geniş şaxəli nəticələr əldə edilir. Əldə edilən bu nəticələr müxtəlif məqsədlər üçün istifadə edilir. Məhz bu nümunə bu metodun nə qədər əhəmiyyətli və aktual olduğunu aydın şəkildə göstərir. Ümumiyyətlə, bu metoddan yəni, iri həcmli verilənlərdən, məlumatlardan istifadə “Analitika” adlandırılır. Bu gün əksər sahələrdə olduğu kimi İRİ sahəsində də analtikadan istifadə olunur. İR analitikası, bir sıra amillərin işçi qüvvəsinə və iş fəaliyyətinə necə təsir etdiyinə dair təsəvvür yaratmaq üçün İR, maliyyə və işgüzar sahələrdən məlumat əldə etmək, inteqrasiya və təhlil etmək

prosesidir (Sant, 2016). Son 10-15 il ərzində yaranan bu yeni tendensiya təşkilatlar üçün çox böyük üstünlüklər vəd edir. İR analitikası mövzusu bütün İR sahəsi üzrə çalışanların, tətqiqatçıların və mütəxəssislərin diqqət mərkəzindədir. Bu xüsusiyyət İR analitikasının aktuallığını göstərir. Bu tədqiqatda İR analitikasının nə olduğu, onun faydaları və üstünlükləri, reallaşdırılma məqsədləri, bu baxımdan şirkətlərdə real problemlərin nələr olduğu, İR analitikasının tətbiqi üçün hansı addımların atılmasının gərəkdiyi haqqında araşdırılma aparılmışdır.

Metod

Tədqiqatın nəzəri əsasını və məlumat bazasını tətqiqatçıların araşdırmaları, mətbuatda dərc olunmuş elmi məqalələr, elmi jurnallar, etibarlı internet resurslarının məlumatları əhatə edir. Araşdırmada analiz və sintez, müqayisəli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsullarından istifadə edilmişdir. Araşdırma ilkin olaraq məlumat toplama yolu ilə aparılmışdır, daha sonra analiz və sintez metodu vasitəsilə əldə olunan məlumatlara uyğun olaraq bir neçə hissəyə bölünmüş, həmçinin etibarlı təşkilatlar tərəfindən aparılan sorğuların bəzi göstəricilərinə və nəticələrinə müqayisəli təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə metodu tətbiq edilmiş və məqaləyə əlavə edilmişdir.

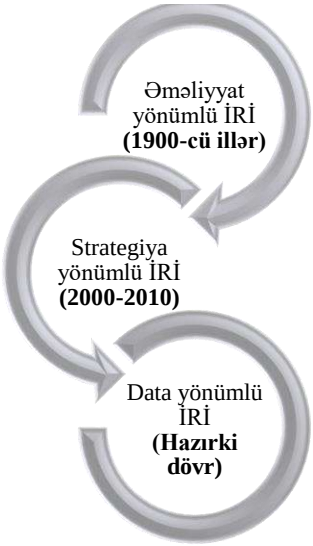
Analiz

İR analitikası nədir və onun tətbiqi hansı üstünlükləri vəd edir?

İRİ-nin konsepsiyası daha effektiv və məhsuldar töhfə verən mexanizm hazırlamaq və bununla şirkətin məqsəd və vəzifələrinin yerinə yetirilməsini təmin etməkdir. Bu gün bütün şirkətlərdə İR departamentinin olması heç də təsadüfi deyil. İR və onunla bağlı proseslər rəqabət üstünlüklərinə sahib olmaq və şirkətlərin fəaliyyətlərini uğurla davam etdirə bilmələri üçün kifayət qədər aktual xarakter daşıyır.

Hazırda İRİ sahəsində yeni bir tendensiya - İR analitikası gündəmdədir. İR analitikası, etibarlı informasiyalarla əlaqəli olan İR-nın idarə edilməsinə istiqamətləndirilmiş bir fəaliyyətdir. Eyni zamanda, şirkətin strategiyalarına uyğun olaraq, ehtiyac duyulan sahədəki informasiyaların şərh edilməsidir. İR analitikasını "istedad analitikası", "işçi qüvvəsi analitikası" və s. kimi də adlandırırlar. İR analitikası insan resurslarından başlayır, lakin bütün iş proseslərini əhəmiyyətli bir şəkildə əhatə edir və ya onlara təsir edir.

Sxem 1. İnsan resursları idarəetməsi təkamülü



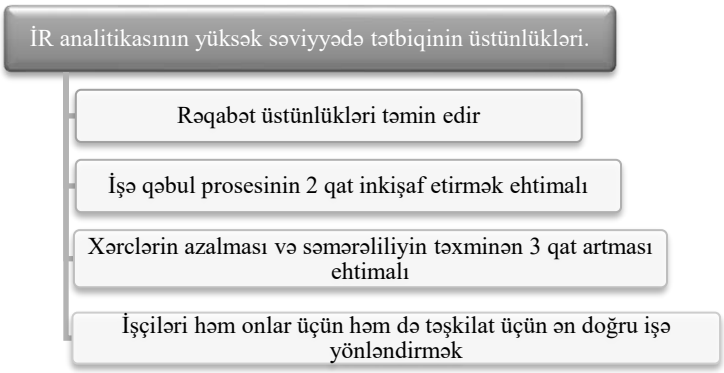
İR analitik modelləri işçiləri və bundan əlavə yeni namizədləri statistik modellər vasitəsi ilə daha yaxşı tanımaq, işə qəbul və işdən sonrakı proseslərdə düzgün qərar qəbul etməyə imkan verir. Eyni zamanda İR proseslərinə informasiyaları doğru şəkildə tətbiq etmək və praqnozlardan istifadə etməklə daha müvəffəqiyyətli seçimlər etməyi təmin edir.Keçən son 100 il ərzində İRİ əməliyyat yönümlüdən strategiya yönümlü istiqamətə doğru hərəkət etmişdir (Bersin, et., 2013). Hazırki dövrdə isə data yönümlü İRİ aktualdır (sxem 1).

İR analitikasının tətbiqi şirkətlərə bir sıra əhəmiyyətli üstünlüklər vəd edir. Belə ki, İR analitikasından istifadə edən şirkətlər qəbul etdikləri qərarlarla komandanın şirkətə olan etimadını iki qat artırır, xalis gəlirləri yüksəldir,

şirkətin bütün fəaliyyət sferalarında inkişafını təmin edir (Bersin, et., 2013). Mütəxəssislər iddia edir ki, ilk öncə doğru informasiya toplama mexanizmi yaradan, sonra o informasiyaları məqsədyönlü şəkildə istifadə edən, məntiqə və elmi tərəqqiyə uyğun qərarlar verəbilən şirkətlər bu gün olduğu kimi gələcək illərdə də fəaliyyətlərini uğurlu bir şəkildə davam etdirə biləcəklər.

Bu günki dövrdə "Royal Dutch Shell", "IBM" "Google", "Facebook", "Xerox", "Juniper Networks", "İnstagram" kimi müxtəlif sahələrdə dünyanın öndə gedən şirkətləri data analitikasından, həmçinin İR analitikasından effektiv istifadə edirlər. Bu şirkətlərdən bəzilərinin İR analitikası təcrübəsinə nəzər yetirək. "IBM" (International Business Machines Corporation) İR analitikasından istifadə etməklə uğurlu satış menecerlərini müəyyənləşdirməyə nail olmuşdur. Öncəliklə, 2012-ci ildə ildə 40 milyon iş müraciət edilən, bundan əlavə şirkətdə mövcud çalışan və menecerin qiymətləndirilməsi ilə bağlı nəhəng bir data anbarına sahib olan "Kenexa" işə qəbul və təlim şirkətini 1.3 milyard dollar ödəyərək satın almışdır. "IBM" işçi anketlərini və testlərin nəticələrini menecerlərin qiymətləndirilmələri ilə müqayisə etmiş, satış sahəsində müvəffəqiyyətli olmaq üçün ən vacib xarakteristikanın əslində "emosional cəsarət" olduğunu müəyyən etmişdir. Bu kriteriyalara uyğun olan namizədləri işə cəlb edən "IBM" tezliklə satışlarının həcmini yüksəltmişdir. Data üzərində qurulmuş bir şirkət olan hamımızın yaxşı tanıdığı – "Google" də İR analitikasından istifadə etməklə işə qəbul proseslərini qiymətləndirir. Şirkət on minlərlə iş görüşməsindəki məlumatları dərindən analiz edərək, namizədlərin göstəriciləri ilə mövcud çalışanların göstəricilərini müqayisə etmişdir. Layihə, şirkətə ən yaxşı namizədləri cəlb etmək hədəfində uğursuz olsa da, İR analitikası vasitəsilə şirkətdəki hər mövqe üçün müsahibə zamanı lazımi sayda namizədlərin müəyyən edilməsi və "Google"-da gələcəyə dair müvəfəqiyyət göstəricilərini proqnozlaşdırmağa nail olunmuşdur (Gover, 2015). "IBM", "Google" kimi nəhəng təşkilatlar bütün sahələrdə baş verən yeniliklərə ən effektiv şəkildə cavab verdikləri üçün, bu gün rəqabətə davamlı şəkildə fəaliyyət göstərirlər, onlar bazarda kiçik səhvin, cuzi büdrəmənin belə ciddi təsirlərinin ola biləcəyi reallığının fərqindədirlər.

Sxem 2. İR analitikasının üstünlükləri.



Mənbə: Bersin by Deloitte, (2013). "High-impact talent analytics: Building a world-class HR measurement and analytics function"

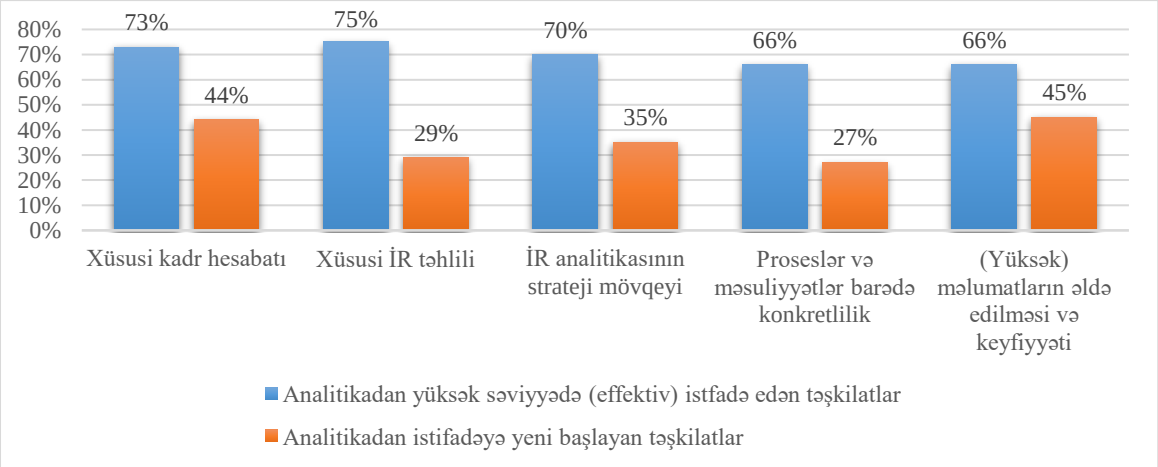
Tətqiqatçılar analitikanın tətbiqinin şirkət fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması üçün vacib olduğunu vurğulayırlar. İR analitikasını tətbiq edən rəhbərlər proseslər, nəticələr və nəticələr arasında əlaqələri yaratmaq, yəni təhlil üçün verilənlər bazası sistemlərindən istifadə edir və bununla da düzgün qərar qəbul etməyi asanlaşdırır. (Akter, et., 2016). Sxem 2-də təşkilata İR analitikasının tətbiqinin üstünlükəri qeyd edilmişdir.

"Deilotte" institunun apardığı araşdırma İR analitikasından istifadə edən təşkilatların, istifadə etməyən təşkilatlara görə əhəmiyyətli bir üstünlüyə sahib olduğunu ortaya qomuşdur. Araşdırmaya görə, fəaliyyətləri zamanı qəbul etdikləri qərarları dəstəkləmək üçün İR analitikasından istifadə edən

təşkilatların, digər təşkilatlara nisbətən üç illik orta qazancı 82%-ə qədər daha yüksək olur (Agarwal, et., 2018).

Üst səviyyə işəgötürənlər institutu (Top Employers Institute) və "Bright & Company | HR Strategy"-nin 2016-ci ildə birgə reallaşdırdığı araşdırmada dünya üzrə 200 şirkət arasında sorğu keçirilmişdir. "Bright & Company | HR Strategy" İR, sorğu və anketlər, eyni zamanda analitika ilə bağlı kifayət qədər təcrübəyə və biliklərə sahib olduğundan, sorğunun nəticələrini dərindən araşdırmağa nail olub. Analitikadan yüksək səviyyədə istfadə edən (I qrup) və analitikadan istifadəyə yeni başlayan (II qrup) 200 təşkilat arasında sorğu aparılmış - onların təcrübələri, tətbiqləri, istifadə etdikləri metodlar sorğu nəticəsində öyrənilmişdir. Sorğunun bəzi göstəriciləri qrafik 1-də əks olunmuşdur. Araşdırma aydın olaraq göstərib ki, I qrup təşkilatlar strateji qərarlar qəbul edərkən İR analitikasının nəticələrini əsas götürür və bu şirkətlərdə İR və onunla bağlı proseslər strateji təsir baxımından marketinq, maliyyə kimi sahələrlə eyni əhəmiyyət kəsb edir (Top Employers Institute and Bright & Company, 2016).

Qrafik 1. İR analitikasından istifadə edən və etməyən təşkilatların bəzi göstəriciləri.



Mənbə: Top Employers Institute and Bright & Company | HR strategy, 2016.

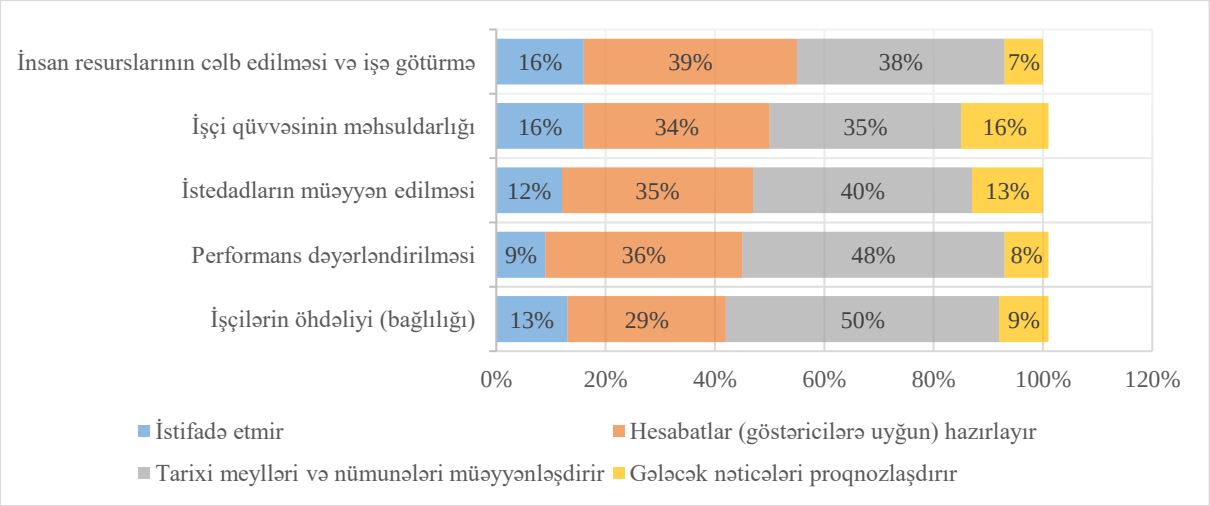
Qrafikdən də göründüyü kimi İR analitikası sahəsində təcrübəsi olan şirkətlərin göstəriciləri daha yüksəkdir. Təbii ki, bu şirkətlər qəflətən bu səviyyəyə çatmamışdır, onlar bu mərhələyə gəlib çatmaq üçün öncəliklə mövcud imkanlarına uyğun olaraq ilkin tətbiqləri reallaşdırmışlar və tədricən hədəflədikləri məqsədlərə yönəlməyə başlamışlar. Onlar ən əsas addımı atmış – İR analitikasını şirkət fəaliyyətinə tətbiq etmək qərarına gəlmiş və plan hazırlamışlar.

Şirkətlərdə İR analtikiasının qəbul olunmasına qədərki əsas problemlər.

Mütəxəssislər hesab edir ki, illər boyu İR sahəsində analitikadan istifadədə aşkar olunan əsas maneələr mənbələrin əskikliyi, bilik və bacarıqların olmaması, maliyyə problemləri, yüksək səviyyədəki idarəedici dəstəyin olmaması, qeyri-sabit mədəniyyət, texnologiyanın olmamasıdır (Vidgen, et., 2017). Təbii ki, yeni bir axına qoşulmaq üçün tələb olunan bacarıqlara sahib insanların, maliyyə vəsaitlərinin və təcrübi biliklərin olması vacibdir. Digər bəzi tədqiqatçılara görə isə İR analikasının tətbiqindəki əsas problemlər etik davranışın və müvafiq bir hüquqi bazanın əksikliyidir (White, et., 2016).

Tədqiqatlar göstərir ki, şirkətlərin əksəriyyəti marketinq və maliyyə kimi sahələrdə analitik imkanların tətbiqini gücləndirsə də, işçilərin cəlb edilməsi, onların bacarıqlarının müəyyən edilməsi, məhsuldarlıq kimi proseslərdə yəni, İR sahəsində analtikadan daha az isifadə edirlər. "IBM" institunun 2014-cü ildə 342 şirkətin İR menecerləri arasında apardığı sorğuda müəyyən edilmişdir ki, kimiləri əsasən performans dəyərləndirməsi və buna uyğun kadr hesabatları hazırlanmasında, bir qismi isə öncəki meylləri və nümunələri aşkar etmək və anlamaq üçün analitikadan istifadə eetmişlər (Qrafik 2).

Qrafik 2. Şirkətlər İR analitikasından necə istifadə edir?



Mənbə: IBM, Instute of Business Value, 2014. "Yeni dövr üçün yeni gözləntilər: "Qlobal C-suite" araşdırmasında İRM (İnsan resursları üzrə menecer) anlayışları, analizləri".

Qrafik və cədvəldən aydın olur ki, sorğuda iştirak edənlərin 16%-dən az hissəsi gələcəyə dair proqnoz vermək, bacarıqların müəyyən edilməsi, insanların işə cəlb edilməsi və işə götürmək üçün analitikdan istifadə etdiklərini bildiriblər. Bununla birlikdə, şirkətlərin 50%-dən çoxu işçilərin məlumatlarını İR ilə digər departamentlərin məlumatları ilə birləşdirməkdə çətinlik çəkdiklərini bildiriblər.

Şirkət rəhbərləri adətən öz çalışanlarına yüksək səviyyədə investisiya qoyurlar, lakin, İR menecerlərinin əksəriyyəti işçilərə qoyulan bu cür sərmayələrin dəyərini və gəlirlərini "sübut edə bilmirlər". Məhz bu proses zamanı, İR menecerləri iş üçün müraciət edən şəxslərlə əlaqəli mövzuları ətraflı araşdırmadan doğru olmayan yaxud səmərəsiz qərarlar qəbul etmək riski daşıyır. Bir çox İR rəhbərləri qərar qəbul edərkən hələ də keçmiş tendensiyalardan, nəzəriyyələrdən, təcrübələrdən və meyarlardan istifadə edirlər. Lakin, mövcud rəqabət mühitində şirkət rəhbərləri və İR menecerləri İR inkişaf etdirmək üçün İR analtikasını qəbul etməlidirlər (Reddy, et., 2017).

Adətən əksər təşkilatların İR analtikasının imkanlarını mənimsəməsi çətin olur. "Deloitte" institutu tərəfindən 2018-ci ildə aparılan "Qlobal İnsan Kapitalı Tendensiyaları" araşdırması çərçivəsində 124 ölkədəki 11.000 iş adamı və İR meneceri arasında sorğu keçirilmişdir. Sorğuda iştirak edənlərin 84%-i yəni təxminən 9.420 nəfəri, İR xərclərini idarə etmək üçün analitikadan istifadəni vacib hesab edərək, İR analitikasının tətbiqi nəticəsində əldə edilən nəticənin yüksək olduğunu vurğulamışdır (Agarwal, et., 2018).

İR analitikasının tətbiqi zamanı dataların təhlükəsizliyi məsələləri də vacib rol oynayır. Belə ki, işçilərin əksəriyyəti məlumatların kiber hücumlara qarşı həssas ola biləcəyindən qorxur, yəni onlara aid məlumatların ələ keçirilməsindən ehtiyat edirlər. Sorğuda iştirak edən şirkətlərin 75%-i məlumatların mühafizəsinin vacibliyini qəbul etsə də, onlardan yalnız 22%-i işçilərin məlumatlarını qorumaq üçün yüksək səviyyəli mexanizimlərə malikdir (Agarwal, et., 2018).

Analitikadan istifadə yeni bir model olduğu üçün şirkətlərin bunu qəbul etməsi, tətbiq etməsi və bu prosesə adaptasiya olması uzun zaman ala bilər və kifayət qədər bilik, bacarıq, zəka və başqa digər amilləri tələb edir. Şirkətlər digər əksər sahələrdə olduğu kimi İRİ sahəsində də analtikadan istifadənin üstünlüklərini qəbul estələr də, bu modeli şirkətlərində tətbiq etməkdə yuxarıda qeyd edilən çətinliklərlə üzləşirlər. Ancaq bu da danılmaz faktdır ki, rəqabətə davam gətirmək üçün bu model tətbiq edilməlidir və bu maneələri aşmaqla bu məqsədə nail olmağa ehtiyac duyulur.

Uğurlu İR analitikası tətbiq etmək üçün hansı addımlar atılmalıdır?

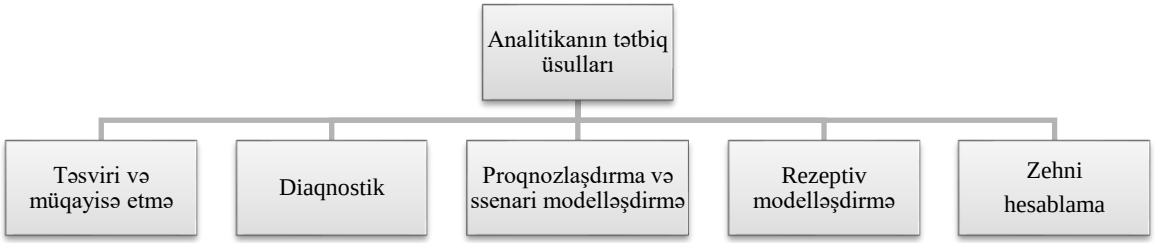
Öncəliklə şirkətlər öz strategiyalarına uyğun olaraq analitik modellər seçməlidirlər. Daha ətraflı desək, onlar müvafiq suallar təyin etməli və bu suallara cavab tapmaq üçün İR analitikasından istifadə etməlidirlər. Daha sonra isə qərarvermə və lazım gələrsə icraetmə mərhələlərinə keçməlidirlər. Analitika təşkilati strategiyanın mərkəzini təşkil edir. Bu baxımdan atılmalı olan ilk addımlardan biri, bütün məlumatları idarə etmək və təhlil etmək üçün düzgün strategiya və texnologiyaya investisiya qoymaqdır.

“Bright & Company | HR Strategy” İR analitikasının tətbiqinə başlamaq istəyən və ya bu haqqda öyrənmək istəyən təşkilatlara bir sıra önəmli tövsiyyələr təqdim etmişdir:

1. İş proseslərinin yaxşılaşdırılması İR analitikasının tətbiqi ilə reallaşdırılmalıdır;
2. İR analitikası tətbiqləri şirkətin strategiyasına uyğun olmalıdır;
3. Əmin olun ki, həm İR ilə bağlı, həm də təhlil etməyi hədəflədiyiniz digər istiqamətlər ilə əlaqədar olan məlumatlarınız dəqiq və etibarlıdır;
4. Məlumatların məxfiliyi və idarə olunması prosesləri cəlb edilmiş bütün tərəflərlə öncədən mübahisə edilməli, qərarlar qəbul edilməli daha sonra isə məlumatların toplanmasına və təhlilinə başlamazdan əvvəl dəqiq sənədləşdirilməlidir;
5. Məlumatlar və ya datalar ehtiyac olarkən istifadə etmək məqsədilə prosesə öncədən cəlb edilmiş bütün tərəflərə əlçatan olmalıdır;
6. İR analitikasının təhvil tarixi dəqiq müəyyənləşdirilməlir və s. (Top Employers Institute and Bright & Company, 2016).

Şirkətlər bu sahədə kifayət qədər bacarıqlara sahib olan analitikləri bu prosesə cəlb etməlidirlər və yaxud mövcud kadrların İR texnologiyası, performans konsaltinqi, vizualizasiya və layihə idarəetmə kimi bacarıqları öyrənmələrini təmin etməlidirlər. Həmçinin İR analitikasının böyük əhəmiyyət kəsb edən tətbiqi üsullarını öyrənməlidirlər (Sxem 2).

Sxem 3. Analitikanın tətbiq üsulları



Mənbə: IBM, Institute of Business Value, (2014). "New expectations for a new era: CHRO insights from the Global C-suite Study."

Hazırki dövrdə bəzi şirkətlər müştərilərinə göstərdikləri həssaslığı öz işçilərinə də göstərirlər. Belə şirkətlər "Müştəri ilə işçi arasında heç bir fərq yoxdur" prinsipini qəbul edirlər. Bəhs etdiyimiz bu şirkətlər İR analitikasından istifadə etməklə həm özləri üçün ən düzgün insanları işə cəlb etməklə daha artıq dəyərin yaranmasını təmin edir, həm də işçilərə qarşı həssas, mülayim, xoş davranmaqla işçilərin şirkətə olan güvənini, həmçinin onların motivasiyasını artır ki, bunların da nəticəsində şirkətin ümümi performansını artır. Artıq şirkətlər anlamalıdırlar ki, işçilərin məmnuniyyət səviyyəsi şirkətin inkişafı üçün çox vacib bir amildir. Şirkətə yüksək etimadı olan, motivasiyası yüksək olan işçi təbii ki, daha keyfiyyətli və daha artıq dəyər yaradaraq şirkət üçün faydalı olacaqdır.

Yuxarıda sadalananlar şirkətlərin İR analitikasını tətbiq etməyi planlaşdrarkən diqqət etməsi və reallaşdırması tələb olunan ən vacib amillərdəndir.

Nəticə və Təkliflər

Tətqiqatın nəticəsi olaraq bunları qeyd edə bilərik: Təşkilatlarda İR analitikasının tətbiqi zamanı məlumatların düzgün təşkili tədqiqatçıya kömək edir və işin keyfiyyətini artırır. İR analitikasının tətbiq edən şirkətlər qəbul etdikləri qərarlarla komandanın şirkətə olan etimadını iki qat artırır, xalis gəlirləri yüksəldir, şirkətin bütün fəaliyyət sferalarında inkişafını təmin edir. İR analitikası təşkilatlara rəqabət üstünlüyü əldə etmək, onların məqsədlərinə daha sürətli və effektiv şəkildə çatmaq imkanı verir. Şirkətin performansını artırmaq üçün İR analitikasından yararlanmaq, İR-nın və şirkətin performansının artırılmasına xidmət edən doğru bacarıqlara sahib insanların daha sürətli və daha effektiv şəkildə müəyyən etməsini, onları işə qəbul etməsini, inkişaf etmələrinə dəstək olunmasını və onları şirkətdə saxmalağı təmin edəcəkdir. İR-nın bu şəkildəki fəaliyyəti şirkətlərin inkişaf sferalarını düzgün şəkildə müəyyən etməyə gətirib çıxaracaqdır. Bütün bunlar gələcəkdə işçilərin şirkətə olan etimadını və öz öhdəliklərinə qarşı olan məsuliyyətini daha da artıracaqdır.

Araşdırmanın ümumi nəticələrinə görə müəyyən edilmişdir ki, təşkilat rəhbərlərinin əksəriyyəti İR analitikasının üstünlüklərinin fərqindədir və tətbiqini məqbul bilirlər, lakin fəaliyyətlərinə tətbiq edilməsi üçün kifayət qədər bacarıqlarının olmadığını da etiraf edirlər. Araşdırma zamanı təşkilatlarda İR analitikasının tətbiqinə əsas maneələrin mənbələrin əskikliyi, biliklərin az olması, yüksək səviyyədəki idarəedici dəstəyin olmaması, maliyyə problemləri, tələb olunan bacarıqların və texnologiyanın olmaması müəyyən edilmişdir. Təəssüf ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlərdə İR analitikasından istifadə yox səviyyəsindədir və bunun yuxarıda sadalanan problemlərdən qaynaqlandığını deyə bilərik.

Hazırki dövrdə istənilən sahədəki dəyişim sürətinə ancaq öz hədəfini və istiqamətini müəyyən edəbilən eyni zamanda yenilikləri öyrənməyə çalışan, sistemli düşünməyi bacaran, müşahidə edib

doğru qərar verəbilən, başqa sözlə dəyişikliklərə effektiv və sürətli şəkildə reaksiya verən şirkətlər uğurla fəaliyyət göstərə bilərlər. Bu davranışı öz fəaliyyətində tətbiq edən və təbliğ edən şirkətlərin digər bu davranışı tətbiq etməyən şirkətlərlə müqayisədə insan resurslarının potensialını düzgün şəkildə analiz etmə şansı artır.

Tətqiqat nəticəsində müəyyən edilmiş təkliflər aşağıdakılardır:

- Artıq İRİ-də əsəs hədəf - "şirkətə ən bacarıqlı, bilikli insanları hansı yolla cəlb etməli və həmçinin qarşıya qoyulmuş ortaq bir məqsədə çalışanlarla birlikdə necə sahib olmalı?" sualına cavab vermək olmalıdır;
- Şirkətlər İR analitikası sahəsində kifayət qədər bacarıqlara sahib olan analitikləri fəaliyyət proseslərinə daxil etməlidirlər;
- İR menecerləri şirkətin ehtiyaclarını ödəmək üçün İR analitikasını təşkilati məzmuna, hədəfə və mövcud strategiyasına uyğunlaşdırmalıdırlar;
- İR analitikasından istifadə zamanı datalar etibarlı və dəqiq olmalıdır;
- Şirkət rəhbərliyi işçilərə də müştərilərə qarşı olduğu kimi həssaslıqla yanaşmalı, onların motivasiyasını və şirkətə olan etimadını artırmaq üçün addımlar atılmalıdır;
- Azərbaycanlı şirkət rəhbərləri İR analitikası sahəsində xarici şirkətlərin təcrübələrini öyrənməkdən, tətbiq etməkdən qaçmamalıdırlar. Bu prosesin qəliz və maliyyə tələb edən olduğu aydın olsa da, vəd etdiyi üstünlüklər də olduqca dəyərli və istənilən səviyyədədir;
- İR analitikasının nəticələrindən sonra şirkətlər lazım olan tədbirləri reallaşdırmağı təxirə salmamalıdır. Çünki, xüsusilə bugünkü sürətli dəyişən dünyada, əvvəllər edilən bütün təhlillər sürətlə dəyişəcək və gələcəkdə tətbiqi planlaşdırılan tədbirlər faydasız ola bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Agarwal, D., Bersin, J., Lahiri, G., Schwartz, J., Volini, E., (2018), Global Human Capital Trends: The rise of the social enterprise, p. 114.
2. Akter, S., Wamba, S. F., Gunasekaran, A., Dubey, R., & Childe, S. J. (2016), How to improve firm performance using big data analytics capability and business strategy alignment? International Journal of Production Economics, 182, p.113-131.
3. Bersin, J., O'Leonard, K., Wang-Audia, W., (2013), High-impact talent analytics: Building a world-class HR measurement and analytics function, Bersin by Deloitte. (http://www.bersin.com/Practice/Detail.aspx?id=16909)
4. Erkoç, D. (2009) Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları İle İşletme Performans Değerlendirme Sistemi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
5. Gover I. (2015), 5 companies using big data to transform human resources, Modern workforce blog by everwise, p. 7.
6. IBM Institute for Business Value, (2014), New expectations for a new era: CHRO insights from the Global C-suite Study, p. 28.
7. Jones, K. (2015), Ready or not? Is HR ready for analytics?, Workforce Solutions Review, p 35-36.
8. Reddy, P. R., & Lakshmikeerthi, P. (2017), HR analytics-An effective evidence based HRM tool. International Journal of Business and Management Invention, 6(7), p. 23-34.
9. Rosaline U. E. (2019), Strategies for Using Analytics to Improve Human Resource Management, Walden University, College of Management and Technology.

10. Sant, S. S. (2016), A study on the HR analytics competitive advantage for organization as a HR strategy. Journal of Advances in Business Management, 2, p. 9-11.
11. Top Employers Institute and Bright & Company | HR strategy, (2016), Organisıng for HR Analytics Success Results of the HR Reporting & Analytics Study, p. 26.
12. Vidgen, R., Shaw, S., & Grant, D. B. (2017), Management challenges in creating value from business analytics. European Journal of Operational Research, 261(2), p. 626-639.
13. White, G., & Ariyachandra, T. (2016), Big data and ethics: Examining the grey areas of big data analytics. Issues in Information Systems, 17(4), 1-7.

Gənc Mütəxəssislərin İşgüzar Karyerasının İnkişafı Problemləri

Zaur Rəsulov

zyrasulov@mail.ru

Xülasə

Respublikamızda reallaşdırılan Strateji Yol Xəritəsi və bu çərçivədə reallaşdırılan tədbirlər, islahatlar rəqabət mübarizəsinin gücləndiyi bir şəraitdə şirkətlərə və onların idarə edilməsinə yeni tələblər irəli sürülür. Şirkət və müəssisələrin inkişafı və idarə edilməsinin təkanverici amili kimi isə menecment və onunla əlaqədar müasir qlobal tendensiyalar çıxış edir. Bununla əlaqədar istər şirkətlərin top-menecerləri, istər şirkət daxilində müxtəlif səviyyə menecerləri, istərsə də menecerlə tabeçilikdə olanlar arasında münasibətlərin, işgüzar ünsiyyətin formalaşmasında, bir sözlə heyətin idarə edilməsində yeni meyllərə üstünlük vermək lazım gəlir. Heyətin idarə edilməsində yeni meyllər öz növbəsində lazımi şəraiti təmin etməlidir ki, hər bir işçi işlədiyi müddət ərzində biliyinə, bacarığına, ixtisasına, dəyişikliklərə, yeniliklərə adaptiv xüsusiyyətlərinə görə öz həqiqi mövqeyini tutmuş və planlaşdırılmış nəticəni vermiş olsun.

Bu gün mütəxəssislərin işgüzar karyera strategiyasının formalaşdırılması sosial-əmək münasibətlərinin reallaşdırılmasının təkmilləşdirilməsinin, heyətin əmək məhsuldarlığının və keyfiyyətinin yüksəldilməsinin səmərəli mexanizmlərindən hesab olunur. Hazırda mütəxəssislərin karyera planlaşdırması heyətin idarə edilməsinin, şirkətlərin insan resursları sahəsində siyasətinin əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir.

Məruzədə gənc mütəxəssislərin işgüzar karyera, məşğulluq sahəsində rastlaşdığı problemlər tədqiq edilmişdir. Ümumu statistik göstəricilərə əsaslanaraq müqayisəli təhlil aparılmışdır. Tədqiqatın nəticəsi olaraq gənc mütəxəssislərin öz karyeralarını planlaşdırması və inkişaf etdirməsi sahəsində problemlərin həll edilməsi üçün təkliflər verilmişdir. Təqdim edilən təkliflər gənc mütəxəssislərin əmək məhsuldarlığının artırılmasına, kadr axınının azalmasına, işçilərin bacarıq və qabiliyyətlərinin daha tam aşkara çıxarılmasına imkan verəcəkdir.

Açar sözlər: gənclər siyasəti, məşğulluq, əmək bazarı, karyera, karyera inkişafı

Giriş

Postsənaye cəmiyyətinin inkişafı və xidmət sferasının genişlənməsi ilə əlaqədar olaraq istehsal amili kimi əməyin rolu gündən-günə artmaqdadır. Ölkənin əsas innovativ və intelektual potensialının və əmək resursunun əksər hissəsini isə gənclər təşkil edir. Yüksək ixtisaslı gənc kadrlar artıq şirkətlərin də ən vacib resurslarından birinə çevrilməkdədir. Nüfuzlu şirkətlərin təcrübəsi göstərir ki, səmərəli təşkil olunmuş kadr siyasəti və onun tərkib hissəsi olan əməkdaşların karyera inkişafının təmin edilməsi reallaşdırılan məhsulun və ya təqdim edilən xidmətin keyfiyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərir.

Bununla belə, müasir cəmiyyətdə obyektiv və subyektiv səbəblərdən mövcud problemlər kadr ehtiyatlarından qeyri-səmərəli istifadə olunmasına gətitib çıxarır. Ali təhsil əldə etmiş gənclərin sayında artım olmasına baxmayaraq, onların bilik və bacarıq səviyyəsi yetərincə deyil, əmək bazarı və işəgötürənləri qane etmir. Bu da zəruri olan peşəyə sahib gənc mütəxəssislərin sayının azalması ilə bərabər, onların yerinin əcnəbil tərəfindən tutulmasına, bu da öz növbəsində bir sıra peşələr üzrə kadr çatışmazlığının yaranmasına, gənclər arasında işsizliyin artmasına səbəb olur. Bundan başqa, ölkə üçün zəruri olan müəyyən ixtisaslara marağın zəif olduğu müşahidə edilir (2015-2025-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin İnkişaf Strategiyası, 2015). Ali təhsilli gənc mütəxəssislərin çox az hissəsi regionlarda fəaliyyıt göstərməyə meylli olurlar. Bu və ya digər problemin mövcudluğu müxtəlif sahələrdə gənc kadr potensialı və onların karyera inkişafının zəruriliyinin və hazırda aktual məsələ olduğunun göstəricisidir.

Metod

Tədqiqatın metodologiyasını müqayisəli təhlil və sintez, sistemli yanaşma təşkil edir. Bundan başqa məruzədə tədqiqat predmeti karyera ilə əlaqədar olduğu üşün karyera anlayışına təyinat verilməsi məqsədilə onun nəzəri-metodoloji məsələləri araşdırılmışdır.

Tədqiq olunan mövzunun nəzəri-metodoloji əsaslarını yerli alimlər K.A.Şahbazov, M.H.Məmmədov və H.S.Həsənovun müəllifi olduqları "Menecment" dərsliyində işgüzar karyeranın idarə edilməsinə dair fikir və müddəaları təşkil edir (Şahbazov, Məmmədov, Həsənov, 2005).

İşgüzar karyera dedikdə şəxsiyyətin hər hansı bir fəaliyyət sferasında davamlı olaraq irəliləməsi; vərdişlərinin, qabiliyyətlərinin, peşə imkanlarının və fəaliyyətləri bağlı olan mükafatlandırma ölçülərinin dəyişilməsi; bir dəfə seçilmiş fəaliyyət yolunda irəliyə doğru irəliləməsi; tanınmağa, şöhrətə və zənginləşməyə nail olması başa düşülür. Məsələn, böyük səlahiyyətlər əldə edilməsi, daha yüksək statusa, hakimiyyətə, daha çox pula malik olmaq. Əslində karyera – yalnız peşə (iş) üzrə irəliləmək deyildir. Karyera haqqında fəaliyyət, məşğuliyyət növü kimi də danışmaq olar. Məsələn, menecerin karyerası, idmançı karyerası, hərbi karyera, artist karyerası, evdar qadınların, anaların, təhsil alanların karyerası.

Karyeranın məqsədləri insanın konkret işə malik olmaq, iyerarxik vəzifələr nərdivanında müəyyən pilləyə sahib olmaq istəyinin səbəblərini aydınlaşdırır. Nümunə kimi karyeranın bir neçə məqsədini göstərmək olar:

- özünü qiymətləndirməyə uyğun olan və buna görə də mənəvi həzz verən vəzifəyə sahib olmaq və ya fəaliyyət sahəsi ilə məşğul olmaq;
- imkanları gücləndirən və onları inkişaf etdirən vəzifəyə sahib olmaq;
- yaradıcılıq xarakteri daşıyan və vəzifəyə malik olmaq;
- müəyyən səviyyədə müstəqilliyə nail olmağa imkan verən vəzifəyə sahib olmaq və ya ixtisas üzrə işləmək;
- yaxşı ödənilən və eyni zamanda böyük ikinci dərəcəli gəlirləri əldə elməyə imkan verən işə malik olmaq;
- aktiv olaraq təhsili davam etdirməyə imkan verən vəzifə və ya işə malik olmaq və s.

Karyeranın məqsədləri yaşla, eləcə də bizim özümüzün dəyişməyimizlə, ixtisasımızın artımı və s. ilə dəyişir. Karyeranın məqsədlərinin dəyişməsi daimi prosesdir.

Təcrübə göstərir ki, nəinki işləmək başlanğıcında olan gənclər, eləcə də hər hansı bir firma və ya şirkətdə faktiki olaraq fəaliyyət göstərən işçilər də çox vaxt kollektivdə özlərinin perspektivlərini bilmirlər. Bu heyətlə işin pis qurulmasından, təşkilatda karyeranın planlaşdırılması və nəzarətin olmadığından xəbər verir. İşgüzar karyeranın planlaşdırılması və nəzarətin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, işçinin işə qəbul olunması anından onun işdən azad olması nəzərdə tutulan anınadək işçinin vəzifələr və ya işçi yerləri sistemində planlı üfiqi və şaquli irəliləməsini təşkil etmək zəruridir. İşçi təkcə özünü qısamüddətli dövrə perspektivlərini deyil, həm də xidmətdə irəliləmək üzrə hansı göstəricilərə nail olmağı bilməlidir.

İşgüzar karyeranın idarə edilməsi – işçinin məqsədindən, tələbatlarından, bacarıqlarından və meyllərindən, eləcə də təşkilatın məqsədlərindən, tələbatlarından, imkanlarından və ya sosial-iqtisadi şərtlərindən çıxış edərək işçinin xidməti artımının planlaşdırılması, təşkili, motivasiyası və nəzarəti üzrə insan resursları şöbəsi tərəfindən həyata keçirilən tədbirlərin məcmusudur. İşgüzar karyeranın idarə edilməsi işçinin təşkilatın maraqlarına sadiqliyinə nail olmağa əmək məhsuldarlığının artırılmasına, kadr axınının azalmasına, işçilərin bacarıq və qabiliyyətlərinin daha tam aşkara çıxarılmasına imkan verir.

Analiz

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2015-ci il 26 yanvar tarixli 998 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş 2015-2025-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin İnkişaf Strategiyası, 2017-ci il 15 sentyabr tarixli 3236 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə" Dövlət Proqramı və gənclərlə əlaqədar digər normativ sənədlərdə nəzərdə tutulmuş tədbirlər planına uyğun gənclərin məşğulluğu və onların karyerasının inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar müvafiq tədbirlər həyata keçirilir və bu tədbirlər tədricən nəticəsini verməkdədir (cədvəl 1).

Cədvəl 1: İşsiz statusu verilmiş şəxslərin sayının yaş qruplarına görə bölgüsü

İllər	Cəmi	o cümlədən yaş qrupları üzrə				
		15-19 yaşda	20-24 yaşda	25-29 yaşda	pensiya qabağı yaşda olanlar	əmək qabiliyyətli yaşda olan digər şəxslər
1	2	3	4	5	6	7
2005	100	0,4	17,3	30,0*	3,2	49,1
2010	100	0,6	14,5	33,3	2,4	49,2
2013	100	0,7	15,1	33,0	2,0	49,2
2014	100	0,5	13,5	35,1	0,8	50,1
2015	100	0,4	12,8	34,9	0,9	51,0
2016	100	0,3	11,4	33,9	0,7	53,7
2017	100	0,3	9,3	31,6	0,7	58,1
2018	100	0,0	9,5	34,3	0,7	55,5

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

Cədvəl 1-də 20-24 və 25-29 yaş qruplarını göstərən 4 və 5 nömrəli sütunların cəmi 2013-2017-ci illər ərzində gənc işsizlərin sayının azalması dinamikasını göstərir.

2013	2014	2015	2016	2017
48,1%	48,6%	47,7%	45,3%	40,9

Gənclərin məşğulluğu və onların karyerasının inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar müvafiq tədbirlər həyata keçirilməsinə baxmayaraq 1 №-li cədvəl həm də işsizlər arasında 20-24 və 25-29 yaş qruplarının böyük xüsusi çəkiyə malik olduğunu əks etdirir. 2 №-li cədvəl isə işsizlər arasında təhsilli, xüsusilə ali təhsilli şəxslərin çoxluq təşkil etdiyini göstərir.

Cədvəl 2: İşsiz statusu verilmiş şəxslərin sayının təhsil səviyyəsinə görə bölgüsü

İllər	Cəmi	o cümlədən aldıqları təhsilin səviyyəsi				
		ali	orta ixtisas	ilk peşə-ixtisas təhsili	tam orta təhsil	orta təhsili olanlar (təhsili olmayan və ibtidai təhsili olan daxil olmaqla)
1	2	3	4	5	6	7
2005	100	30,7	34,8	-	30,2	4,3
2010	100	42,8	35,5	12,8	7,6	1,3
2013	100	48,5	35,8	11,2	4,2	0,3
2014	100	54,0	33,8	8,6	3,4	0,2
2015	100	55,6	33,1	8,2	2,9	0,2
2016	100	57,5	31,8	7,8	2,7	0,2
2017	100	57,0	32,1	8,3	2,5	0,1
2018	100	54,7	33,2	9,6	2,5	0,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

İşsiz statusu verilmiş şəxslərin məşğulluq problemi kimi işdən çıxma səbəbləri isə cədvəl 3-də verilmişdir:

Cədvəl 3: İşsiz statusu verilmiş şəxslərin sayının işdən çıxma səbəbləri üzrə bölgüsü

İllər	Cəmi	Kadr axını nəticəsində işdən azad olunanlar	Struktur dəyişikliyi ilə əlaqədar işini itirənlər	Hərbi xidmətdən tərxis olunanlar	Təhsil müəssisə-lərinin məzunları	Əmək fəaliyyə-tində 1 ildən çox fasiləsi olanlar	Başqa səbəb-lərdən
2005	100	26,9	17,0	4,7	19,4	31,9	0,1
2010	100	33,7	21,5	9,1	15,6	20,1	0,0
2013	100	37,5	23,6	10,1	10,7	18,1	-
2014	100	39,7	25,8	11,7	6,3	16,5	0,0
2015	100	40,4	26,9	11,7	5,0	16,0	0,0
2016	100	44,1	25,8	10,5	3,8	15,8	0,0
2017	100	48,4	24,8	10,6	2,6	13,6	0,0
2018	100	43,8	35,6	9,4	1,5	9,7	-

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

Göründüyü kimi müxtəlif ixtisaslar üzrə məzun olmuş və bakalavr ixtisas dərəcəsini qazanmış gənclər əmək bazarında, özlərinin karyera qurmaq yollarında müxtəlif çətinliklərlə üzləşirlər.

Gənc mütəxəssislərə iş tapmaq çətin olduğu qədər həmin işi itirmək də bir o qədər asan olur. Müəyyən fəaliyyət sefrasında kifayət qədər iş stajına və təcrübəyə malik mütəxəssis yeni gənc mütəxəssisə nisbətən daha dəyərli olur. Çox az şirkətlər gənc mütəxəssisi işə götürməyə maraqlı olur. İşəgötürənlərin əksəriyyəti öz işini bilən, istehsalat məsələlərinin dərhal həll etməyi bacaran, münaqişəli situsiyalardan baş çıxaran təcrübəli mütəxəsisslərə üstünlük verirlər. İşəgötürənlər gənc mütəxəssislərin öyrədilməsini artıq vaxt və pul sərf edilməsi kimi, onların hazırlanması dövrünü isə əmək məhsuldarlığının itkisi kimi qiymətləndirirlər.

Gənc mütəxəssislərin məşğulluq problemləri bir sıra obyektiv və subyektiv səbəblərlə əlaqədardır. Tədqiqatlardan məlum olur ki, obyektiv səbəblər kimi, tələb və təklifin uyğunsuzluğunun nəticəsi kimi əmək bazarının ayrı-ayrı peşə və ixtisaslı mütəxəssislərlə dolması, iqtisadi cəhətdən qeyri-stabillik, ətraf rayon və kəndlərdən (o cümlədən, zəif inkişaf etmiş dövlətlərdən) böyük şəhərlərə miqrasiya prosesinin güclənməsi (miqrantlar daha aşağı əmək haqqına işləməyə hazırdırlar); subyektiv səbəblər kimi isə iş təcrübəsinin azlığı (qanunauyğun hal), aşağı əmək haqqı (heç bir sahibkar və ya menecer təcrübəli mütəxəssislə müqayisədə gənc mütəxəssisə yüksək əmək haqqı təklif etmir); gənc mütəxəssisin peşə fəaliyyətini qeyri-qənaətbəxş təmsil etməsi, həddindən artıq yüksək iddialı olması, hətta mütəxəssisin cinsi belə (gənc qadınlar analıq məzuniyyətinə çıxırlar) göstərilə bilər.

Müasir inkişaf tendensiyaları istər əmək bazarına, istərsə də təhsil xidmətləri bazarına müasir tələblər irəli sürür. Bəzən gənc mütəxəssislərin ixtisası və təhsil səviyyəsi vakansiya olan vəzifələrə ya uyğun gəlmir, ya da ümumiyyətlə geri qalır və bununla da işsizlər ordusunun sayını daha da artırır.

Gənclərin işgüzar karyerasının formalaşması regionların inkişafından da asılı olur. Paytaxt və ya inkişaf etmiş regionlara nisbətən digər rayon və şəhərlərdə gənclərin məşğulluq problemlərinin həlli daha mürəkkəb xarakter alır.

Məşğulluq problemlərinə təhsil müəssisləri ilə praktik əmək fəaliyyəti arasında böyük uçurumun olması da təsir edir. Ayrı-ayrı menecer və rəhbərlər arasında keçirilmiş sorğuların nəticələrinə görə işəgötürənlər gənc mütəxəssislərdə, ilk növbədə onların təhsil səviyyəsinin keyfiyyətinə, praktik iş təcrübəsinin mövcudluğuna, nəzəri və təcrübi biliklərinin bir-birini tamamlamalarına, sahələri üzrə geniş dünyagörüşünə malik olmalarına, adaptivliyinə, kommunikativliyinə, işgüzar ünsiyyəti qurma bacarıqlarına, xarici dil və kompüter biliklərinə, komanda şəklində işləmə qabiliyyətinə, liderlik xüsusiyytlərinə, məqsədyönlü olmasına, nəticəyə və müvəffəqiyyətli karyeraya canatan olması xüsusiyyətlərinə diqqət yetirirlər.

Gənc mütəxəssislərin ixtisas seçimi və karyera inkişafına onların bu sahədə informasiya çatışmazlığı və ya informasiyanın olmaması da az təsir etmir. Bu cür informasiyaları tələbələr (gələcəyin mütəxəssisləri) hətta təhsil müəssisələrində tədris proqramı çərçivəsində əldə edə bilmirlər. İnformasiyalaşdırılmış cəmiyyətin qurulduğu bir şəraitdə bu cür informasiya catışmazlığının səbəbləri bütün təhsil müəssisələrində (istər tam orta məktəblərdə, istər orta-ixtisas məktəblərində, istərsə də ali təhsil müəssisələrində) ixtisas, peşə və vəzifələr haqqında məlumatların verilməməsidr. Gənclər konkret peşə və ixtisas haqqında informasiyaları ailələrindən, valideynlərindən, üzvü olduqları diğər auditoriyalardan alırlar. Bu cür məlumatsızlıq nəticəsində onların təsəvvür etdikləri və faktiki gördükləri arasında tam uyğunsuzluq yaranır. Bu isə onların elə karyeralarının başlanğıcında məyusluğuna gətirib çıxarır. Gənc mütəxəssislərin bir çoxu ixtisaslarına uyğun olmayan fəaliyyət sferasına daxil olur, bu və ya digər ixtisas haqqında mənfi rəy formalaşdırırlar. Şirkətlərdə işləyən mütəxəssislər də öz karyera yollarında gələcəkdə tuta biləcək vəzifələr haqqında məlumatsız olurlar. Bu, şirkətlərin özündə də işçilərin karyera planlarının olmaması və həmin işçilərin karyeraları ərzində gələcəkdə tuta bilcəyi vəzifələr haqqında lazımi informasiyanın olmamasından xəbər verir.

Digər qeyd olunacaq nüans ixtisaslar və ya vəzifələr haqqında informasiyanın şişirdilməsi və və ya bəzədilməsidir. Belə ki, karyera inkişafı prosesində mütəxəssisin yerinə yetirdiyi əmək funksiyaları qeyd olunanlardan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, və ya əmək haqqı elan olunandan daha aşağı

səviyyədə olur. Bundan başqa konkret vəzifə, vakansiya barədə informasiya axtaran gənc mütəxəssis ilk növbədə özü üçün cəlbedici məqamlara üstünlük verir. Məsələn, iş axataran gənc iş elanında ilk növbədə əmək haqqının səviyyəsini gözdən keçirir. Və yaxud iş yerinin şəhər mərkəzində olması, rahat ofis imkanlarının olması və s. bu kimi şərtlər ön planda olur. Vəzifəyə aid funksiyalar, yerinə yetirəcəyi işlər diqqətdən kənarda qalır və ya arxa plana keçir.

Bəzi vəzifələr nəzəri biliklər və praktik vərdişlərdən başqa həm də şəxsin özünün keyfiyyət xüsusiyyətlərini tələb edir. Məsələn, oturaq iş fəaliyyəti, uzunmüddətli diqqətin cəmlənməsi, sakitçilik, dözümlülük tələb edən vəzifələr (məsələn, maliyyə meneceri, mühasib, əməliyyat meneceri və s.) bu göstəricilərə malik olmayan namizədlərə tam əksdir. Həmişə hərəkətdə olan, enerjili, ünsiyyətcil namizədlər üçün isə eynitipli, təkrarlanan, bir yerdə olmağı tələb edən işlər məqsədəuyğun deyil. Gənc mütəxəssislər isə bu cür sosial-psixoloji xüsusiyyətləri nəzərə almayaraq bütün işlərin öhdəsindən gələcəyini güman edirlər və uğunsuzluq yaranada yenə də təsəvvürlərində yanılırlar.

Təəssüf ki, qeyd olunan bu problemlər gənc mütəxəssislərin peşəkar karyera inkişafının qarşısını alır və karyera pillələrində onlara maneyə çevrilir.

Gənc mütəxəssislərin öz karyera inkişafında yuxarıda sadaladığımız problemlərin öhdəsindən gəlməsi üçün zəruri tədbirlərin görülməsini qaçılmaz edir.

Fikrimizcə, by tədbirlərdən birincisi orta məktəb şagirdləri (məzunları) üçün ixtisas seçimində ixtisaslar haqqında, ali təhsil müəssisəsi tələbələri (məzunları) üçün vəzifələr haqqında mükəmməl informasiya bazasının yaradılması mütləqdir. Qeyd edək ki, gənclərin məşğulluq probleminin həll edilməsi üçün həm "Azərbaycan gənclərinin İnkişaf Strategiyası"nda, həm "Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə" Dövlət Proqramında, həm də Strateji Yol Xəritəsində məşğulluq, əmək bazarı, gənclər arasında ixtisas və peşə seçimi haqqında məlumatlılıq səviyyəsinin yüksəldilməsi ən vacib tələb kimi qoyulmuş və həyata keçiriləcək ilkin tədbirlər sırasında göstərilmişdir ("Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə" Dövlət Proqramı, 2017). Bu məqsədlə qeyd edilən məlumatları əks etdirən internet səhifəsinin yaradılması, internet səhifəsi ilə bağlı ictimai məlumatlılığın təmin edilməsi ilkin tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 24 avqust 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə tətbiqinə başlanmış "Məşğulluq haqqında" Azərbaycan Respublikasının yeni qanununda da vakansiya bankının yaradılması planlaşdırılmışdır ("Məşğulluq haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2018).

Gənclərin İnkişaf və Karyera Mərkəzinin regional tərəfdaşlığı və Paşa Holdinqin baş sponsorluğu ilə reallaşdırılan "ixtisas.az" layihəsini bu sahədə ilklərdən hesab etmək olar. Layihə çərçivəsində abituriyentlərə ixtisaslar haqqında məlumat verilməklə, peşə seçimi testlərindən istifadə etməklə onların bacarıqlarının, düşüncə tərzinin hansı ixtisasa uyğunluğunu öyrənmək, bu imkanlardan necə istifadə etmək barədə konsultasiya və mentorluq xidməti göstərilir.

Dövlət İmtahan Mərkəzi tərəfindən gənc mütəxəssislərə müəyyən istiqamət vermək və karyeranın planlaşdırılmasına kömək etmək məqsədilə yaradılmış "Dövlət qulluğunda karyera bələdçisi" adlı elektron xidmətin istifadəyə verilməsi təqdirəlayiq haldır (Dövlət İmtahan Mərkəzi, 2018). Sistemdə iki istiqamət üzrə axtarış aparmaq mümkündür. 1) dövlət qulluqçuları üçün; 2) sertifikat almış və ya sertifikat almaq istəyən şəxslər üçün. "Dövlət qulluğunda karyera bələdçisi" elektron xidməti hazırda yalnız dövlət qulluğunda çalışan və yaxud dövlət qulluğuna qəbul olmaq istəyən şəxslərin istiqamətləndirilməsi və karyerasının planlaşdırılması üçün nəzərdə tutulsa da, bu sahədə atılmış ilk

uğurlu addımlardan hesab etmək olar.

Orta məktəb şagirdlərinin seçəcəkləri ali təhsil müəssisələrinə, ali təhsil müəssisəsi tələbələrinin isə mümkün işəgötürən şirkətlərə ekskursiyalarının təşkili bu tədbirlərin davamı olmalıdır. Respublikamızda mövcud nüfuzlü şirkətlərdən olan SOCAR, Azersell şirkətlərində yay məktəblərinin təşkili bu sahədə nümunəvi tədbirlərdəndir.

Keyfiyyətli peşəkar ixtisas seçimi geniş təbliğ edilməlidir. Bu cür seçim olmadan gəncin gözləntiləri ilə realıqda faktiki yerinə yetirəcəyi işlər, funksiyalar üst-üstə düşmür. Nəticədə isə mütəxəssis iş gününü boşuna başa vurmaqla keçirir, onun sona catmasını gözləyir və əmək məhsuldarlığı aşağı düşür. Odur ki, gənclər üçün peşə məsləhətlərinə və karyera inkişafına dair metodiki vəsaitlərin hazırlanması və məsləhət xidmətlərinin (kouçinq) təşkili növbəti addım olmalıdır. "Məşğulluq haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda da təsbit edildiyi kimi bu cür xidmətlər əmək bazarının cari vəziyyəti və əmək bazarında ən çox tələb olunan peşə və ixtisaslar barədə məlumatlandırma; mövcud peşə və ixtisas üzrə işlə təmin edilmə və ya peşə hazırlığı və əlavə təhsilə cəlb olunma imkanları barədə məlumatlandırma; işsiz şəxsin sosial-psixoloji xüsusiyyətləri, peşə, bilik, bacarıq və səriştələri, sağlamlıq vəziyyəti nəzərə alınaraq, əmək bazarının tələbatı əsasında ona iş yerinin və peşənin seçimində köməkliyin göstərilməsi istiqamətlərində fəaliyyət göstərməlidirlər ("Məşğulluq haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2018).

Ali təhsil müəssislərində təcrübələrin keyfiyyəti yüksəldilməlidir. Təcrübələr yalnız müəssisə ilə vizual tanışlıq, müəyyən sənədləşmə işlərinin aparılması xarakteri daşımamalıdır. Təcrübələrin keyfiyyəti isə təhsil müəssisələri ilə işəgötürənlər arasında əlaqələrin yaradılmasını, təhsil müəssisələrinin işəgötürənlərlə tərəfdaşlıq və əməkdaşlıq mexanizminin qurulmasını və davamlı olmasını tələb edir. Bu tədbirlər öz növbəsində gənc mütəxəssislərin universitet illərindən işəgötürənlərlə birbaşa ünsiyyətinin formalaşmasına yardımçı olacaqdır. Tam keyfiyyətli informasiyanın ilk mənbədən alınması daha məqsədəuyğundur. İşgötürənlər gələcək mütəxəssislərin yiyiələnəcəkləri ixtisaslar, tutacaqları vəzifələr, yerinə yetirəcəyi funksiyalar və malik olacaqları zəruri şəxsi keyfiyyətlər haqqında məlumat verəcək ən yaxşı məlumat bazasıdır.

İşsiz gənclərin özünüməşğulluğunun təşkili məsələsi də diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. Öz karyeralarını formlaşdırmaları üçün onlara məsləhətlərin və məlumatların verilməsi; əmək bazarının təhlili əsasında iqtisadiyyatın sahələri üzrə özünüməşğulluq istiqamətinin seçilməsinə və təşkilinə kömək edilməsi; özünüməşğulluğun təşkili üçün biznes-planın hazırlanmasında yardım edilməsi; seçilmiş özünüməşğulluq istiqamətinin təşkili üçün işsiz gənclərin zəruri avadanlıq və vəsaitlərələ təmin edilməsi bu fəaliyyətin əsasını təşkil etməlidir ("Məşğulluq haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2018).

Nəticə

Mövzunun tədqiqi nəticəsində bir daha əminlik yaranır ki, hazırda əmək bazarında, özlərinin karyera qurmaq yollarında gənc mütəxəssislər müxtəlif çətinliklərlə üzləşirlər. Məşğulluq sahəsində bu problemlərin gənclər tərəfindən dəf edilməsi və onların karyera inkişafının təmin edilməsi məqsədilə aşağıdakı istiqamətdə tədbirlərin görülməsi təklif edilir:

- orta məktəb şagirdləri (məzunları) üçün ixtisas seçimində ixtisaslar haqqında, ali təhsil müəssisəsi tələbələri (məzunları) üçün vəzifələr haqqında mükəmməl informasiya bazasının, vakansiya bankının yaradılması;

- orta məktəb şagirdlərinin seçəcəkləri ali təhsil müəssisələrinə, ali təhsil müəssisəsi tələbələrinin isə mümkün işəgötürən şirkətlərə ekskursiyalarının təşkili;
- gənclər üçün peşə məsləhətlərinə və karyera inkişafına dair metodiki vəsaitlərin hazırlanması və məsləhət xidmətlərinin (Dövlət Məşğulluq Xidmətinin tərkibində və ya ayrıca fəaliyyət göstərən kouçinq xidmətləri) təşkili;
- ali təhsil müəssislərində təcrübələrin keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- gənc mütəxəssislərin universitet illərindən işəgötürənlərlə birbaşa ünsiyyətinin formalaşdırılması;
- regionlarda məşğulluq və gənclərin karyera problemlərinin həlli üçün bələdiyyələrin rolunun artırılması;
- iş tapmaqda çətinlik çəkən gənclərin özünüməşğulluğunun təşkili.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 2015-2025-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin İnkişaf Strategiyası. (26.01.2015). Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
2. “Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə” Dövlət Proqramı. (15.09.2017). Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
3. “Məşğulluq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. (24.08.2018). Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
4. Şahbazov K.A., Məmmədov M.H., Həsənov H.Ş. Menecment. (2005). Bakı, “Təhsil” EİM, səh.531-550
5. https://www.stat.gov.az. (01.04.2020). Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin Əmək bazarına aid statistik göstəriciləri.
6. http://tqdk.gov.az. (01.04.2020). Dövlət İmtahan Mərkəzi tərəfindən istifadəyə verilmiş “Dövlət qulluğunda karyera bələdçisi” adlı elektron xidmət haqqında məlumat.

Müasir Şəratdə İnsan Resurslarının Formalaşması Prosesi, Onun Əsas Xüsusiyyətləri Və Amilləri

Elvin Qurbanov

gurbanovelvinunec@gmail.com

Xülasə

Praktiki baxımdan qiymətləndirmə fəaliyyətinin obyektlərindən biri müəssisədir. Nəzəri və qanunvericilik baxımından müəssisə qiymətləndirmə obyektləri siyahısına daxil edilməsə də təcrübədə fərqli vəziyyət müşahidə olunur. Əslində elmi-təcrübi baxımdan yanaşmadır. Ona görə ki, müəssisə bütün qiymətləndirmə obyektlərini özündə birləşddirir. Başqa sözlə, o, əmlak kompleksi olaraq torpaq və digər daşınmaz əmlak obyektlərindən, maşın və avadanlıqlardan, qeyri-maddi aktivlərdən və s. ibarətdir. Bu fiziki və ya texniki cəhətdən belə olsa da qiymətləndirmə presedurunun tələblərinə uyğun deyil. Ona görə ki, qiymətləndirmə obyekti olan müəssisənin dəyəri onun konstruktiv elementlərinin cəmi deyil, üzərindəki ötürülən hüquqların və iqtisadi parametrlərinin uçotundan irəli gələn aqreqat göstəricidir. Ona görə də qiymətləndirmə nöqteyi nəzərindən müəssisəyə konkret yanaşmalar fərqləndirilir. Daha dəqiq desək, fəaliyyətdə olan, yenidən qurulan investisiyalaşdırılan, antiböhranlı idarəeyməyə verilən (ləğv edilən yaxud həmin ərəfədə olan) müəssisələrin qiymətləndirilməsi metodları, həmçinin alınan nəticələrin razılaşdırılması qaydaları müxtəlifdir. Qeyd etdiyimiz kimi, müəssisə yalnız müxtəlif təyinatlı əmlak obyektlərindən ibarət deyil, o, həmçinin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirmək üçün zəruri olan resursları əhatə edir. Artıq burada diqqət əmlak kompleksinin deyil, biznes yaxud sahibkarlıq subyektinin qiymətləndirmə yönəldilir. Belə qurumların malik olduqları resurslar nəzəri baxımdan fərqli qaydada reallaşdırılır. İqtisadi ədəbiyyatda yer almış fikirlərin ümumiləşdirilməsi nəticəsində belə qənaətə gəlmək olar ki, müəssisənin resurslarının istehsal vasitələri, pul vasitələri, infrastruktur obyektləri, qeyri-maddi aktivlər, kadr(insan) resursları yaxud müxtəlif səviyyəli fondlar şəklində təsnifləşdirilməsi qiymətləndirmə xidmətlərinin mürəkkəbliyini və məsuliyyətini heç də azalmır. Ona görə heç bir resurs növünün dəyərinin müəyyən edilməsi üzrə əməliyyatlar digərini təkrarlamır.

Açar sözlər: insan resursları, təhsil, əməkdaşlıq, təşkilat, iqtisadiyyat

Giriş

İqtisadi ədəbiyyatda və qanunvericilikdə müəssisənin təsərrüfat subyekti olaraq mahiyyətinə fərqli yanaşmalara təsadüf olunur. Bununla belə ümumi şəkildə demək olar ki, müəssisəəhalinin və sənayenin yələbatına uyğun olaraq məhsullar istehsal edən, xidmətlər göstərən və bununla da mənfəət əldə edilməsi məqsədini reallaşdıran qurumdur, O, istehsal amillərindən məqsədli, sistemli və davamlı istifadə etməklə fəaliyyət göstərir. Qeyd olunduğu kimi, müəssisələr öz istehsal funksiyasını yerinə yetirən zaman cəmiyyətin ehtiyacı olan əmtəələrin (xidmətlərin) istehsal və istehlakçılara catdırılmasını təmin edirlər. Müəssisələrin təşkilinin fərdi, ortaqlıq və cəmiyyətlər kimi üç fərqli forması vardır.

Azərbaycan Rapublikasının Mülki Məcəlləsində göstərilir ki, müəssisə təşkil etməklə (iş qurmaqla) gəlir əldə etmək sahibkarlıq fəaliyyəti hesab olunur. Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin müstəqil surətdə həyata keçirdiyi, əsas məqsədi əmlak istifadəsindən, əmtəə satışından, işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət götürülməsi olan fəaliyyətdir. (Mülki Məcəllə, maddə 13) Başqa prizmadan yanaşdıqda demək olar ki, müəssisəsahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilati strukturudur. Bu da ardıcıl olaraq fiziki və hüquqi şəxslərin yaradılmasına dəlalət edir. Mülki Məcəlləyə görə hüquqi şəxs qanunvericiliyə uyğun qaydada dövlət qeydiyyatından keçən və aşağıdakı hüquqlara malik olan qurumdur:

• mülkiyyətində ayrıca əmlakın olması;

• öz öhdəliklərinə əmlakı ilə cavabdeh olması:

• öz adından əmlak və şəxsi qeyri-əmlak hüquqlarının əldə olunması və ötürülməsi;

• məhkəmədə iddiaçı olmaq və ya cavabdehlik daşımaq.

• müstəqil balansa malik olmaq. (Mülki Məcəllə, maddə 43)

Hüquqi şəxslərin fəaliyyətində əsas məqsəd normal mənfəətin əldə olunmasından (kommersiya hüquqi şəxsləri) və mənfəət götürməmək kimi variantlar mümkündür. İkinci hal qazanılmış mənfəəti iştirakçılarçıları arasında bölüşdürməyən (qeyri-kommersiya hüquqi şəxsləri) qurumlara xasdır. Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericiliyi ilə kommersiya hüquqi şəxslərinintəsərrüfat ortaqlıqlarıvə cəmiyyətləriformasında təşkilinə yol verilir. Nəzərə alma lazımdır ki, fərdi müəssisələrintamortaqlıq və məhdud məsuliyyətli müəssisə (dövlət müəssisəsi, bələdiyyə müəssisəsi və s.) kimi yaradılması məqsədəuyğundur. Müəssənin fəaliyyəti ilə bağlı təşkilati məsələlərin həlli zamanı hər şeydən əvvəl qarşıya qoyulan məqsədə nail olunması istiqamətləri də nəzərə alınmalıdır.Bu məsələ kompleks şəkildə onun idarə olunması mexanizmini ifadə edir. Dana doğrusu, qarşıya qoyulan məqsədə nail olunması öz növbəsində müəssisənin idarə olunması sisteminin işlənilməsini tələb edir.Bu məsələnin uğurla həll edilməsi üçün müəssisə nın fəaliyyətinin bütün elementlərinə məqsədyönlü təsir göstərilməlidir. Əldə olunan yekun qənaət isə bilavasitə səmərəlilik və məhsuldarlığın arzuolunan səviyyəsinin təmin olunmasından ibarət olmalıdır. Yuxarıda göstərilənlərlə bərabər müəssisənin səmərəli idarə olunması aşağıdakı mühüm məsələlərin həllinə də istiqamətləndirilməlidir (Əliyev, Həmidov, 2013):

- müəssisənin bazar mövqeyinin möhkəmləndirilməsi;
- dəyişən tələbatlara uygun yeniliklərin tətbiqi;
- müəssisənin maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılması;
- məhsuldarlıqğın artırılması,
- mənfəətlilik səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- menecer işinin gücləndirilməsi;
- işçilər arasında münasibətlərin tənzimlənməsi;

Kapital və Borcların Anlasyışı

Müəssisənin təsisçisi tərəfindən təqdim edilən aktivlər daxili mənbə aktivləri, üçüncü tərəflərdən alınan borclara isə xarici mənbə deyilir. Əgər aktivlər müəssisənin daxili resurs mənbəyi sayılırsa o zaman buna müəssisənin kapitalı, üçüncü şəxs tərəfindən verilibsə yəni müəssisənin xarici aktividirsə onda müəssisənin borcu deyilir. Aktivləri, kapital və borcları aşağıdakı kimi izah edək:

- Aktivlər, müəssisənin mövcud olması üçün sahib olduqları iqtisadi dəyərlərdir. Pul, qiymətli kağızlar, mal və ya alacaq aktivlərə misal ola bilər.

- Kapital:Müəssisə təsisçilərinin müəssisə aktivləri üzərindəki haqqlarıdır.

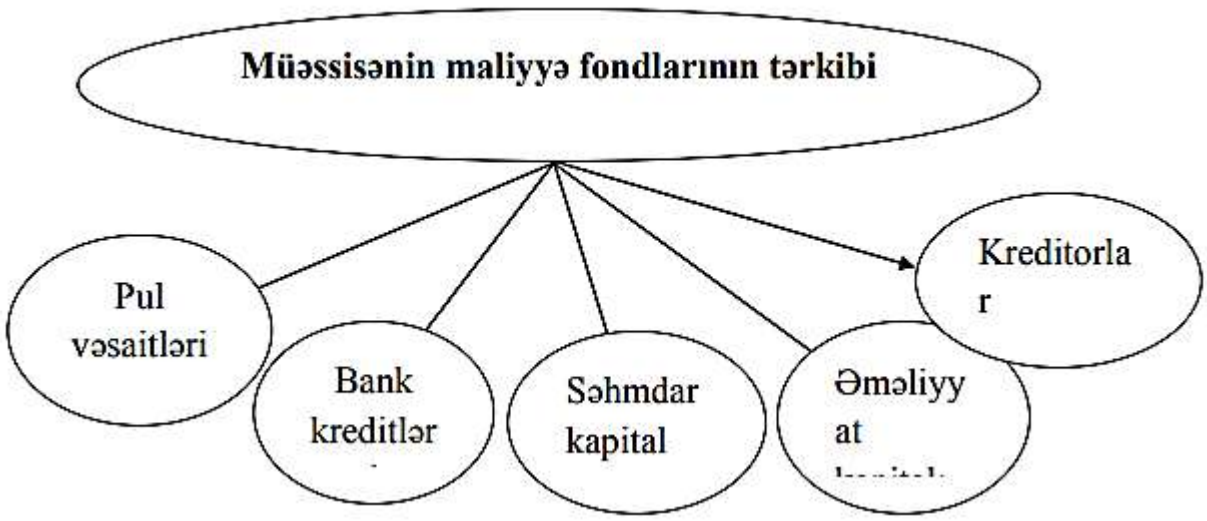
- Borclar, geri qaytarmaq şərtililə iqtisadi dəyərə malik aktivlərdir, üçüncü şəxslərin müəssisə aktivləri üzərindəki haqqlarına deyilir.

Aktiv və ehtiyyatların növ və dəyər cəhətdən quruluşu, müəssisənin maliyyə strukturunu və gücünü göstərir. Fəaliyyət zamanı onun aktivləri strukturu və dəyəri həmçinin sahib olduğu ehtiyyatlar davamlı olaraq dəyişə bilər. Beləcə müəssisənin maliyyə quruluş və gücü də fəaliyyət müddətində dəyişir. Fəaliyyəti nəticəsində müəssisə aktivləri artarsa müəssisə sahiblərinin hüquqları da artmış sayılır və bu artıma mənfəət deyilir. Əgər artım yerinə azalış reallaşarsa bu azalmaya isə zərər deyilir. Müəssisələrdə istifadə olunan resurslar ödəmə strukturuna görə qısa, orta və uzun müddətli olaraq qruplara ayrılır. Başqa sözlə desək ölkələrdəki orta müddətli resurslar İEÖ-dəki uzun müddətli resursların funksiyalarını reallaşdırır və bu resursları bir işi davam etdirmək üçün lazım olan insanlar, fond, materiallar və digər şeylərdir və bu resurslara aşağıda göstərilənləri daxil edə bilərik:

- İnsan resursları - Obyektlər: binalar, telefon xətləri, elektrik enerjisi ötürülməsi xətləri. - Proqram təminatı, maşınlar - Xammal - Səhm, avadanlıqlar və s. Və bu resurslar aşağıda qeyd olunan qrupların tərkibinə daxildir: - Maliyyə resursları - İnsan resursları - Fiziki resurslar Hər bir müəssisə pul vəsaitlərinə olan ehtiyaclarını ödəmək və investisiya layihələrini maliyyələşdirmək üçün müxtəlif mənbələrdən istifadə edə bilər.Fəaliyyəti zamanı əsasən özünün sahib olduğu kapitaldan yada digər müəssisə və təşkilatlardan borclanaraq maliyyələşdirilməsi mümkün, müəssisə lar ümumiyyətlə hər iki mənbəni dəyişən nisbətlərdə istifadə edir. Səhmlər vasitəsilə maliyyələşdirmə; Şirketlerin özünün daxili mənbələrinə nəzər yetirilməsini (bölüşdürülməmiş mənfəət, daxili resursların sərmayəyə əlavəsi) yada xarici maliyyə mənbələri ilə təmin edilməsini (səhmlərin emissiyası vasitəsilə maliyyələşdirmə) ifadə edir (Quliyev, Hümbətova, 2015).

Maliyyə resurslarına olan tələbat müəssisə tərəfindən seçilmiş bu və ya digər strategiyanın maliyyələşdirilməsi zərurətindən irəli gəlir. Göstərmək olar ki, yeni məhsullarln istehsalı və paylanılması, istehsalat potensialının və müəssisənin kapitalının artırılması strategiyası çox böyük investisiya tələb etməklə, maliyyələşmə məsələsində də məsuliyyətliliyi yüksəldir.Belə strategiyanın maliyyə tminatı araşdırılan halda aşağıdakı mövcud maliyyə fondlarının vəziyyətini qiymətləndirmək lazım gəlir:

Şəkil 1. Müəssisənin maliyyə fondlarının tərkibi



Mənbə: Quliyev İ.Q., Hümbətova. S.İ., 2015, s. 69.

Bazarda uğurlu fəaliyyət göstərən müəssisələr mövcud vəziyyəti qiymətləndirməklə yanaşı əldə olan vəsaitləri artırmaq barədə qəti tədbirlər görməlidirlər. Müvafiq prosesdə müəssisənin hüquqi statusu, imici və gücü, tərəfdaş olduğu investorlarla və digər kreditorlarla qarşılıqlı münasibətlər, müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bazarın cəlbediciliyi, həmçinin onun birjalarda iştirakı imkanları mühüm əhəmiyyət daşıyır. Müəssisənin malik olduğu resurslar arasında insan resurslarının xüsusi yeri vardır. Əgər mövcud reallıqlardan çıxış etsək, insan məhsul l və xidmət istehsalı ilə bağlı məqsədlərin reallaşdırılması prosesində müəssisənin istifadə etmək məcburiyyətində olduğu resurslardan biridir. İnsan resurslarına iki aspektdən yanaşmaq olar: o, bir tərəfdən istehsal prossesinin ayrılmaz hissəsi, digər tərəfdən isə istehsalın nəticələrinin istifadəçlsidir.İnsan resursları Müəssisənin maliyyə fondlarının tərkibi Pul vəsaitləri Bank kreditlər i Səhmdar kapital Əməliyy at kapitalı Kreditorlar 13 tərkib etibarilə müəssisənin daxilidən və kənardan yararlana biləcəyi potensial işçi qüvvəsini özündə birləşdirir.

Müəssisənin məhsul və xidmətlər istehsal etmək üçün istifadə etdiyi mənbələrdən biri kimi insan resurslarının iki mühüm qabiliyyətini fərqləndirmək olar: a) təşkilati bilik, təcrübə, bacarıq, qərar vermə və yaradıcılıq; b) müvafiq qabiliyyətlərin strukturlaşdırılması, mükafatlandırılması və təşkili. Əslində insan resursları insanın özü deyil, onun güc və qabilyyətlərindən istifadənin təşkili məqsədinə xidmət edən bir bölmədir. Ümumiyyətlə, insan resursları anlayışı adı altında sahibkarlarla işçi və ya potensial işçilərin əlaqələrini tənzimləyən proses, eləcə də müəssisələrdə yaradılan eyniadlı bölmə başa düşülür. Nəticə etibarilə o, işçi heyətinin planlaşdırılması, işə qəbul, mükafatlandırma, sənaye - ticarət əlaqələrinin qurulması, müəssisənin idarə edilməsi, karyera menecmenti və təlim, işçi məmnunluğunun qiymətləndirilməsi, sosial və inzibati xidmətlərin təşviqi kimi zəruri məsələləri əhatə edir. İnsan resursları (İR) iş üçün uyğun şəxslərin tapılması, yoxlanılması, işə götürülməsi və təlimləndirilməsi, motivasiyanın en yüksək səviyyədə olması, işçilərin işdən çıxarılmasını və çıxma səbəblərini və pensiya kimi əməliyyatların qanun və prosedurlara uyğun bir şəkildə araşdırıb və tamamlaması ilə yanaşı, işçifayda proqramlarının idarə olunması ilə məsuliyyət daşıyan şirkət departamentidir. Şirkətlər rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün yenidən təşkil edildikdə, insan resursları şirkətlərin sürətlə dəyişən mühitlə məşğul olmasına və ixtisaslı işçilərə olan tələbatın ödənilməsində mühüm rol oynayır. İnsan resursları qrupunun təməli biznesin bacarıq bazasıdır (Кулиев, Азизова, Мустафаева, Байрамова, 2012).

Ölkə iqtisadiyyatının kompleks inkişafı ilə əmək resursları arasında əlaqə ikitərəfli olur. Birinci növbədə, ölkə iqtisadiyyatının ixtisaslaşması və yerləşməsi əmək resurslarından tam və səmərəli şəkildə istifadə səviyyəsini müəyyən edir. İkincisi, əksinə əmək resurslarından tam və səmərəli istifadə olunma zəruriyyəti ərazi əmək bölgüsünə müvafiq olaraq iqtisadiyyatın ixtisaslaşması, yerləşdirilməsi, eləcə də inkişaf sürətini müəyyənləşdirir. Məlum olduğu kimi hər iki hal bir-birindən asılı və həm də bir-birinə əks olan hallardır. Ona görə də, təsərrüfatın kompleks formada inkişafı müəyyənləş edərkən ictimai istehsalın səmərəliliyi meyarının müəyyən edilməsi zərurəti meydana çıxır. Əmək resurslarının idarə edilməsinin əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir:

- Əmək potensialından səmərəli istifadə edilməsində bazar və qeyri-bazar sistemlərinin düzgün şəkildə əlaqələndirilməsi;

- Əhalinin iş qüvvəsinin təkrar istehsalın prosesinin fazaları üçün ailə və dövlətin məsuliyyətinin eyni səviyyədə yüksəldilməsi;

- Sahə strukturu, investisiya siyasəti ilə məşğulluq strukturunun səmərəli şəkildə əlaqələndirilməsi, işçi qüvvəsinə real tələbin proqnozlaşdırılması;

- Gənclər və qadınların işlə təmin edilməsi üzrə xüsusi proqramların işlənib hazırlanması;

- Əmək resurslarının başqa iqtisadi resurslara nisbətən prioritet hesab edilməsi;

- Əmək resurslarının ümummilli ideologiya kimi dəyərləndirilməsi;

- Əmək resursları sferasında fəal sosial siyasətin həyata keçirilməsi;

- Əmək resursları, işçi qüvvəsi sistemləri ilə yarımsistemlərinin bir-birinin tamamlanmasının təmin olunması;

- Əmək ehtiyatları, demoqrafik prosesləri proqnozlaşdırmaq məqsədi ilə ilkin əmək ehtiyatlarının proqnozlaşdırılması;

- Müəssisə və şirkətlərdə işçi heyətinin idarə olunmasında real şərait inəzərə almaqla Yaponiya idarəetmə metodları və modelindən istifadə olunması. İstehsalın idarə olunmasının səmərəliliyi digər şərtlərlə yanaşı, xeyli dərəcədə təsərrüfat rəhbərliyinin düzgün formalarının seçilməsindən də asılıdır.

Daha dəqiq desək, təsərrüfat rəhbərliyinin formaları elə müəyyənləşdirilməlidir ki, o idarə edilən obyektin qarşısında qoyulan məqsəd və vəzifələrə tam uyğun olsun. Müəssisə rəhbərliyinin formaları istehsalın səviyyəsindən, xarakterindən, təşkili formalarından, növlərindən texnika ilə silahlanma səviyyəsindən asılı olaraq müəyyənləşdirilir. Ona görə də müxtəlif sənaye müəssisələrində müəssisə rəhbərliyinin formaları birbirindən müəyyən səviyyədə fərqlənir. Ümumi rəhbərlik-müəssisənin direktoru tərəfindən yerinə yetirilir. O, müəssisənin bütün fəaliyyətinə ümumi rəhbərliyi təkbaşlıq prinsipi əsasında, əmək kollektivinin istehsalın idarə edilməsində geniş iştirakını təmin etməklə yerinə yetirir, müəssisənin fəaliyyətinin son nəticələri üçün istər dövlət, istər də kollektiv qarşısında məsuliyyət daşıyır, səlahiyyətləri çərçivəsində həmin müəssisənin bütün işçiləri üçün məcburi olan əmr, sərəncam, göstəriş və b. verir,əmək kollektivi adından fəaliyyət göstərərək başqa müəssisə, idarə və təşkilatlarda onu təmsil edir, müqavilələr imzalayır, etibarnamələr verir, bankda hesablaşma hesabı açır. Direktor müəssisənin tabe olduğu yuxarı dövlət təşkilatı tərəfindən işə qoyulur və işdən azad edilir. Texniki rəhbərlik-müəssisənin baş mühəndisi tərəfindən yerinə yetirilir və direktorun birinci müavini hesab olunur. Baş mühəndis hər şeydən əvvəl müəssisə müqyasında vahid texniki siyasət həyata keçirilməsinə, istehsalın texnika və texnologiyasının təkmilləşdirilməsinə, əməyin təşkil edilməsi və onun yaxşılaşdırılmasına, mövcud texnika və texnologiyadan səmərəli və düzgün istifadə olunmasına, yeni növ məhsulların işlənib hazırlanmasına, qabaqcıl istehsalat təcrübəsinin araşdırılmasına və geniş tətbiq olunmasına rəhbərlik edir və məsuliyyət daşıyır. İqtisadi rəhbərlik-müəssisənin baş iqtisadçısı tərəfindən yerinə yetirilir. Baş iqtisadçı müəssisənin direktorunun müavini hesab edilir və müəssisə miqyasında iqtisadiyyat sahəsi üçün tam məsuliyyət daşıyır. Baş iqtisadçının rəhbərliyi altında müəssisə və onun bütün strukturları üçün plan tapşırıqlqrı işlənib hazırlanır, onlar icraçılara çatdırılır və yerinə yetirilməsi üzərində nəzarət qoyulur (Одегов, 2017).

İnzibati-Təsərrüfat Rəhbərliyi

İnzibati-təsərrüfat rəhbərliyi - müəssisənin təsərrüfat işləri üzrə müavini tərəfindən yerinə yetirilir. O, müəssisənin inzibati və təsərrüfat işlərinə, mənzilkommunal işlərə, maddi-texniki təchizat və satış işlərinə, əmək kollektivinin sosial məsələləri və müəssisəyə gəlib gedənlərə buraxılış vərəqələrinin

verilməsi ilə məşğul olur. Operativ rəhbərlik-müəssisənin idarəetmə aparatı tərəfindən, yəni onun şöbə və labaratoriyaları tərəfindən yerinə yetirilir. Bunun üçün eyni xarakterli işləri yerinə yetirən işçilər-mütəxəssislər qrupu müxtəlif şöbələrdə birləşərək müəyyən funksiyaları yerinə yetirirlər. Plan-iqtisad şöbəsi-müəssisənin və onun strukturlarının fəaliyyətini planlaşdırır, müəssisənin direktoru tərəfindən təsdiq olunmuş istehsal proqramının yerinə yetirilməsinə nəzarət edir, istehsaldaxili təsərrüfat hesabını təşkil edir, plan tapşırıqlarının həyata keçirilməsi haqqında informasiyalar toplayır və lazımi qərarların çıxarılması üçün onlardan istifadə edir, müəssisənin iqtisadi fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması üçün tədbirlər işləyib hazırlayır, onların yerinə yetirilməsinə rəhbərlik edir. Əmək və əmək haqqı şöbəsi-əməyin təşkil edilməsi, texniki-iqtisadi norma və normativlərin işlənib hazırlanması, əməyin ödənilməsinin forma və sistemlərinin müəyyən edilməsi, qabaqcıl istehsalat təcrübəsinin öyrənilməsi və tətbiqi ilə məşğul olur. Əməyin elmi təşkili labaratoriyası-əməyin elmi təşkili və onun daha da inkişaf etdirilməsi ilə bağlı olan işlərlə məşğuldur. Belə bir labaratoriyanın formalaşdırılmasının zəruriliyi onunla izah edilir ki, hazırda əməyin elmi təşkilinə diqqət xeyli yüksəlmiş və ETT-nin təsiri altında istehsalatda əsaslı dəyişikliklər baş verir və onları nəzərə almadan istehsalı səmərəli şəkildə təşkil etmək olmaz. Maliyyə şöbəsi-müəssisənin maliyyə planının işlənib hazırlanması, kreditləşmə ilə məşğul olur, müəssisə və onun bütün strukturlarının normal işləmələrinin təmin olunması üçün maliyyə ehtiyatlarından səmərəli istifadə etmək məqsədi ilə tədbirlər müəyyən edir, həmçinin malgöndərənlər, istehlakçılar, bank və maliyyə qurumları ilə qarşılıqlı münasibətlər üzrə operativ işləri həyata keçirir, sex və istehsal sahələrində maliyyələşdirmə işlərinin təşkili ilə məşğul olur (Павленков, 2011).

Metod

Tədqiqat işinin metodologiyası əsası elmi nəzəriyyələrə əsaslanan tələbləri, ictimai həyatın öyrənilən hadisələrinin mahiyyətini müəyyənləşdirən fəlsəfi biliklər sistemidir. Tədqiqatın metodologiyası proses yanaşmasının, modelləşdirmə və təsnifat metodlarının, elmi ümumiləşdirmə metodunun, bənzətmə metodunun, sosioloji tədqiqat metodunun, o cümlədən anket və müsahibələrin, həmçinin sosiometrik qiymətləndirmə metodunun tətbiqinə əsaslanır.

Bu tədqiqat işinin araşdırılması elmi ədəbiyyatda kadrların loyallığının sosial-psixoloji fenomen kimi qəbul olunduğunu müəyyənləşdirməyə imkan verdi: tədqiqatçılar əsasən işəgötürən şirkətin yaranmasına kömək edən şəxsi və situasiya amillərini müəyyənləşdirməyə yönəldirlər.

Analiz

Mühasibat şöbəsi-müəssisənin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinə dair mühasibat uçotunu həyata keçirir, pul vəsaitlərinin və materialların sərf olunması üzərində nəzarət qoyur, illik və operativ hesabatları və balansları işləyib hazırlayır. Müəssisənin baş mühasibi inzibati baxımdan bilavasitə müəssisənin direktoruna, mühasibat uçotunun aparılması və balansların tərtib olunması qaydasına görə həmin müəssisənin tabe olduğu yuxarı dövlət təşkilatının baş mühasibinə tabedir. Texniki şöbə-müəssisədə və onun strukturlarının texniki inkişafı üzrə, yeni buraxılan məhsulların mənimsənilməsi, istehsalın mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, istehsalın texnika ilə silahlanma səviyyəsinin artırılması və s. üzrə tədbirlərin işlənib hazırlanması və onların həyata keçirilməsi üzərində nəzarəti yerinə yetirir.

Nəticə

Göründüyü kimi, müəssisənin resursların dəyərinin müəyyən edilməsi qiymətləndirici ekspertdən çox böyük bilik, təcrübə və bacarıq tələb edir. Bu prosesi uğurla başa çatdırmaq üçün ekspertlərin

bütün əmlak növlərinin qiymətləndirilməsi metodlarını və qanunvericilik bazasını dərindən öyrənməsi vacibdir.

Əlbəttə, əvvəlki dövrlərdə də hər hansı iqtisadi fəaliyyət növü biliklərə əsaslanırdı, lakin indi istehsal prosesində fundamental dəyişikliklər baş vermişdir. Onun ayrılmaz tərkib hissəsi olan innovasiyalar və informasiya resursları artıq ictimai sərvətin yaradılmasında üstünlük təşkil edir. Biliklər getdikcə dövlətlərin davamlı inkişafının zəmanətinə çevrilmiş, biliklərin əldə edilməsi və tətbiqi isə ölkənin rəqabətliliyinin əsas amili olmuşdur. 1962-ci ildə amerikalı tədqiqatçı Fritz Maxlup tərəfindən ilk dəfə elmi ədəbiyyata daxil edilmiş "Biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat" və ya "bilik iqtisadiyyatı" anlayışını "texnoloji və elmi tərəqqinin sürətli vüsətinə töhfə verməklə, əqli fəaliyyətə əsaslanan istehsal və xidmətlər" kimi şərh etmək olar. Bilik iqtisadiyyatının əsas komponentlərinə fiziki kapital və ya təbii resursların əvəzinə intellektual qabiliyyətlərə istinad edilməsi, həmçinin tədqiqat və sınaq laboratoriyalarından tutmuş təchizat xəttlərinədək və istehlakçılarla ünsiyyətədək istehsal prosesinin bütün mərhələlərində yenilənmələrin davamlı surətdə tətbiq olunması daxildir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əliyev M.Ə., Həmidov H.İ., (2013) Biznesdə insan resurslarının idarə edilməsi. Bakı, 472 s.
2. Quliyev İ.Q., Hümbətova. S.İ., (2015) Biznesin (müəssisənin) qiymətləndirilməsi, metodik vəsait, Bakı, 412 s.
3. Quliyev T.Ə., (2013) İnsan resurslarının idarə edilməsi Bakı, 487 s.
4. Quliyev T.A., Əzizov E.D., Mustafayeva E.İ., Bayramova S.R., (2012) İnsan ehtiyatlarının idarə edilməsi . Dərslik . Bakı, 412 s.
5. Кулиев Т.А., Азизова Э.Д., Мустафаева З.И., Байрамова С.Р., (2012) Управление человеческими ресурсами. Учебник. Баку, 365 с.
6. Мехтиев Р.Э., (2017) Национальная идея Азербайджана в эпоху глобальных трансформаций. В 2 кн. Книга II / Рамиз Мехтиев. - М.: Политическая энциклопедия, 365 с.
7. Одегов Ю. Г., (2017) Журавлев П. В. Управление персоналом - М.: Финстатинформ, 236 стр.
8. Павленков А.П., (2011) Государственные методы регулирования экономики, (Вестник МГТУ, том 14, №1, стр.7-11
9. Пережогина К.А., (2015) Инновационные изменения в системе управления персоналом // Молодой ученый. М.: № 4.
10. Рынки труда и возможности трудоустройства. ETF,Турин, 2011,156 стр.
11. Синицына О.Н., (2013) Бенчмаркинг персонала организации // Инновационный Вестник Регион. № 4.2.
12. Управление человеческими ресурсами. Монография. 2014.
13. Фридман ДЖ., (2015) Ордуэй Ник. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. Пер. с англ. М.: «Дело Лтд.». 412 с.
14. Хомерики Е. (2013), Европейская система образования в русле глобализации, 232 стр.
15. Шамина Л.К., (2012) Методология и методы управления адаптацией инновационных процессов на промышленной предприятии. Автореферат диссертации. Санкт-Петербург, 362 с.

İnsan Resurslarının İdarə Edilməsində Motivasiya Məsələləri

Xəyalə Xəlilova

xeyalexelilova2@gmail.com

Xülasə

İşçinin bilinməyən potensial imkanlarının müəyyən olunaraq, aşkara çıxarılmasına imkan verən üsulların toplusu insan resurslarının idarə olunması adlanır. İşçilərin keyfiyyət xarakteristikalarının, eyni zamanda müəssisələrin inkişafının sosial-iqtisadi cəhətdən yüksəldilməsinə nail olmaq bu prosesin əsas məqsədidir. İnsan resurslarının idarə olunması cəmiyyətin informasiyalaşdırılmasını tələb etməklə yanaşı işçilərin ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsinə qarşı da yeni tələblər qoyur. Xüsusilə, geniş əhatə dairəsinə malik olan informasiya bazası və axınlarından səmərəli istifadə vacib şərt kimi ortaya çıxır. Bu da onu göstərir ki, bu iqtisadi anlayışın məzmununun düzgün müəyyən olunması insan resurslarının səmərəli idarə edilməsinin başlıca şərtidir. İnsan resurslarının idarə olunması müxtəlif mərhələlərdən keçir. Odur ki, həmin mərhələlərin düzgün və optimal təşkil olunmasından idarəetmə qərarlarının düzgün və optimal qəbul olunması xeyli dərəcədə asılıdır. Hər şeydən əvvəl işçilərin idarə edilməsinin strateji məqsəd və vəzifələrinə nail olunması bu mərhələlərin nəticəsidə reallaşır.

Fəaliyyətin başlanmasının və həyata keçirilməsinin əsas mexanizmi, sövqedici və vadaredici vasitəsi əmək motivləridir. Müxtəlif əmək situasiyalarında işçilər öz davranışlarını məhz motivlərin köməyilə müəyyənləşdirir və təsdiq edir. İstənilən uğurlu bir iş yüksək enerji tələb edir. İşgüzar adamın nə qədər uğur qazanması onun nə qədər motivasiyalı olmasından asılıdır. İşlərini işçiləri motivasiya etməyə imkan verəcək şəkildə formalaşdırmaq onların daha məhsuldar olmasını təmin etməyə və ən yaxşı, bacarıqlı, inkişaf potensialı olan işçiləri əldə tutmağa şərait yaradar. Bu da öz növbəsində həm işçilərin işə bağlılığı, həm də işlərin müvəffəqiyyətlə başa çatması yönündə çox böyük fərq yaradan nəticələr əldə etməyə imkan verər. Bu isə işçilərin müəssisəyə bağlılığının artması, işini daha çox sevməsi və yerinə yetirilən işin məhsuldar olması deməkdir. Uğur qazanmaq üçün ən yaxşı vasitə hər zaman qarşısındakı insanlara müsbət enerji verən və böyük ruhyüksəkliyi ilə çalışan insanlarla işləməkdir. Xoşbəxt olmaq və uğur qazanmaq üçün motivasiya vacib əhəmiyyət daşıyır.

Açar sözlər: resurs, kapital, motivasiya

Giriş

Resurs – lazımi hallarda istifadə edilə bilən vəsait kimi müəyyən edilir. Müəssisə səviyyəsində insanlara resurs kimi baxmaq düzgün hesab edilmir. İnsanların müəssisə fəaliyyətində iştirakı ştat cədvəli, vəzifə təlimatı və digər sənədlərlə real şəkildə müəyyən olunur. Lakin insanın daxili imkanları resurs (insan resursları) ola bilər. Müəssisənin xarici mühitində "əmək resursları" anlayışının tətbiqi öz təsdiqini tapmışdır. Bir çox iqtisadi ədəbiyyatlarda "əmək resursları" və "insan resursları" anlayışları bir-birindən fərqləndirilmədən işlədilir.

Əmək bazarı tələb və təklifin qarşılaşdığı yer kimi nəzərdən keçirilir. Cəmiyyətin həyatının sosial-siyasi və iqtisadi sahələrində əmək bazarı əhəmiyyətli yer tutur. Əmək şəraiti, əmək haqqının kəmiyyəti, təhsil almaq imkanları, məşğulluğun təminatı və s. əmək bazarında müəyyənləşdirilir və məhsuldar qüvvələrin dəyəri qiymətləndirilir. Əmək bazarının iştirakçılarının mahiyyətini dərk etmək üçün əvvəlcə onları müəyyənləşdirmək lazımdır. "Əhali" başlıca anlayış hesab olunur.

Əhali – müəyyən bir ərazidə cəmləşən insan kütləsidir. Əhali eyni zamanda həm istehsalçı, həm də maddi nemətlərin istehlakçısıdır. Əhalinin yaş həddi, təhsil səviyyəsi, peşə-ixtisas tərkibi "əmək resursları"nın kəmiyyət və keyfiyyət tərəflərinin müəyyənedicisidir.

Əmək resursları - əhalinin müəyyən əmək fəaliyyətinə uyğun fiziki inkişafı olan, zehni qabiliyyətə və biliklərə malik hissəsidir. Əmək resurslarına həm məşğullar, həm də əmək qabiliyyəti olub məşğul olmayanlar daxildir.

İşçi qüvvəsi əmək bazarının əmtəəsi kimi və ya əmtəənin xüsusi növü kimi başa düşülür. İşçi qüvvəsi iqisadi kateqoriya kimi həm də əmək qabiliyyətini ifadə edir; insanların sahib olduğu, həyati vacib nemətlərin istehsalı üçün istifadə olunan fiziki və intellektual qabiliyyətlər, biliklər, bacarıq və vərdişlər toplusudur.

Müasir şəraitdə müəssisənin məhsul və xidmət istehsalında qarşıya qoyduğu məqsədə nail olması üçün istifadə etmək məcburiyyətində olduğu resurslar vardır ki, onlardan da biri insanı əhatə edən insan resurslarıdır. İnsan resursları sosial-iqtisadi kateqoriya kimi, cəmiyyətin malik olduğu fiziki və intellektual imkanları özündə birləşdirir. Onun tərkibində fiziki və zehni cəhətdən inkişaf etmiş əmək qabiliyyətli əhali əsas yer tutur. İnsan istehsal prosesinin həm ayrılmaz bir hissəsi, həm də istehsalın hədəfidir. Son nəticədə hər şey insanlar üçün istehsal olunur.

İnsan resurslarının idarə edilməsi – iş yerində insana istiqamətlənmiş bütün işləri əhatə edir. İnsanı əsas tutması insan resurslarının idarə edilməsinin başlıca xüsusiyyətidir. İnsanlar və onların istedadı ölkənin ən qiymətli resursudur. İnsanların potensialından və yaradıcı imkanlarından maksimum istifadə edilməsinə nail olmaq insan resurslarının idarə edilməsinin başlıca məqsədidir. İnsan resurslarının idarə edilməsi prosesinə aşağıdakılar daxildir:

- heyətin idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması, heyətin qiymətləndirilməsi, heyətin seçimi, heyətin motivasiyası, heyətin inkişaf etdirilməsi.

Metod

Qeyd etmək lazımdır ki, hətta müasir terminologiyada “insan resurslarının idarə edilməsi” və “heyətin idarə edilməsi” anlayışları bir-birindən fərqləndirilmir. Əmək resurslarında həlledici rolu əhalinin iş qabiliyyəti yaşında olan əmək qabiliyyətli hissəsi təşkil edir. Həmçinin, ümumi əmək qabiliyyəti olanları da qeyri-ixtisaslı əmək və əməyin konkret növü üzrə peşəkarlar kimi fərqləndirirlər.

Əmək qabiliyyətli əhalini 2 qrupa ayırırlar:

1. İqtisadi fəal əhali (işçi qüvvəsi) – əhalinin öz əməyini əmtəə və xidmətlərin istehsalı üçün təklif (məşğul və işsizləri) edən hissəsidir. Bu qrupa həmin dövr üçün həm işləyən (məşğullar), həm də işsiz olan, lakin öz əməyini təklif edən əhali (işsizlər) daxildir.

2. Qeyri-iqtisadi fəal əhali – əyani təhsil sistemində məşğul olan tələbələr, həqiqi hərbi xidmətdə olanlar, evdar qadınlar və digər əhali qruplarını özündə birləşdirir.

Məşğulluq – qanunvericiliyə uyğun olaraq əmək qabiliyyətli insanların onlara gəlir gətirən, ictimai əmək bölgüsünə əsalanan və ictimai tələbatların ödənilməsi ilə əlaqədar olan fəaliyyət növüdür. Məşğulluq ictimai məhsulun istehsalı prosesində iştirak edən insanlar arasında meydana gələn istehsal münasibətləridir.

Kadrlar – sosial-iqtisadi kateqoriya kimi, hər hansı ölkənin, regionun, müəssisənin insan resurslarını xarakterizə edir. Ölkənin bütün əmək qabiliyyətli (istər məşğul, istər potensial işçilər) əhalisini birləşdirən əmək resurslarından fərqli olaraq, “kadr” anlayışı işçilərin sabit (ştat) tərkibini, yəni, müxtəlif müəssisələrdə əmək münasibətlərində olan əmək qabiliyyətli əhalini özündə ehtiva edir.

Kadrlar – müəssisənin ştatında olan və əmək münasibətləri əsasında onun fəaliyyətində iştirak edən insanları əhatə edir.

Kadrlardan fərqli olaraq heyət – idarəetmə obyektini təşkil edən, operativ idarəetməyə daxil olan kadr və ştatdankənar işçilərin bir hissəsidir. Təcrübədə müəssisə işçilərinin rəhbərə və heyətə bölünməsinə rast gəlinir.

Heyət – kadr və ştatdan kənar işçilərin müəssisə rəhbəri üçün idarəetmə obyektini təşkil edən, operativ idarəetmədə olan hissəsini təşkil edir. Müəssisənin strateji inkişafa istiqamətləndirilməsi heyətə olan münasibətin dəyişilməsini tələb edir. İnsan resurslarının idarə edilməsi prosesində müəssisədə tamamlayıcı zərurət meydana çıxır. İnsan resursları bizim hər bir insanda mövcud olan xarakteristikalar kompleksini nəzərdə tutur. İnsan resurslarının idarə edilməsi – konkret insan və ya insan qruplarına psixoloji texniki vasitələrlə təsir yolu ilə idarəetməni nəzərdə tutur.

İnsan resursları termini müəssisə daxili və xaricdən potensial olaraq yararlana biləcək bütün işçi qüvvəsini, başqa sözlə yuxarı pillədəki rəhbərdən aşağı mövqeni tutan işçilərədək hamını əhatə edir. İnsanın rolu müasir istehsalat prosesində daha da mürəkkəbləşir və inkişaf edir. İnsan resursları özündə artıq peşəkar bacarıqlarla yanaşı, həm də fərdin şəxsi keyfiyyətlərini də təcəssüm etdirir. Peşəkar qabiliyyətlərin istifadəsi isə öz növbəsində səmərəliliyin artmasına gətirib çıxarır. İstənilən bir müəssisənin yüksək rəqabət qabiliyyətliliyini təmin etmək insan kapitalı olmadan təşkilatın rəhbərliyi üçün daha da qəlizləşir. İnsan resursları insanların müxtəlif keyfiyyət xarakteristikalarının cəmləşməsidir. İnsan resursları sosial istehsalın inkişafının ümumi göstəricisidir və insanların maddi və ya mənəvi məhsulların istehsalı proseslərində işləmək bacarıqlarını müəyyən edir.

İnsan resursları – müəssisədə qarşılıqlı və vəhdət halında fəaliyyətdə iştirak etməyə imkan verən potensial resurslardır, yəni kadrların fiziki, peşəkar, intellektual, mənəvi imkanlarıdır. İnsan resursları iqtisadi termin olaraq, müəssisələrin kadr tərkibini, bütövlükdə ölkənin, regionun, sahələrin işçi qüvvəsi və əmək resurslarını xarakterizə edir.

Müəssisənin fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsini və məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasını təmin edən qərarların hazırlanması, qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi məqsədilə məlumatların yenidən emalı idarə etmə prosesidir. İdarə etmə proses kimi müəssisənin səmərəli fəaliyyətini təmin edən daxili hərəkətverici qüvvədir. Proqnozlaşdırma, planlaşdırma, təşkiletmə, tənzimetmə, koordinasiya, motivasiya, nəzarət və uçot kimi funksiyaların vasitəçiliyi ilə müəssisələrdə idarəetmə həyata keçirilir.

İnsan resurslarının idarə edilməsi (human resources management) - iş yerlərində insana yönəlmiş bütün işləri özündə ehtiva edir. İnsan resurslarının müəssisə daxilində planlaşdırılması, buna uyğun olaraq lazımi təhlillərinin aparılması, öhdəliklərin müəyyənləşdirilməsi, kadrların seçilməsi üçün iş elanlarının yerləşdirilməsi, işləmək üçün müraciət edənlərlə görüşlərin təşkili vacib məsələlərdəndir. Eyni zamanda kadrların təhsil və inkişaf məsələləri, vəzifədə irəli çəkilmə, əmək haqqı, iş yerini dəyişdirmə, işdən çıxarılma, nizam-intizam qaydaları, sosial-mədəni yönümlü fəaliyyətlər, tibbi xidmət və digər bu qəbildən olan işləri də əhatə etməlidir. İnsan resurslarının idarə edilməsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün digər resurslar kimi, rəqabət obyekti olmaq baxımından insanlar dasəmərəli yerləşdirilməli, inkişaf etdirilməli və motivləşdirilməlidir. İnsanı vacib hesab etməsi insan resurslarının idarə edilməsinin ən önəmli xüsusiyyətidir. Lakin bu heç də müəssisənin məqsədlərinin əsas olmadığı demək deyil. İnsanın iş

yerinin dəyərini anlaması, rahat və təminatlı həyatının olması yerinə yetirilən işin səmərəliliyinə də öz müsbət təsirini göstərir.

"İnsan resursları" və "insan resurslarının idarə edilməsi" anlayışları daha bir "insan kapitalı" kimi terminlədə əlaqəlidir. İlk növbədə onu qeyd edək ki, gəlir gətirmək qabiliyyətinə malik olması və məhsul və ya xidmətlərin istehsalı üçün insanların yaratdığı resurs kapitalın ümumi nəzəri mənasını təşkil edir. Bir az yığcam mənada ifadə etsək kapital, işə istiqamətlənmiş istehsal vasitəsi qismində (fiziki kapital) fəaliyyət göstərən gəlir mənbəyidir. Əsas kapital kimi vəsaitlərin bir çox dövr ərzində istehsalda iştirak edən hissəsi və dövriyyə kapitalı kimi vəsaitlərini bir dövr ərzində istehsalda iştirak edən və tamamilə sərf olunan hissəsi fərqləndirilir. Pul kapitalı isə, fiziki kapitalın əldə edilməsi üçün istifadə edilən pul vəsaitlərini özündə birləşdirir. "Kapital" termini iqtisadiyyata maddi və pul vəsaitləri formasında kapital qoyuluşu kimi anlaşılır və istehsalda da, kapital qoyuluşu və ya investisiyalar kimi adlandırılır.

İnsan kapitalı adamlarda mövcud olan bilik, bacarıq, peşəkar qabiliyyətvə motivasiyalar sistemini özündə əks etdirir. Yəni hər şeydən öncə intellektual kapitaldır. O fərdidir və onun maddi resurslarda olduğu kimi dəqiq ölçülməsi mümkün deyildir. O, insanın şəxsi mülkiyyətidir və sahibinin gələcəkdə daha çox gəlir əldə etməsini təmin edir.

İnsan kapitalı aşağıdakı göstəricilərlə xarakterizə olunur:

- işçilərin sayı və tərkibi, təhsil səviyyəsi (intellektual tərkibi), bacarığı, peşəkar hazırlığı, təcrübəsi, iqtisadi əhəmiyyətli məlumatlara yiyələnmə qabiliyyəti, onun normal əmək fəaliyyətini təmin edən mənəvi və cismani sağlamlığı, istehsalat və sosial aktivlik dərəcəsi, mədəni-şəxsi inkişaf meyilləri, mülki cavabdehliyi və s.

Araşdırma modeli

"Motivasiya" latın sözü olub "sövqetmə", "maraq oyatma" mənaların verir. İnsanı fəaliyyətə həvəsləndirən, onun fəaliyyətinin sərhəd və formalarını müəyyənləşdirən, fəaliyyətinə istiqamət verən, məqsədlərinin reallaşdırılmasını istiqamətləndirən daxili və xarici stimullaşdırıcı qüvvələrin məcmusu motivasiya adlanır. Motivləşdirmə çox aspektli və çox istiqamətli bir iqtisadi anlayışdır. Ayrı-ayrı müəlliflər bu termini müxtəlif formalarda ifadə edirlər:- ehtiyac, ehtiras, məqsəd, arzu, istək, tələbat, sövqetmə, mükafatlandırma və s.

Motivləşdirmə fizioloji tələbatdan doğur. Hər bir ehtiyac (psixoloji, mənəvi və fizioloji) insanda müvafiq davranış forması əmələ gətirir və onu fəallaşdırır. Əslində fizioloji və mənəvi tələbatlar ehtiyacın hiss edilməsinin nəticəsidir. İnsanın davranışına motivasiyanın təsir forması müxtəlif amillərdən asılıdır. Bu amillər əksər hallarda fərdi xarakter daşıyır. Motivasiya anlayışını hərtərəfli izah etmək üçün onun üç əsas aspektinə baxmaq lazımdır:

1. İnsanın fəaliyyətində nələr motivasiyanın təsirindən asılıdır?

2. Daxili və xarici qüvvələrin nisbəti necə meydana çıxır?

3. Motivasiya insanların fəaliyyətinin nəticələri ilə necə əlaqədardır?

Hər şeydən əvvəl istifadə ediləcək əsas anlayışların mahiyyətini müəyyənləşdirmək lazımdır. Tələbatlar – insanların daxilində mövcud olur və ya yaranır. Müxtəlif insanlar üçün ümumi olur, lakin eyni zamanda hər bir insanda fərdi şəkildə özünü göstərir. Həmçinin, tələbat insanın azad olmaq istədiyi bir şeydir, çünki tələbat mövcud olduğu zaman, o özünün ödənilməsini tələb edir.

İnsanlar tələbatların mövcudluğuna, onların ödənilməsinə müxtəlif cür reaksiya verə bilərlər və hətta reaksiya verməyə də bilərlər. Tələbatlar süurlu və süursuz olaraq yarana bilər. Bu zaman heç də tələbatların hamısı başa düşülmür və ödənilmir. Əgər tələbat ödənilmişdirsə, bu heç də o demək deyildir ki, o daimi olaraq ödənilmişdir. Bəzi tələbatlar, mütəmadi olaraq bərpa olunub aktivləşirlər. Belə olan halda onlar öz ifadə formasını və insana təsir dərəcəsini dəyişə bilərlər.

http://www.itinfo.am/eng/human-resource-management/

Analiz

Motiv insanda müəyyən fəaliyyəti yaradan şeylərdir. Motiv insanın daxilində olur və şəxsi xarakter daşıyır. Motiv insana aid olan çoxlu sayda xarici və daxili amillərdən asılı olub, onunla paralel yaranan motivlərin təsirinə məruz qalır. Motiv təkcə insanı müəyyən fəaliyyətə sövq etmir, eyni zamanda nə etmək və necə etmək kimi prosesləri də təyin edir. Məhz motivlərin köməyilə işçilər müxtəlif əmək situasiyalarında, öz davranışlarını təsdiq edir və müəyyənləşdirir. Xüsusi olaraq əgər motiv tələbatın ödənilməsi üçün fəaliyyət yaradırsa, hətta insanlar eyni tələbatlara malik olsalar belə, müxtəlif insanlarda bu fəaliyyət növləri müxtəlif cür özünü göstərir. Motivləri müəyyən etmək olar. İnsan öz motivlərinə təsir edə bilər, bu motivlərin ödənilməsi və ya onların motivasiya məcmusundan çıxarılması ilə ona reaksiya verə bilər. İnsanların davranışı bir motivlə müəyyən edilə bilməz. O, insan davranışına təsir dərəcəsinə görə bir-biri ilə müəyyən münasibətdə olan motivlərin məcmusu ilə müəyyən edilir. Bu səbəbdən insanın motivasiya strukturu onun müəyyən fəaliyyətinin reallaşdırılmasının əsası kimi qəbul edilə bilər. Motivasiya strukturu sabitliyə malik olur, lakin o dəyişə bilər. Xüsusi halda insanın təhsili və tərbiyəsi prosesində şüurlu olaraq transformasiya olunur. (Əliyev 2012)

Motivləşdirmə müəyyən motivləri oyatmaq (aktivləşdirmək) yolu ilə insanı hər hansı fəaliyyətə sövq etmək üçün ona təsir prosesidir. İnsanın idarə edilməsinin əsasını motivləşdirmə təşkil edir. Əlbəttə motivasiya standart bir anlayış deyildir. Yəni, bütün işçiləri eyni amil motivasiya edə bilməz Motivləşdirmə prosesinin uğurlu həyata keçirilməsi idarəetmənin effektivliyinə təsir edir. Qarşısında duran vəzifələrdən asılı olaraq iki əsas motivasiya tipini fərqləndirmək olar:

I tip xarici təsir vasitəsilə insan fəaliyyətinə lazım olan motivlər aktivləşir. Bu motivlər isə öz növbəsində insanı müəyyən addım atmağa və ona uyğun davranışı həyata keçirməyə təhrik edir. Sonda isə motivləşdirici subyekt üçün müəyyən çətinliklər yarada bilir. Birinci tip motivləşdirmə zamanı həm insanı arzu olunan fəaliyyətə stimullaşdıracaq motivləri və həm də bu motivləri necə aktivləşdirməyi bilmək lazımdır. Belə tip motivləşdirmə ticarət sövdələşməsi variantını xatırladır: —Mən sənə istədiyin şeyi verərəm, sən də mənə istədiyim şeyi ver. Əgər iki tərəfdə qarşılıqlı təsir nöqtələri yoxdursa, onda motivasiya prosesi baş tutmayacaqdır.

II tip motivləşdirmə insanda müəyyən strukturun formalaşdırılması vəzifəsini həyata keçirir. Bu zaman motivləşdirmə subyekti üçün arzu edilən fəaliyyət motivlərinin inkişaf etdirilməsi və gücləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirilir. Əks halda isə insanı effektiv idarəetməyə mane olan motivlərin zəifləşdirilməsinə verilir. Bu tip motivləşdirmə tərbiyə və təhsil, iş xarakteri daşıyır və çox hallarda konkret insanın fəaliyyətindən gözlənilən davranış və nəticələrdən asılı olmur. Bu motivləşdirmə tipinin icrası üçün insanlardan daha çox səy, bilik və qabiliyyət tələb olunur. Onu öyrənən və tətbiq edən müəssisə və təşkilatlar öz insan resurslarını daha uğurlu və effektiv idarə edə bilirlər. I və II motivləşdirmə tipləri bir-birinin əksi deyil. Belə ki, müasir idarəetmə təcrübəsində proqressiv idarə edilən müəssisələr hər iki tip motivasiyadan istifadə etməyə səy göstərir. Psixoloqlar

göstərirlər ki, insanlar nəyinsə fizioloji, yaxud psixoloji çatışmadığını hiss etdikdə onlarda tələbat yaranır. Konkret şəxs hər hansı bir vaxtda tələbatları şüurlu dərk etmək mənasında tələbatlara malik olmaya bilər. Müəyyən tələbatlar mövcuddur ki, hər bir insan onu hiss edə bilər.

Nəticə

Motivasiya latın sözü olub, hərfi tərcüməsi hərəkətə gətirmək, təşviq etmək mənasını ifadə edir. Motivasiya insanı hərəkətə gətirən, bu hərəkətin enerji səviyyəsini təyin edən, onun istiqamətini müəyyənləşdirən, başqa sözlə, motivə edilmiş davranış, məqsədə istiqamətlənmiş davranışdır. Motivə edilmiş davranışdakı hərəkətlər daha canlı, enerjili, dəyişikliklərə qarşı daha dözümlü olur. Motivasiya insanı hərəkətə gətirən bir güvvə olaraq qəbul edilmişdir. Motivasiyanın əsas məqsədi işçilərin könüllü, effektli və səmərəli iş görmələrini təmin etməkdir.

Menecmentdə məzmunlu motivləşdirmə nəzəriyyələri bu ümuminsani tələbatları müəyyən kateqoriyalara təsnif etməyə çalışmışdır. İndiyə qədər hamı tərəfindən qəbul olunan müəyyən tələbatların eyniləşdirilməsi mövcud deyildir. Lakin əksər psixoloqlar razılaşırlar ki, prinsipcə tələbatları belə təsnif etmək olar:

1. İlkin tələbatlar öz təbiətinə görə fiziolojidir və bir qayda olaraq anadangəlmə yaranır. Məs: qidaya, suya, nəfəs almağa, yuxuya və s. olan tələbatlar.

2. Təkrar tələbatlar öz təbiətinə görə psixolojidir. Məsələn, uğura, hörmətə, bağlılığa, hakimiyyətə olan tələbatlar və kimə, yaxud nəyəsə mənsub olmaq tələbatı.

İlkin tələbatlar genetik qoyulur, təkrar tələbatlar isə təcrübə ilə dərk olunur. İnsanların qazandıqları təcrübə müxtəlif olduğundan insanların təkrar tələbatları da daha çox fərqləndirirlər. Tələbatı bilavasitə müşahidə etmək, yaxud ölçmək mümkün deyildir. Onların mövcud olduğunu yalnız insanların davranışı ilə müəyyən etmək olar. İnsanları müşahidə etməklə psixoloqlar müəyyən etdilər ki, tələbatlar fəaliyyətə motiv kimi xidmət göstərir. İnsan tələbatı hiss etdikdə, bu onda səy göstərmək vəziyyəti yaradır. Niyyət, meyil müəyyən istiqamətə malik olan nəyinsə çatışmadığını duyumaq hissidir. Bu, tələbatın davranışla büruzə verilməsidir və məqsədlərin nail olunmasına yönəldilir. İnsan bu məqsədlərə çatdıqda, ya onun tələbatı qane edilir, ya hissə - hissə qane edilir, və yaxud qane edilmir. Əgər işçinin mürəkkəb işə tələbatı varsa, onda o, həmin işin təmin olunması üçün yerin alınması formasında məqsədə çatmağa cəhd göstərəcəkdir. Belə bir iş yeri aldıqdan sonra işçi onun gözlədiyindən mürəkkəb olmadığını aşkar edə bilər. Belə bir vəziyyət həmin işçini az səylə işləməyə, yaxud tələbatı qane olunan başqa yer axtarmağa məcbur edə bilər.

Ədəbiyyatn Siyahısı

1. Bazarov T., Yereminin B. (2012) Heyətin idarə edilməsi. Səh.103-120
2. Əliyev T.,Əliyev Ş.,Əliyev R. (2012) İnsan resurslarının idarə edilməsi. Səh.175-185.
3. Əliyev M., Həmidov H. (2002) İnsan resurslarının idarə edilməsi. Səh.
4. Quliyev T.Ə. Menecmentin (idarəetmənin) əsasları. Bakı, 2001.

İnsan Resurslarının Mahiyyəti və Sənaye Müəssisələrində Onun İdarə Edilməsinin Nəzəri Əsasları

Nərmin Mehtiyeva
mehtieva.narmin@gmail.com

Xülasə

Məqalədə əsas diqqət ilk növbədə insan resurslarının mahiyyətinin, onun əsas xüsusiyyətlərinin açıqlanmasına və inkişaf konsepsiyasının araşdırlmasına yönəldilmişdir. İnsan resursları anlayışına ayrı-ayrı iqtisadçı-mütəxəsislərin fərdi yanaşmaları, verdikləri tərifl ərə baxılmışdır. Baxılan materialllara əsasən qeyd etmək olara ki, br çox iqtisadçı tədqiqatçıların təkmil bazar iqtisadiyyatına keçid ilə əmək resursları anlayışının əhəmiyyətini tamamilə itirəcəkləri və eyni zamanda digər çoxsaylı əcnəbi və yerli iqtisadçı-alimlərin yanaşmalarına görə isə əksinə bu kateqoriyaya-əmək resurslarına marağın artması və gələcəkdə daha da artacağı kimi qənaətə gəlməyə bizi sövq edir. Məqalədə heyətin idarə edilməsinə aid müxtəlif elmi mənbələrdən alınan məlumatların emalı və dərk edilməsilə kadrların idarəedilməsi məsələlərinə müxtəlif yanaşmalara baxılmışdır. Eyni zamanda "Əmək resurslarından istifadə" konsepsiyasının əsas prinsipləri araşadırılmış, insan resurslarının konsepsiyasına və onlardan istifadəyə baxılmış və müəyyən edilmişdir ki, istehsalatda və idarəetmədə hər bir insana iqtisadi meyarlar nəzərə alınmaqla yanaşma tələb edilir. İnsan resursları konsepsiyasının əsas postulatı muzdlu işçilərə əlavə xərc çəkmədən və təşkilatı səylər göstərmədən fiziki və əqli əmək ləri mənimsənilməsi mümkün olan sadəcə bir hədiyyə kimi baxmaq deyil, onları istehsalın əsas resursu kimi qəbul edilməsindən ibarətdir.

Sənaye müəssisələrində heyətin idarəedilməsinin nəzəri əsasları yerli və əcnəbi mütəxəsislərin-T.Ə.Quliyevin, Ə.Məmmədovun, L.İ.Evenkonun, A.Fayolun, H.Emersonun, F.Teyorun, H.Fordun və b. elmi yanaşmaları əsasında araşdırlmışdır. Yekun olaraq olaraq aparılan tədqiqatdan müəyyən nəticələr əldə edilmişdir ki, onların insan resursalarının idarə edilməsində tətbiqi tövsiyyə olunur.

Açar sözlər: Əmək, Əmək Resursları, Heyətin İdarə Edilməsi.

Giriş

Bazar iqtisadiyyatı müəssisələrdən ETT-nin nailiyyətlərinin, effektiv təsərrüfatçılıq və istehsalın idarəedilməsi formalarının tətbiqi və s. əsasında istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi, istehsal etdiyi məhsul və xidmətlərin rəqabətqabliyyətliyinin artırılmasını tələb edir. Bu vəzifələrin reallaşdırlmasında əsas rol isə müəssisələrin əmək resurslarının payına düşür. Əmək resurslarının yeri və rolunun nəzəri və praktiki baxımından araşdırılması və qiymətləndirilməsi müəssisənin ümumi vəzyyətinin qiymətləndirilməsinin əsas mərhələlərindəndir. Bu tədqiq və təhlil müəssisənin və onun struktur bölmələrinin kadrlarla təminatlılıq səviyyəsini müəyyən etməyə və qiymətləndirməyə imkan verir.

Əmək ehtiyatlarından istifadənin səmərəliliyinin artırılmasının əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, bunsuz milli iqtisadiyyat, onun bütün sahələri rəqabətqabiliyyətli fəaliyyət göstərə bilməz. Axı əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə və əmək məhsuldarlığı səviyyəsinə görə ölkəmiz inkişaf etmiş ölkələrdən xeyli geri qalır. Azərbaycanda əmək nisbətən az məhsuldardır və buna görə də az maaşlıdır. Ölkədə əmək resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılması ehtiyatları böyükdür və onları mümkün qədər tez reallaşdırmaq lazımdır. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin ümumiqtisadi əhəmiyyəti olduqca yüksəkdir. Hətta əmək məhsuldarlığının bir faiz artımı ölkə iqtisadiyyatında istehsal həcminin bir neçə milyon manat artmasını təmin edir. Qeyd edilənlər tədqiqatın mövzusu və obyekti ilə bağlı təyin edilən problemin aktuallığını, tədqiqatın məzmunu və gəlinən nəticənin əhəmiyyətini təsdiq edir.

Metod

Tədqiqat işinin hazırlanmasında müqayisə, təhlil, ümumiləşdirmə metodlarından istifadəyə üstünlük verilmişdir. Tədqiqatın obyektini əmək resurslarına dair müxtəlif elmi mənbələr təşkil etmişdir.

Araşdırma Modeli

Tədqiqatın məqsədini insan resurslarının mahiyyətini və sənaye müəssisələrində onun idarə edilməsinin nəzəri əsaslarının araşdırılması təşkil edir. Bunun üçün sənayedə insan resurslarının inkişaf konsepsiyaları, heyətin idarə edilməsinin nəzəri əsasları və müasir dövrdə insan resurslarının idarəedilməsinin inkişaf təkamülü və müasir tendensiyaları müxtəlif elmi mənbələrdən alınan məlumatlar əsasında tədqiq və təhlil edilmişdir. Tədqiqat predmetinin nəzəri modeli mücərrəd obyektlərin məcmusu olmaqla tədqiqatçının nəzəri maraq dairəsində olan problemləri əhatə etməsi nəzərə alınaraq araşdırma zamanı əsasən tədqiqat predmetinin nəzəri modelinə önəm verilmişdir. Bu modeldən istifadə etməklə anlayışlar digər anlayışla, müəyyən bir nəzəriyyə başqa bir nəzəriyyələrlə əlaqələndirilmış və nətivcə etibarilə insan resurslarının idarə edilməsinin nəzəri əsasları araşdırılmışdır.

Analiz

Müəssisənin təşkilatı və istehsal-təsərrüfat elementlərini birləşdirən strukturun effektiv fəliyyətinin təmin edilməsində əmək resursları əhəmiyyətli oynayır. Əmək resursları, cəmiyyətin əsas və məhsuldar qüvvəsi kimi istehsalın əhəmiyyətli bir amili olmaqla, onun rasional tətbiqi sənaye müəssisələrində məhsuldarlığın, onun iqtisadi səmərəliliyinin artmasını təmin edir.

İstənilən müəssisənin uğurlu fəaliyyəti heyət üzvlərinin ixtisası, onlardan bacarıqlı istifadə və idarə olunmasının səmərəliliyindən asılıdır. İnsan resurslarının idarə edilməsi məsələsinə müxtəlif yanaşmaq olar. Bu sahədə qəbul edilən qərarların keyfiyyəti hər bir işçinin və bütövlükdə müəssisəsnin öz məqsədlərinə çatmaq imkanlarına bilavasitə təsir göstərir. Maddi nemətlərin istehsalı təbii, insan, istehsal, maliyyə, informasiya və digər resurslar olmadan mümkün deyil. İnsan resursları əhalinin müəyyən keyfiyyət xüsusiyyətlərinə malik olan bir hissəsidir. İnsan resursları maddi, maliyyə, informasiya və digər resurslardan fərqli olaraq müəyyən özəl xüsusiyyətlərə malikdir:

- insanlar intellektə malikdirlər, buna görə də onların xarici təsirlərə reaksiyası mexaniki deyil, məhz emosional və mənalıdır;
- intellektə malik olmaqla insanlar daim təkmilləşməyə və inkişaf etməyə qadir və meyillidirlər ki, bu da istənilən cəmiyyətin və ya ayrı-ayrı müəssisənin fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması üçün ən vacib və uzunmüddətli mənbədir;
- insanlar qarşılarına müəyyən məqsədlər qoymaqla şüurlu şəkildə bü və ya digər fəaliyyət növünü (istehsal və ya qeyri-istehsal, əqli və ya fiziki) seçirlər.

İnsan resursları konsepsiyasının mahiyyəti işçilərin öz potensialını tam reallaşdırmaq və bununla da öz ali tələbatlarını ödəmək imkanı əldə etdiyi motivasiya nəzəriyyələrinə uyğun olaraq iş tapşırıqlarının işlənib hazırlanmasından ibarətdir. İdarəetmə elminin təməlini formalaşdıranlar və heyətin idarə edilməsinin nəzəri əsaslarının işlənib hazırlanması ilə məşğul olanlar arasında Anri Fayol, Harrinkton Emerson, Frederik Uinslou Teylor, Henri Fordu qeyd etmək olar. Eyni zamanda insan resursları konsepsiyasının ən məşhur nümayəndələrinə Abrahama Maslou və Douglas Mcgregoru göstərmək olar. Antioxiya kollecinin (Ohayo ştatı, ABŞ) prezidenti D. Makqreqor insan resursları konsepsiyasının modifikasiya olunmuş variantını təklif etmişdir. Bu konsepsiyanın əsas məğzi öz işçilərinin intellekt və təxəyüllərini tam istifadə edən müəssisələrin əlavə üstünlük qazanmaq imkanlarının olması ilə izah edilir. Əgər lazımi şərait yaradılsa, əməkdaşlar məsuliyyət və

özünənəzarət kimi xüsusiyyətləri də qabartmaqla şüurlu şəkildə təşkilati məqsədlərin əldə olunmasına çalışacaqlar (Армстронг, 2010: s. 2-12).

İnsan resursları "zəruri bəla"dir. Son dövrlərə qədər insan resurslarının idarə edilməsinin ideal modelini məhz belə qiymətləndirdilər. P. Cassa görə heyətin resurs kimi ifadə olunması artıq köhnə yanaşmadır. Bu alçadıcıdır və cəmiyyətin inkişafı ilə ayaqlaşmır. İnsanlardan ibarət biznesin hərəkətverci qüvvəsinin bir hissəsi olan kollektivə verdiyimiz tərifə yenidən baxılmasına ehtiyac var (Дрегало, 2015: c. 41-47).

İşəgötürənin heyətin-mencmentin inkişafının müxtəlif mərhələlərində insana münasibəti çox maraqlıdır. Parik və Rao apardıqları tədqiqatlarda qeyd edirlər ki, heyətin ənənəvi idarəetmə konsepsiyası insanların motivasiyanın ilk növbədən yaradılan komfort və əmək haqqından ibarətdir və bu aspektlərə xüsusi diqqətin verilməsi vacibdir ki, insanlar özlərini təmin olunmamış hiss etməsinlər. Lakin müəssisələr xidmətçilərə resurs kimi, alət kimi hətta maşının hər hansı bir detalı kimi baxırlar, hansıları ki, dövrü olaraq yağlamaq lazımdır.

İnsan resursları modelinin evristik potensialının məzmununu daha dərindən dərk etmək və qiymətləndirmək cəhdləri mövcuddur. Bu cəhdlərdən biri də İdarənin İnkişafı İnstitutunun professoru Satiş Kumar Karlın (Gurjaon, Hindistan) konsepsiyasıdır. Qısa Oksford lüğətində verilən tərifə görə, "resurslar" sözü "lazım olduqda nəyinsə doldurulması, ehtiyatdır ki, zərurət yarandıqda haradan götürmək olar" mənasında işlədilir. İnsan resursları modelinin xərcləri yalnız etik baxımdan deyil, Satiş Kumar Karla qeyd etdiyi kimi nə qədər ki, müəssisələr insanları resurs hesab edirlər onlar işçiləri ixtisar etməklə xərclərini azaltmağa çalışacaqlar."İnsan Resursları" modelinin xərcləri yalnız etik baxımdan deyil, Satiş Kumar Karlın qeyd etdiyi kimi, şirkətlər insanları resurs hesab etməyə davam edərkən ("zəruri şərt"), "onlar personalın ixtisarı yolu ilə xərcləri azaltmağa çalışacaqlar, necə ki, onlar istənilən başqa resurslara xərcləri azaltmağa çalışırlar.

Nəzərdən keçirilən konsepsiyanın etimologiyası əsasında professor belə bir nəticəyə gəlir ki, resurslar şirkətin manipulyasiya edə biləcəyi və onun öz istəyi və mənfəəti ilə nəzarət edə biləcəyi bir şeydir. Bu, özlüyündə insanın ləyaqətini aşağı salır. Bu yanaşma ilə razılaşmaq lazımdır, çünki başqa bir halda, insanları idarə edilməli olan və özünü təşkil etməyə qadir olmayan "resurslar" kimi nəzərdən keçirərkən menecerlər "qulluqçuları öz intellektual və digər imkanlarından istifadə etmək imkanından məhrum edirlər, çünki düşünürlər ki, insanları istənilən digər resurslarla olduğu kimi istismar etmək və manipulyasiya etmək olar" (İsmayılov, Abdullayev, Qurbanova, Hüseynova və b., 2018)

İdarəetmə elminin təməlini formalaşdıranlar və heyətin idarə edilməsinin nəzəri əsaslarının işlənib hazırlanması ilə məşğul olanlar arasında Anri Fayol, Harrinkton Emerson, Frederik Uinslou Teylor, Henri Fordu qeyd etmək olar. XX əsrin 90-cı illərində müəssisələrin idarə edilməsi nəzəriyyəsində, idarəetmənin ümumi paradiqmasında ümumi dəyişiklik baş verir. Heyət əsas resurs kimi qəbul olunmağa başlayır və o müəssisələrin fəaliyyətinin müvəffəqiyyətini müəyyən edir. Eyni zamanda, müəssisələrin fəaliyyətinin idarə edilməsinin strateji məsələlərinə diqqət artırılır. Heyətin ixtisara salınmalı olan xərclər kimi nəzərdən keçirdiyi nəzəriyyənin əvəzinə insan resurslarının idarə olunması nəzəriyyəsi yarandı ki, bu nəzəriyyəyə uyğun olaraq işçi heyəti səriştəli şəkildə idarə edilməli, onun inkişafı üçün şərait yaradılmalı, ona vəsait yatırmalıdır (Зорина, Акимова, 2014).

Əmək resursları anlayışı ilk dəfə 1922-ci ildə rus-sovet iqtisadçısı akademik S.G. Strumilin tərəfindən elmi dövriyyəyə daxil edilmişdir. Əmək resursları anlayışı insan resurslarının mərkəzləşdirilmiş idarəedilməsi şəraitində əmək qabliyyətli əhalinin planlaşdırma və uçota alınmasında istifadə olunmuşdur. S.G.Strumilinə görə, əmək resursları plan-uçot xarakterli olmaqla

əhalinin əməkqabliyyəli yaşda olan hissəsini xarakterizə edir. Bu anlayış maliyyə-iqtisadi kateqoriya kimi əhalinin zəruri fiziki inkişaf, əqli bacarıq və biliyə malik hissəsini ifadə edir var (Макарова, 2010: c. 7).

Bir qədər sonra E.V. Kasimovski başqa bir anlayış təklif etdi. Əmək resursları-bu ictimai istehsalda iştirak edən əmək qabiliyyətli əhalinin konkret məcmusudur. Keçən əsrin 90-cı illərindən ölkə iqtisadiyyatının inzibati-amirlik sistemindən bazar münasibətlərinə tədricən keçməsi əmək münasibətlərinə yenidən köklü şəkildə baxılmasını və əmək münasibətlərinnin əsas kateqoriyalarına, məsələn, əmək resursları, işçi qüvvəsi, əmək potensialı, heyət və digərlərini dəqiqləşdirməyi zəruri etdi. Qeyd edək o anlayışlar arasında ən mühümü isə əmək resursları hesab edilir.

Bir çox iqtisadçı tədqiqatçılar hesab edirdilər ki, yeni iqtisadi sistemə-bazar iqtisadiyyatına keçid ilə əmək resursları anlayışı öz əhəmiyyətini tamamilə itirəcək. Lakin əcnəbi və yerli iqtisadçı-alimlərin yanaşmalarından bəlli olur ki, əksinə bu kateqoriyaya-əmək resurslarına maraq daha da artmışıdr. Müasir iqtisadi lüğətlərdə əmək resursları kateqoriyası iqtisadi cəhətdən fəal, əmək qabiliyyətli əhali kimi şərh edilir və əmək fəaliyyətində iştirak etmək üçün fiziki və mənəvi imkanlara malik olan əhalinin bir hissəsi qəbul edilir (Райзберг, 2008).

Lakin bu günə qədər elmi ədəbiyyatda dövlətin, regionun iqtisadiyyatı, iqtisadiyyatın istiqmətləri və bütövlükdə müəssisələr üçün əmək resurslarının əhəmiyyəti barədə konkret tərif verilməyib. Problemin əsasını bu kateqoriyanın xarakteristikalarının qeyri-müəyyənliyi təşkil edir. Bunun nəticəsində əmək resursları anlayışını onun məzmunu baxımdan təhlil etmək və onun rolu və əhəmiyyətini əks etdirə bilən tərifin verilməsi məqsədəuyğundur.

Artıq müasir yanaşmalarda insan kapitalı anlayışı daha çox istifadə olunmaqdadır. Bu nəzəriyyənin yaradıcıları olan Amerika iqtisadçıları Teodor Bekker və Geri Şults insana yatırılan uzunmüddətli və əhəmiyyətli effekti təmin edən investisiyanın məhsuuldar xarakterini qeyd etmişlər. T.Bekker hesab edirdi ki, insan kapitalı firmadaxili xərclərin ən sərfəlisidir, daha dəqiqi əməyin mühafizəsi və təhsilə, işçi qüvvəsinin hazırlanması və onların inkişafına çəkilən xərclərdir. Bu yanaşma və izah insan kapitalına yatırım üçün əsasdır. Daha dəqiq müqayisə üçün təriflərin təyini və onların ümumi və fərqli əlamətlərinin müəyyən edilməsi təklif edilir. Əmək resursları anlayışının tam dolğun mahiyyətini əks etdirən bir çox təriflər verilmişdir ki, onlara əlavə etmək olar: “Əmək resursları dedikdə işçilərin yeni məhsul və maddi dəyər və innovativ xarakterli təklif növləri kimi xidmətlərin yardılması prosesində onların istifadəsi imkanları nəzərə alınmaqla ictimai-faydalı fəaliyyətdə iştirak üçün zəruri fiziki və zehni imkanlara malik olan müəyyən insanlar qrupu başa düşülür”. “Əmək resursları ictimai istehsalda iştirak edən əmək qabiliyyətli əhalinin konkret məcmusudur".

Son idarəetmə növü çərçivəsində iki əsas forma - maddi resursların və insan resurslarının idarə olunması fərqləndirilir. İnsan resurslarının idarə edilməsi sosial inkişaf, təhsil, məşğulluq, əmək, sosial təminat və s. kimi prosesləri əhatə edir. İnsan resurslarının idarə edilməsi müəssisədə insan idarəçiliyinə yanaşma kimi aşağıdakı prinsiplərə əsaslanır:

- insanlar müəssisənin ən mühüm resursları olmaqla, onların effektiv idarə edilməsi uğurun açarı hesab edilir;
- insan resursları sahəsində siyasət və prosedurlar müəssisənin təşkilati məqsədləri və strateji planlar ilə sıx əlaqədə olmalıdır;
- insan resurslarının düzgün elmi əsaslarla idarə olunmasının əhəmiyyəti müəssisənin bütün əməkdaşları tərəfindən qəbul olunmalıdır. İnsan resurslarının idarə edilməsi yalnız mütəxəssislərin funksiyası deyil, həmçinin müəssisənin bütün menecerlərinin məsuliyyət sahəsidir.

İnsan resursları nəzəriyyəsinin dərk edilməsində nəzərə alınası əsas məsələ insan resurslarının dəyər baxımında yüksək fərqliliyə malik olmasıdır. Təbii ki, burada əsas məsələ müəssisənin fəliyyəti çərçivəsində hər bir işçinin ayrılıqda çox və ya az əlavə dəyər yaratma qabliyyətinin olmasıdır. Dəyərdəki fərqlilik işçilərin tutduğu vəzifə və onların fərdi fərqlilik xarakteri ilə müəyyən olunur. Dəyərdəki fərqlər eyni vəzifə tutan işçilərin vəzifəsinin xarakteri və fərdi fərqləri ilə müəyyən edilir. Bu kimi məsələlərin xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq çoxsaylı xüsusi tədqiqatlar aparılmışdır. F. Şmidt, D. Hanter və K. Pirlmanın apardıqları tədqiqatlardan birində təcrübə yolu ilə işçilərin dəyərliliyi pulla ifadədə qiymətləndirilmişdir. Bu qiymətləndirmədə əsas kimi hər hansı bir yaxşı işçinin orta səviyyəli işçi ilə müqayisədə daha yüksək fayda verməsilə qəbul olunmuşdur:

- pulla qiymətləndirmə. Bu qiymətləndirmə vəzifənin xarakterindən asılılıq nəzərə alınmaqla aparılırdı. Bu qiymətləndirmədə orta həlqə idarəedicilərin müvafiq qiymətləndirməsi-nəticələri proqramçılardan üç dəfə yüksək olmuşdur;
- nisbi qiymətləndirmə. Əksər peşə və vəzifələrdə müəssisə üçün işçinin fərdi dəyərliliyində əhəmiyyətli fərqlər müəyyən edilmişdir.

Heyətin təliminə insan resurslarına yanaşma çərçivəsində, fərdi əmək məhsuldarlığının artırılması vasitəsi kimi baxılır. Belə hesab edilir ki, təhsil nəticəsində işçinin ən yaxşılarla müqayisədə dəyər-fayda kəmiyətində fərqlilik iki-üç dəfə azaldıla bilər və mənfəət uyğun olaraq arta bilər. İşçi qüvvəsinə resurs kimi yanaşma istehsal üçün tələblə müqayisədə ayrı-ayrı kateqoriyalı ixtisaslı mütəxəsis, idarəedici və fəhlə ehtiyatlarının məhdudluğunu dərk etməyə sövq edir və yüksək keyfiyyətli işçü qüvvəsi və qıt olan işçi kateqoriyası üzrə rəqabətin güclənməsinə, səbəb olur. Müəssisənin işçilərinin tədris və təliminə, peşəkar hazırlığına, ixtisaslarını sistemli olaraq artırılmasına və yenidən hazırlanmasına xərclərin müvafiq olaraq artırılması tələb olunur. Bu kimi xərclərə gedən müəssisələrdə işçi qüvvəsi artıq hədiyyə xarakterli münasibətdən azad olur. Çünki həmin resurslara artıq müəssisə tərəfindən kapital sərf edilmişdir. Müəssisə bu xərclərdən sonra formalaşan resursların uzunmüddətli və kompleks istifadəsində maraqlı olur (Суцков, 2016).

İnsan resurslarının mahiyyəti və inkişaf konsepsiyasını tədqiq etdikdən sonra davam olaraq sənaye müəssisələrində əmək resurslarının idarə edilməsinin nəzəri məsələlərinin araşdırlmasını da mühüm hesab edirik. Rəqabətin tədricən təkmil xarakter aldığı bazar münasibətləri şəraitdə sənaye müəssisələrində "insan resursları"nın idarə edilməsi artıq bu sahədə ayrı-ayrı vəzifələri yerinə yetirən, lakin vahid məqsədə xidmət edən menecerlərin fəaliyyət sahəsinə çevrilir. Tədricən istehsal profilli fəliyyət göstərən az və çox çeşiddə məhsullar istehsal edən və eyni zamanda istehsal proseslərinin texnoloji təşkilinə görə fərqlənən sənaye müəssisələrinin və həmçinin əmək resurslarının fəaliyyətinin təşkili və idarəedilməsində əmək münasibətləri formalaşır. Bu münasibətlər isə tədricən sosial-iqtisadi sistemi formalaşdırır və gələcəkdə menecmentin məqsəd, funksiya, vəzifə, prinsip, metodlarını, idarəçiliyin üslubu və digər xüsusiyyətlərini özündə cəmləşdirir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, istənilən mülkiyyət formasına və istənilən hüquqi statusa malik hər bir müəssisənin daxili mühiti iki əsas elementin bir-birinə bağlı məcmusundan ibarətdir: idarəetmənin subyekti və obyektləri. İdarəetmə fəaliyyətinin məzmunu və onun həyata keçirilməsi metodları haqqında təsəvvürlərlər əhəmiyyətli dərəcə dəyişikliklərə məruz qalmış və ictimai münasibətlərin inkişafı, istehsal texnologiyalarının təkmilləşdirilməsi, yeni rabitə növlərinin yaranması və informasiyanın işlənməsi nəticəsində inkişaf etmişdir (Süleymanova, 2017: s. 213)

Müxtəlif sosial-siyasi sistemlərdə idarəetməyə olan yanaşmalar prinsipial olaraq fərqlənirdi. Müasir idarəetmə təcrübəsində isə əsas üç qarşılıqlı əlaqədə olan amil vəzifə, insan və idarəetmə fəaliyyəti

diqqət mərkəzindədir. Vəzifələr məqsədləri müəyyən edir, resursların maksimum istifadəsi və mənfəətin maksimize edilməsi ilə onun əldə olunması müəssisənin uğur meyarı kimi çıxış edir. İnsana ictimai istehsalda istehsal sisteminin resursu kimi – fərdi tələbatlarla, motivlərlə, dəyərlərlə və münasibətlərlə istehsal və idarəetmə prosesinin ən mühüm elementi, idarəetmənin əsas subyekti kimi baxılır. Fərdliliyə güclü meyilli olaraq insan birləşməyə, qrup işlərinə cəhd etməklə, hesab edir ki, o nəyisə dəyişmək qabliyyətinə malikdir. İşgüzar mədəniyyətin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq qrup ya kollektiv müdafiə vasitəsi kimi xidmət edə bilər, ya da vahid komanda ola bilər.

İnsan resurslarının idarə edilməsinin müasir konsepsiyası həm inzibati idarəetmə prinsipləri və metodları, həm də insan münasibətləri nəzəriyyəsinə, motivasiya prinsiplərinə və şəxsiyyətin hərtərəfli inkişafına əsaslanır. Heyətin idarə edilməsi strateji funksiya olmaqla kadr strategiyasının hazırlanması, müəssisənin fəlsəfəsindən çıxış edərək heyətin seçilməsi, müəssisənin inkişafına yönəlmiş kollektiv səylərin mükafatlandırılması, fərdi fəaliyyətin keyfiyyəti nəzərə alınmaqla stimullaşdırma, əmək mübahisələrinin minimumlaşdırılması və iş yerlərində müsbət sosial-psixoloji mühitin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Əvvəlcədən müəyyən edilmiş xüsusiyyətlərə malik yeni enerji mənbələrinin və materialların yaradılması, mürəkkəb texnika ilə təchiz edilməsi, elektron avtomatlaşdırmanın inkişafı, əvvəllər görünməmiş informasiya resurslarının və sistemlərin formalaşdırılması işçinin ictimai istehsalda mövqeyini və rolunu dəyişdirən əsas amillərdir. O, artıq iqtisadi münasibətlərin həlledici məhsuldar qüvvəsi, fəal çeviricisi kimi çıxış edir. İnsan amili elmi-texniki və sosial tərəqqini müəyyən edir. Belə ki, ABŞ-da yalnız iqtisadi sabitlik ilə deyil, həm də insanlara dəqiq istiqamətləndirmə, onların istək və maraqları ilə tanınan firmalar nümunə göstərilir. Yaponiyada kadrlarla iş zamanı əməkdaşların əməksevərliyinə və onların müxtəlif istiqamətli tələbatlarının ödənilməsinə, işə maraqlarına və mürəkkəb istehsal-texniki vəzifələrin seçiminə üstünlük verilir (Файоль, Эмерсон, Тейлор и Форд, 1992: с. 51).

Heyətin idarə edilməsi, bir qayda olaraq, insanın müəssisədə yeri barədə müəyyən təsəvvürünə əsaslanır. L.İ. Evenkoya görə, müəssisənin "insan tərəfi"nin idarə edilməsi nəzəri və praktiki idarəetmənin üç əsas yanaşmasının (və ya paradiqmasının) - iqtisadi, üzvi və humanist yanaşmaların (və ya paradiqmaların) çərçivəsində inkişaf edən konsepsiyaları müəyyən edilə bilər (Генкин, 2006: с. 44.).

İqtisadi yanaşma. Əmək resurslarından istifadə konsepsiyasının başlanğıcı idarəetməyə iqtisadi yanaşma ilə qoyulmuşdur. Bu yanaşma çərçivəsində aparıcı yeri müəssisədə insanların idarəetmə sahəsində deyil, texniki sahədə hazırlığı tutur. Daha aydın ifadə etsək əmək üsullarının mənimsənilməsinə yönəlik alətlərin mənimsənilməsi və bu sahədə bacarıqlar daha da önəmli hesab edilir. Bu yanaşmada təşkilatçılıq müəyyən qaydaya malik bütövün aydın təyin edilmiş hissəsi təsəvvür edilir. Mahiyyətcə bu mexaniki münasibətlər toplusudur və o mexanizm kimi alqoritmli, effektiv, etibarlı və əvvəlcədən başa düşülən fəliyyət göstərməlidir. "Əmək resurslarından istifadə" konsepsiyasının əsas prinsipləri arasında» aşağıdakıları qeyd etmək olar:

1. vahid rəhbərliyin təmin edilməsi: tabeçiliyində olanlar yalnız bir rəhbərdən əmr alırlar;
2. şaquli idarəetmə qaydalarına ciddi riayət olunma: rəhbərlikdən tabeçiliyə nəzarət zənciri təşkilat daxilində yuxarıdan aşağıya doğru gedir və ünsiyyət və qərar qəbul etmək üçün bir kanal kimi istifadə olunur;
3. əvvəlcədən ciddi müəyyən edilmiş zəruri və kifayət edəcək nəzarət: bir rəhbərə tabe olan insanların sayı elə olmalıdır ki, bu ünsiyyət və koordinasiya üçün problem yaratmasın;

4. müəssisənin qərargah və xətti strukturlarına bölünməsinə ciddi riayət olunması: qərargah heyəti fəaliyyətin məzmununa görə məsuliyyət daşıyır, heç bir halda xətti rəhbərlərin malik olduğu hakimiyyət səlahiyyətlərini həyata keçirə bilməz;
5. hakimiyyət və məsuliyyət arasında tarazlığa nail olmaq: əgər ona müvafiq səlahiyyətlər verilməyibsə, kimisə hər hansı bir iş üçün cavabdeh etmək mənasızdır;
6. intizamın təmin edilməsi: tabeçilik, icraçılıq, çeviklik və xarici hörmətin təzahürü qəbul edilmiş qayda və adətlərə uyğun olaraq həyata keçirilməlidir;
7. ciddilik, sərtlik, şəxsi nümunə, dürüst müqavilə-razılaşma və müntəzəm nəzarət vasitəsilə şəxsi maraqların ümumi maraqlara tabe edilməsinə nail olmaq;
8. heyətin öz vəzifələrini daha effektiv icra etmələri üzçün müəssisənin hər bir səviyyəsində xeyirxahlığa və ədalətə əsaslanan bərabərliyin təmin edilməsi, heyətin mükafatlandırılması, mənəvi vəziyyətinin yaxşılaşdırılması. Lakin bu tədbirlər işçiləri motivdən salmamalı və ödənilən əmək haqları və verilən mükafatlar həddən çox olmamalıdır.

Üzvi yanaşma. Üzvi paradiqma çərçivəsində ardıcıl olaraq "heyətin idarə edilməsi" konsepsiyası və "insan resurslarının idarə edilməsi" konsepsiyası təşəkkül tapmışdır. Məhz üzvi yanaşma heyətin idarə edilməsinin yeni perspektivini müəyyənləşdirmiş, idarəetmə fəaliyyətinin bu növünü əməyin və əmək haqqının təşkilinin ənənəvi funksiyaları çərçivəsindən çox kənara çıxarmışdır.

Kadr funksiyası qeydiyyat-nəzarətdən tədricən inkişaf etmiş və işçi axtarışı və seçiminə, müəssisə üçün əhəmiyyətli məshul şəxslərin hazırlanması üçün karyeranın planlaşdırlması, idarəetmə aparatının qiymətləndirilməsi, onların ixtisasının artırılmasına da sirayət etmişdir. İnsan resurslarına diqqətin yönəlməsi müəssisə haqqında yeni təsəvvürün yaranmasına səbəb oldu. Bu, ətraf mühitdə mövcud olan canlı sistem kimi qəbul edilməyə başlanmışdır.

Son zamanlar inkişaf edən humanist paradiqma "insanların idarəedilməsi" konsepsiyasından və mədəniyyət fenomeni kimi müəssisə haqqında təsəvvürdən irəli gəlir. Mədəniyyətə bunula bərabər bilik, ideologiya, dəyərlər, qanunlar və sosial birliklərə gündəlik rituallarda əks olunan müvafiq inkişaf etalonları prizmasından baxılır. Məsələn, Yaponiyada müəssisə fərdi işçiləri birləşdirən iş yeri kimi deyil, ayrı-ayrı işçiləri birləşdirən kollektiv kimi baxılır. Belə müəssisə üçün əməkdaşlıq ruhu, qarşılıqlı asılılıq səciyyəvidir; işçilərin ömürlük muzdlu cəlbi müəssisəni ailənin davamı kimi qəbul etməyə sövq edir; rəislər və tabe olanlar arasında əməkdaşlıq münasibətləri formalaşır. Heyətin idarə edilməsi artıq müəssisə menecmentinin strateji funksiyası kimi deyil, kadrlarla işin klassik aləti kimi istifadə edilir. Heyətin idarə edilməsi funksiyasının rolu artdıqda müəssisədə kadr menecmenti bir sıra mühüm perspektivli məsələlərin həllini öz üzərinə götürür:

- vakant vəzifələrə və kadr tərkibinə mövcud və perspektiv tələblərin müqayisəsi;
- ştat vəzifələrinin kəmiyyət və keyfiyyət planlaşdırılması;
- ixtisasa giriş və əməkdaşların adaptasiyası;
- ixtisasın artırılması;
- heyətə sərf edilən xərclərin strukturlaşdırlması və planlaşdırlması;
- maddi mükafatlandırma və mənəvi həvəsləndirmə strukturunun idarə edilməsi;
- rəhbərlik səviyyəsinin müəyyən edilməsi;
- müəssisənin cari fəaliyyəti və strategiyasının həyata keçirilməsi haqqında informasiyanın müntəzəm toplanması və emalı.

Nəticə

Mövzu ilə əlaqədar tərəfimizdən aparılan tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, müəssisənin əmək resursları anlayışı onun potensial işçi qüvvəsini, bütün işçi heyətini, daimi və müvəqqəti çalışan, ixtisaslı və ixtisassız işçilərini xarakterizə edir. Əmək məhsuldarlığı insanın iş vaxtı vahidi ərzində müəyyən həcmdə məhsul istehsal etmə qabliyyətidir. Başqa sözlə, əmək məhsuldarlığı istehsal prosesində insanların əməyinin səmərəliliyinin dərəcəsini müəyyən edir. İşçi qüvvəsinə resurs kimi yanaşma istehsal üçün tələblə müqayisədə ayrı-ayrı kateqoriyalı ixtisaslı mütəxəsis, idarəedici və fəhlə ehtiyatının məhdudluğunu dərk etməyə sövq edir və yüksək keyfiyyətli işçü qüvvəsi və qıt olan işçi kateqoriyası üzrə rəqabətin güclənməsinə səbəb olur. Müəssisənin işçilərinin tədris və təliminə, peşəkar hazırlığına, ixtisaslarının sistemli olaraq artırılmasına və yenidən hazırlanmalarına sərf edilən xərclərin müvafiq olaraq artırılması tələb olunur.

Rəqabətli bazar mühitinin tədricən formalşdığı bir şəraitdə sənaye müəssisələrində "insan resursları"nın idarə edilməsi ayrı-ayrı vəzifələri yerinə yetirən, lakin vahid məqsədə xidmət edən menecerlərin fəaliyyət sahəsidir.

İnsan resurslarının idarə edilməsinin müasir konsepsiyası həm inzibati idarəetmə prinsipləri və metodları, həm də insan münasibətləri nəzəriyyəsinə, motivasiya prinsiplərinə və şəxsiyyətin hərtərəfli inkişafına əsaslanır. Heyətin idarə edilməsi strateji funksiya olmaqla kadr strategiyasının hazırlanması, müəssisənin fəlsəfəsindən çıxış edərək heyətin seçilməsi, müəssisənin inkişafına yönəlmiş kollektiv səylərin təşviqi və mükafatlandırılması, fərdi fəaliyyətin keyfiyyəti nəzərə alınmaqla stimullaşdırma, əmək mübahisələrinin minimumlaşdırılması və iş yerlərində müsbət sosial-psixoloji mühitin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Ədəbiyyatlar

1. İsmayılov Ç., Abdullayev Ə., Qurbanova G., Hüseynova X., Zeynalova E., Nağıyev F., Seyidzadə M., Həsənov A. “Davamlı inkişaf naminə kadr potensialının təkmilləşdirilməsi: Azərbaycan modeli”. – Bakı: Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondu, 2018. – 252 səh.
2. Süleymanova Ə.Q, (2017). "Azərbaycan Sənayesi: İnnovasiya tipli məşğulluq səviyyəsinin təhlili". Azərbaycanın vergi jurnalı, №3. 113-122 səh.
3. Армстронг, М. (2010). Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд. СПб.: Питер. 848 стр.
4. Генкин, Б. М. (2006). Экономика и социология труда: Учебник для вузов. – 6-е изд., доп. – М.: Норма. 448 стр.
5. Глухенькая Н. М., Дубровская Е. А. (2013). «Подходы и методы для исследования систем управления персоналом», Журнал «Научное мнение», №2. стр. 104-109
6. Дрегало, А.А., Ульяновский, В.И. (2015). Стратегии кадрового менеджмента: оптимизация выбора//Вестник Северного федерального университета. – № 2, с. 41-47.
7. Зорина Н.А., Акимова Е.П. (2014). «Стимулы работников как элемент системы управления персоналом предприятия». Журнал «Управленец», № 3-4. 15-18.
8. Макарова, И. К. (2010). Управление персоналом: М.: Юриспруденция. 98 стр.
9. Райзберг, Б. А. (2008). Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРАМ,. с. 438.
10. Сучков С.Д., (2016). Тенденции в управлении человеческими ресурсами организации на современном этапе. Международный научный журнал «Молодой учёны» № 28. с.54-63.
11. Трегулова Н. Г., Кабанов И. В. «Методологический подход к разработке системы управления ростом производительности труда персонала», (2018). Журнал «Вопросы экономики и управления», №3, стр.18-21
12. Файоль, А., Эмерсон, Г., Тейлор, Ф., Форд, Г. (1992). Управление–это наука и искусство: – М.: Республика. 349 стр.

Uluslararası Ticaret Teorilerinin Analizi

Fəridə Şxıyeva

farida_shixiyeva@mail.ru

Özet

Uluslararası ticaret için piyasaya açıklığın derecesi, ithal edilen ürünlerin, iç pazardaki toplam satış hacmindeki ithalatın payı olarak tanımlanan ithal penetrasyon derecesi ile tahmin edilebilmektedir. Yabancı rakiplerin, özellikle de yabancı pazarlara giriş ve çıkış engelleri ile ilgili çeşitli kısıtlamaları analiz edildi. Her ülkede, sınırları içerisinde ticari engeller oluşturan ve çoğu zaman ticari engeller oluşturan birçok kural vardır. Ticaret kuralları eyaletler arası serbest ticaret anlaşmalarında yerlerini bulmaktadır .Dış ticaret politikasında çeşitli ticaret engellerinin kullanılması hem avantaj hem de dezavantajları beraberinde getirmektedir. Bir yandan, her ülkenin diğer ülkelerle ticari ve politik ilişkiler geliştirmesi ve onları desteklemesi, diğer yandan ekonomik üretim kapasitelerinin geliştirilmesi aşamasında, ulusal üreticilerin çıkarlarını koruması ve devleti desteklemesi gerekiyor.Ticaretteki engelleri uluslararası ticaretten tamamen ortadan kaldırmak mümkün olmamakla birlikte, ülkeler arasındaki ticaretin gelişmesini engellemelerini önlemek de mümkün değildir.Birçok ülke, diğer ülkelerle dış ticaret ilişkilerini yürütürken korumacılık politikasına hala bağlı kalmaktadır. Belirli bir ülke için ticaretin faydalı olduğu devletler ve ülkenin ithal etmesi gereken mallar için düşük ticaret engelleri koymuşlardır. Ve bunun tersi durumda, devletler için, fayda göremedikleri ticarette ve ulusal üreticilerin devleti dış rekabetten korumak zorunda kaldıkları mallar için yüksek ticaret engelleri oluşturmaktadırlar. Bu tür bir politika hiç kuşkusuz haklı ve belirli avantajlar taşıyor, ancak aynı zamanda, daha yüksek fiyatlara, hatalı rekabete katkıda bulunuyor ve genel olarak uluslararası ticaretin gelişmesini engellemektedir.

Anahtar kelimeler: Ticaret, Politika, Kazanç

Giriş

Ticaretin gelişme sürecini insanlık tarihi kadar eskiye götürmek mümkün olsa da uluslararası boyutta incelendiğinde bu süreci dört farklı döneme ayırmak, uluslararası gelişimi etkileyen faktörleri görmek açısından önemlidir.Çeşitli bireylerin kendi ülkeleri dışında şanslarını denemek, ürettikleri ve dış ülkelerden satın aldıkları malları Avrupa'ya göndermek yoluyla büyük karlar sağladığı dönem şeklinde tanımlanabilecek bir dönemdir. Doğu ülkelerinden Avrupa'ya baharat, ipek, porselen, altın başta olmak üzere değerli madenler gibi malların ticaretinin yapıldığı, uluslararası ticaretin İpek Yolu ve Baharat Yolu gibi kısıtlı ticari ağlardan ibaret olduğu yılları ve daha sonrasında İspanya ve Portekiz'in öncülüğünde Avrupalı ülkelerin 15. ve 16. yüzyıllarda gerçekleştirdiği coğrafi keşifleri kapsayan bu ticaret dönemi, makine gücünün hakim olmaya başladığı 18. yüzyılda, başta İngiltere olmak üzere Avrupa'da ortaya çıkıp daha sonra bütün dünyaya yayılan Sanayi Devrimi'ne kadar devam eden bir süreç olarak ele alınmaktadır.

Ticaret yolları aracılığıyla taşınan malların en önemlilerinden biri olan ve Doğu'dan alınmak zorunda kalınan baharata ve hububata sahip olma isteği, Floransa, Ceneviz ve Venedik gibi ülkelerin tedavüldeki paralarını altına çevirmeleri sonucu ticaret ve finans sektöründe artan altın ihtiyacı gibi sebepler, coğrafi keşiflerin amaçları arasında önemli bir yer tutmaktaydı. Bu keşiflerin etkisiyle Afrika, Asya ve Amerika'da bulunan hammadde kaynaklarını kullanma ve yerli halk ile ticari ilişkiler kurma amacı doğrultusunda artan sömürge faaliyetleriyle, ülkeler arası ticaret dünya geneline yayılma fırsatı bulmuştur. Bu dönemde, uluslararası ilişkiler tarihinde ticaretin en acı yönü olan köle ticaretinin de artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Yaşanılan süreç sonucunda, ticaret yolları değişmiş, Baharat ve İpek Yolları ile Akdeniz limanlarının önemi ve Doğu'da yer alan ülkelerin gücü azalmış ve Batı yakaladığı ticari imkânların yanı sıra teknolojik anlamda gelişmeye

başlamıştır. (Özalp, 2011: 8).

Uluslararası ticarette önemli bir yere sahip olan serbest ticaret bölgelerini yaklaşık 2000 yıl geriye götürmek mümkün olsa da modern anlamda ilk uygulamalar, 18. yüzyıldan itibaren Cebelitarık, Singapur ve İngiltere sömürgesi olan Hong Kong'da gerçekleşmiştir. 19. yüzyıla kadar gelişme gösteremeyen bu bölgeler, 1929'daki Büyük Buhrandan sonra önemli hale gelmeye başlamış, ülkeler arka arkaya serbest ticaret bölgeleri uygulamalarına yer vermişlerdir. (Arnold, 2015: 9).

Sanayi Devrimi'nin ekonomik ve ticari faaliyetleri hızlandırmasına paralel olarak, hammadde kaynağı ve uluslararası ticaret için pazar arayışı sonucu sömürgeciliğin hız kazanmasıyla başlayan bu dönem, Birinci Dünya Savaşı'nın başlangıcı olan 1914'e kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Sanayi Devrimi'nin ortaya çıktığı 18. yüzyıldan itibaren buhar gücüyle çalışan büyük işletmeler, fabrikalar kurulmuştur. Bu işletmeler tarafından daha seri olarak üretilen malların satılması ihtiyacı üzerine ticaretin gelişmesi, üretim için gerekli olan hammadde ve üretim sonucunda çıkan malların ucuza taşınması amacıyla demiryollarının yapılmasını ve sermaye ile eğitilmiş insan gücüne sahip olunmasını zorunlu kılmıştır. Üretim yapan bu işletmeler arasında doğan ekonomik rekabet, ülkeleri tam anlamıyla sömürgecilik yarışı içerisine sokmuştur. Bu rekabet sonucu sömürgecilik iyice artmış, emperyalizm ve güç yarışı içerisinde olan ülkeler arasında bloklaşma ve çıkar çatışmaları ise Birinci Dünya Savaşı'nın çıkmasına sebep olmuştur.

Sömürgecilik döneminde uygulanan Altın Standardı para sistemi, genel itibariyle, uluslararası ticarete taraf olan ülkeler arasındaki ödemeler dengesizliklerini gidermek ve ülkelerin paralarının bağlı olduğu bir değer ölçüsü yaratmak amacıyla uygulamaya konmuştur. Böylece ticaretin ülkeler arasında artması hedeflenmiştir. Tarihi süreçte dalgalı bir seyir izleyen bu para sistemi, uluslararası ticaret ve ödemelerde sınırsız bir serbestliğin söz konusu olmayışı, ülkelerin savaşın ekonomik olumsuzluklarını ortadan kaldırmak adına içe dönük, kapalı ve korumacı politikalar izlemeleri üzerine serbest ticarete kısıtlamalar getirmeleri gibi sebepler sonucunda, savaş sonrasında yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. (Seyidoğlu, 2009: 760-761).

Method

Araştırma diyalektik, istatistiksel, karşılaştırmalı, tümevarımsal, tümdengelim, gözlem, dinamik ve sosyo-ekonomik olayları anlamada dünya biliminin kullandığı diğer yöntemleri kullandı.

Analiz

Ticaret ve uluslararası ticaretle ilgili temel anlayışlar

Uluslararası üretim ise bir ülkedeki firmanın, başka bir ülkenin sermaye, ucuz iş gücü, kıt kaynaklara erişim, teknik bilgi elde etme, üretim teknolojisi gibi üretim faktörlerini kullanma isteğiyle kendi ülkesi dışında bir ülkeye yatırım yapıp, üretim faaliyetlerine orada devam etmesidir. Üretimin uluslararasılaşması 1970'li yıllardan sonraki dönemlerde, özellikle küreselleşmenin etkisiyle beraber ortaya çıkmış ve politik ekonomide önemli bir kavram haline gelmiştir. Firmaların üretim faaliyetlerini ülkeleri dışına taşımalarının nedenleri, sermaye gelirlerini artırmak, üretim maliyetlerini düşürmek, ucuz iş gücünden ve hammaddeden faydalanmak, döviz rezervlerini artırmak, yeni pazarlara açılmak, ülkeler arasındaki rekabetten yararlanmak şeklinde sıralanmaktadır. Uluslararası üretim daha çok doğrudan yabancı yatırımlar ve çok uluslu şirketler aracılığı ile yapılsa da, bir firmanın dış pazara açılıp uluslararasılaşması için pek çok yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemlere daha sonraki bölümlerde yer verilecektir.

Genel olarak, uluslararası ticaret ve üretimin özellikleri incelendiğinde, küreselleşmeyle tamamlayıcı olgular olan bölgeselleşme, bütünleşme ve ülkeler arasındaki işbirliği sayesinde ülke ekonomileri birbirlerine daha bağımlı hale gelmektedir. Ülkeler kendi sınırları içinde veya dışında üretim yapmakta ve ürettikleri mal ve hizmetleri ihracat yoluyla satarak gelir sağlamaktadırlar. Buna ek olarak, kendi ülkelerinde kaynak yetersizliği, verimsizlik, yüksek maliyet gibi sebeplerle üret(e)medikleri mal ve hizmetleri ithalat yoluyla satın almaktadırlar. Bu şekilde yürüttükleri ticari faaliyetler, ülkelerin büyümelerine, gelirlerinin ve GSYİH'larının artmasına katkı sağlamakta, yani ekonomik olarak kalkınmalarına yardımcı olmaktadır. Ticarete ek olarak üretimin uluslararasılaşmasına bakıldığında, ülkeler bu faaliyetleri gerçekleştirirken kaynak, iş gücü, sermaye-döviz ve girişimci hareketliliğinden yani üretim faktörlerinden yararlanmaktadırlar. Örneğin, doğal kaynağı olmayan veya kaynağa erişimin yüksek maliyette olduğu bir ülkede faaliyet gösteren bir firma, üretimini uluslararasılaştırıp dış pazara açıldığında, kendisine gerekli olan kaynağa daha kolay ve daha düşük maliyetle erişebilmektedir. Böylece şirket kendi adına fayda sağlarken aynı zamanda değerlendirilmeyi bekleyen kaynakları değerlendirerek, üretim faaliyetlerine başladığı ülkeye ekonomik katkı sağlamaktadır. Ayrıca, ikinci ve üçüncü dünya ülkeleri gibi ekonomik anlamda daha geri kalmış ülkelere yapılan üretim yatırımları, gelişmiş ülkeler için ucuz iş gücü sağlayacağından maliyet düşürücü bir etki yapmasının yanı sıra üretimin yapıldığı ülkede istihdamı artırmakta, böylece faaliyet gösterilen ülkenin kalkınmasına katkı sağlamaktadır.

Bir başka özellik olarak uluslararası ticaret ve üretim, politika ile çok yakın ilişkiler içerisinde olup, iç ve dış politikada karar alma ve ülkelerin politik ekonomilerinin oluşum süreçlerinde etkilidir. Bu sebeple, ülkeler bir başka ülke ile ticari ilişkiler kurmadan önce veya yatırım yapıp üretim faaliyetlerine başlamadan önce, gidilecek ülkenin politik yapısı, devlet ve hükümet rejimleri, istikrar durumu, uygulanan yasalar gibi birçok faktörü göz önünde bulundurmalıdırlar. Uluslararası ticaret ve üretim, kendi ülkesinde faaliyet alanlarının genişlemesi, koşulların iyileşmesi gibi sebeplerle sübvansiyonlar, kotalar, vergiler gibi dış ticaret politikalarının oluşması sürecinde etkilidir. Uygulanan bu dış ticaret politikalarının amaçları, dış ödemeler dengesizliklerinin giderilmesi, dış rekabetten korunma, ekonomik kalkınma, piyasa aksaklıklarının giderilmesi, ekonominin liberalleşmesi, iç ekonomik istikrarın sağlanması, hazineye gelir sağlamak, dış piyasalarda monopol gücünden yararlanmak, otarşi, siyasal ve sosyal nedenler ve özellikle uygulanmak istenen dış politika amaçları (şeklinde sıralanmaktadır. Dolayısı ile ülkelerdeki dış ticaretin durumu, belli politik kararların alınmasında etkili olduğu için ticaretin bu sayede, karar alma sürecinde söz sahibi olma hakkını elinde bulundurduğu ifade edilebilir.

Üretim açısından bakıldığında ise, çok uluslu şirketler olarak düşünülebilecek olan ve uluslararası üretim yapan firmaların politikadaki etkileri incelendiğinde, özellikle dünya sıralamasında üstlerde yer alanlarının gelirlerinin bazı ülkelerin GSYİH'larından yüksek olması, onları ekonomik olduğu kadar siyasi anlamda da güçlü bir pozisyona getirmektedir. Bu firmaların karar alma mekanizmaları üzerinde kurdukları baskıları ve karar alma süreçlerinde zaman zaman oldukça etkili olmaları, politik etkilerinin göstergesidir. Genellikle bu özelliklerini sahip oldukları ekonomik gücün etkisiyle yapmaktadırlar.

Uluslararası ticaret ve üretim kapsamında küreselleşmeye yer vermek, aralarında yer alan ve birbirlerini besleyen çift yönlü ilişki itibariyle gerekli görülmektedir. 1980'li yıllarla birlikte sıkça gündeme gelen küreselleşme, ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmanın çökmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve

beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması gibi farklı görünen ancak birbirleriyle bağlantılı olguları içeren bir kavramdır. Bir anlamda maddi ve manevi değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin milli sınırları aşarak dünya çapına yayılması şeklinde tanımlanabilmektedir. Ekonomik açıdan ise Reich (1998:10) tarafından küreselleşme, "piyasaların serbestleşmesi, devletin geri çekilip varlıkların özelleşmesi, teknoloji yayılımı, imalat üretiminin uluslararası dağılımı -doğrudan yabancı yatırımlar ile- ve sermaye piyasalarının bütünleşme sürecini kapsayan ve uluslararası işbölümünü yeniden yapılandıran satış, üretim tesisleri ve imalat süreçlerinin dünya çapında yayılması" şeklinde tanımlanmaktadır. Küreselleşmeyle yaşanan gelişmeler doğrultusunda ülkeler arasındaki mal, hizmet, sermaye ve bilgi akışının yani uluslararası ticaretin artışı, ülkelerin ekonomik yapılarını birbirlerine daha bağımlı bir hale getirmiştir. Bu süreçte, ekonomik sınırların daha geçirgen olmasının da etkisiyle bilgi akışını sağlayan ülkelerin üretim yapıları etkilenmiş, rekabeti ve üstün olma isteği artmış, böylece üretim uluslararasılaşmıştır. Küreselleşmenin uluslararası ticaret ve üretime sağladığı katkının yanı sıra, küresel ve bölgesel finans kuruluşlarının, uluslararası örgütlerin varlığı da ülkelere dış pazara açılmaya uyum sürecinde katkı sağlamaktadır. Kısaca, küreselleşme sonucu yaşanan gelişmeler ülkelerin dışa açılmasında, ticaret ve üretimin uluslararasılaşmasında rol oynarken, bu ticaret ve üretim faaliyetleri de küreselleşmeyi hızlandırmakta, dolayısı ile çift yönlü fayda sağlanan bir ilişki ortaya çıkmaktadır.

Üreticilerin bir başka pazara girip uluslararası ticaret ve üretim yapmaları çeşitli yöntemlerle olmaktadır. İlki, en basit ve en çok kullanılan yöntem olan ihracat yoluyla, doğrudan veya dolaylı olarak pazara girerek ticari faaliyet yürütmektir. Doğrudan ihracat, üreticilerin herhangi bir aracı kullanmadan, ürünlerini doğrudan hedef pazara sunmalarıyken, dolaylı ihracat ise üreticilerin aracı veya kolaylaştırıcı bir kurum vasıtasıyla ürünlerini dış pazara sundukları, ticari faaliyet gerçekleştirdikleri giriş yöntemidir.

2016 yılı geçici verilerine göre dünya çapında ihracat 117 milyar dolar iken, ithalat ise 163 milyar dolardır. Mevcut veriler ülke bazında incelendiğinde, Almanya 11 milyar dolarlık ihracatla en üstte yer alırken, bu ülkeyi 10 milyar dolarla İngiltere, 6,1 milyar dolarla İtalya, 6 milyar dolarla Irak ve 5 milyar dolarla ABD takip etmektedir.

Bir diğer pazara giriş, sözleşmeye dayalı yöntemlerle gerçekleşmektedir. Sözleşmeye dayalı giriş yöntemlerinden birincisi olan lisans anlaşmaları, lisans verenin (lisansör), ev sahibi ülkede lisans alan (lisansiye) ile yaptığı anlaşmalardır. Lisans alan patentler, telif hakları, ticari isimler, buluşlar, formüller, tasarımlar ve örnekler üzerinde hak sahibi olmaktadır. İkincisi, belirli bir bölgede bir firmanın ürününü veya hizmetini satmak için verilen izin olan franchisingdir. Bir firmanın bütün pazarlama programını kapsamaktadır. Üçüncüsü, uluslararası pazara girmeyi hedefleyen firmanın, ürünü kendi ülkesi dışında bir üreticiye yaptırırken pazarlama faaliyetlerini kendi üstlenmesi ile meydana gelen sözleşmeli üretim yöntemidir. Küresel şartlarda üretim gerektirmektedir. Dördüncü olarak, sadece yönetim bilgisinin ve tecrübenin aktarıldığı ortaklık türü olan yönetim sözleşmesi, genellikle ortak girişim gibi diğer ortaklık türleri ile birlikte kullanılmaktadır. Beşinci, uluslararası bir şirketin tüm faaliyetlerden sorumlu olarak tamamladığı projenin, işleri, yetkileri ve sorumluluklarını yereldeki personele devrettiği anahtar teslim projelerdir. Altıncı, üretilecek bir malın farklı parçalarının, maliyetin düşük, verimin yüksek olduğu değişik ülkelerde üretilmesi olan montaj operasyonudur. Yedincisi ise yatırımın bir başka ülkedeki şirket tarafından yapılıp, proje tamamlandığında yereldeki hükümet tarafından belirlenen bir süre için işletilmesi, daha sonra devredilmesi olan yap-işlet-devret sözleşmesidir (Can, 2015: 104-124).

Son olarak yatırıma dayalı giriş yöntemleri, bir şirketin üretimini mevcut ülkenin sınırları dışarısına çıkararak, ana merkez dışındaki ülkelerde üretim tesisi kurması ya da satın alması olarak tanımlanmakta ve çok uluslu şirketler tarafından yapılan doğrudan yabancı yatırımları, iki ya da daha fazla işletmenin yeni bir işletme kurup uluslararası üretim faaliyetlerine başlaması olan ortak girişimi ve büyük çaplı projelerde ihale kazanıp uluslararası üretim yapabilmek için birden fazla firmanın birleşmesi olan konsorsiyumu kapsamaktadır.

Uluslararası ticaret teorileri: Mutlak ve Karşılaştırmalı Üstünlük teorileri

David Ricardo kendisinden önce gelen Adam Smith'in ortaya çıkardığı "emek bölüşümü, emek değer teorisi" gibi kavramları geliştirmiştir. Öte yandan Ricardo'nun ün kazandığı "karşılaştırmalı üstünlük" kavramı ilk olarak 19. yüzyılın başlarında Robert Torrens (An Essay on the External Corn Trade, 1815) tarafından "mukayeseli masraf teorisi" olarak ortaya atılmış ve daha sonra David Ricardo, E. Heckeseher ve B. Ohlin tarafından geliştirilmiştir.* Ancak, Torrens, bu kavrama, teorisi içerisinde bir bütünlük kazandıramadığından, teoriyi ortaya atma şansı Ricardo'ya geçmiştir. Ricardo (Londra, 1817)'nun** "On the Principles of Political Economy and Taxation" kitabı sayesinde "karşılaştırmalı üstünlük" kavramı bilinir hale gelerek tam bir bilimsel onay almıştır

Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisini iktisat bilimine kazandırmasının altında, Adam Smith'in ortaya attığı Mutlak Üstünlükler Teorisinde fark ettiği eksiklikler yatmaktadır. Bu sebeple Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisini açıklamadan önce Mutlak Üstünlükler Teorisine değinmekte fayda vardır. Bir ülke bir ürünü diğer ülkeye göre daha az maliyetle yani daha az kaynak kullanarak üretebiliyorsa, o ülkedeki ürün diğer ülkedeki ürün karşısında mutlak üstünlüğe sahiptir. Bu durumu bir örnekle açıklayacak olursak, elma üretimi yapan A ve B ülkelerini ele alalım. A ülkesinin elma üreticiliği yapmak için B ülkesinden daha elverişli iklime ve üretken işçilere sahip olduğunu varsayalım. Bu durumda A ülkesi dönüm başına B ülkesinden daha fazla elma üretecek ve bu elmayı daha az işçi ile müşteriye ulaştırabilecektir. Böyle bir durumda A ülkesi elma üretiminde B ülkesine karşı mutlak üstünlüğe sahiptir .Böylelikle ülkeler avantajlı oldukları malları kendileri üretmek, diğerini ise dışarıdan almak suretiyle zenginleşmiş olacaklardır.

laştığı alana yönelmesi gerektiği belirtildiğinden, tüm ülkelerin aktif olarak yer aldığı hareketli bir ticari ortamın oluşacağı savunulmuştur. Teori uygulandığında, gelişmiş ülkeler nispi olarak daha ucuza üretebildikleri mala yöneldiğinden, az gelişmiş ülkeler de pazarda kendilerine yer bulabilmekte ve aktif bir şekilde ticari ilişkilerde bulunabilmektedirler. Model bu özelliğiyle en az bir ülkenin kazandığı ve ticaret ilişkileri sonucu hiçbir ülkenin kaybetmediği bir ticari ortama zemin hazırlamaktadır

Yeni Dış Ticaret Teorileri

Uluslararası ticaret ve üretimin faydalarını açıklamak ve ekonomide kazançlı çıkmanın nasıl sağlanacağı üzerine kurulan bazı teoriler bulunmaktadır:

Merkantilizm: İngiltere'de 16. yüzyılın ortalarında çıkan merkantilizm, bir ülkenin refahının elinde bulundurduğu altın ve gümüş stoğuyla ölçüldüğünü temel almaktadır. Üretimden ziyade, zenginliğin ticaretten geçtiğini savunan merkantilistlere göre bir ülkenin uluslararası ticaret hedefi, ihracatı teşvik etmek, buna karşılık ithalatı azaltmak dolayısıyla ticaret fazlası yaratmak olarak belirlenmiştir.Bu sebeple de ihracatın artması için sübvansiyonlar uygularken, ithalatı vergiler ve kotalar ile kısıtlamayı öngörmektedir. Böylece değerli madenlerin elde tutulması ile zenginliğin elde

edileceğini savunmaktadır. Ayrıca, merkantilizme göre bir ülke kazanırken diğer ülke kaybetmektedir, dolayısıyla sıfır toplamlı bir ticari kazanç algısı vardır. (Griffin&Pustay, 2007: 148).

Mutlak Üstünlük: Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" adlı kitabında merkantilizmi, ticaretin sıfır toplamlı kazanç sağlamadığı gerekçesiyle yanlış bulup eleştirmesi üzerine ortaya çıkmıştır. Bu teoriye göre, her ülke mutlak verim ve kazanç sağlayacağı ürünler üzerinde uzmanlık sağlamalı, geri kalanları dışarıdan ithal etmelidir. Böylece ticaret yapan tüm ülkelerin kazançlı çıkması sağlanabilir. Smith'e göre, uluslararası ticaretin yönünü ve miktarını hükümet değil piyasalar belirlemelidir. Ayrıca bir ülke, bir malı içeride üreteceği fiyattan daha ucuza dışarıdan ithal edebiliyorsa, kesinlikle o malı içeride üretmemelidir .

Karşılaştırmalı Üstünlük: David Ricardo tarafından 1817 yılında ortaya atılan bu teoride önemli olan üstünlükten ziyade üstünlüğün derecesidir. Bir ülke, diğer bir ülkeyle karşılaştırıldığında ticarete konu olan iki mal üzerinde de üstünlüğe sahip olabilir. Böyle bir durumda ikisini de kendisinin üretmesi yerine, hangisinde kazancı daha fazla olacaksa o malda uzmanlaşması gerekmektedir. Dolayısı ile ülkelerin kendi içlerindeki verimlilikleri önemlidir. Yine aynı şekilde, iki malın üretiminde de mutlak üstünlüğe sahip olmasa bile uluslararası ticaretten kazanç sağlayabileceğini savunmuştur. (Hill, 2014: 151).

Faktör Donatımı (Heckscher-Ohlin): Karşılaştırmalı üstünlük teorisini farklı bir biçimde ele almaktadır. Malların üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin ve faktör yoğunluklarının farklı olduğunu savunmaktadır. Emek ve sermaye üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu teoriye göre bir ülke hangi üretim faktörüne daha çok sahipse, o üretim faktörünün çokça kullanıldığı malın üretiminde uzmanlaşmalı, buna karşılık kıt üretim faktörünün kullanıldığı malın üretiminden vazgeçerek ithal etme yoluna gitmelidir (Tunç, 2004: 72-80). Bu teoriyi test etmek üzerine Wassily Leontief, dünyada en çok sermayeye sahip ülke olması açısından sermaye yoğun ihracat, emek yoğun ithalat yaptığını varsayarak ABD ekonomisini incelemiş fakat sonuç tam tersi çıkmıştır. Bu test ekonomi literatürüne "Leontief Paradoksu" olarak geçmiş ve ekonomistler arasında ciddi tartışmalara yol açmıştır Leontief ise bu durumu Amerikan işçilerinin verimlilik düzeyi ile açıklamaya çalışmıştır (Kaymakçı&Avcı&Şen, 2007: 12).

Ürün Yaşam Döngüsü: 1966 yılında Raymond Vernon tarafından ileri sürülen bu teori, zamanla değişen ticaret, üretim ve piyasaya yoğunlaşmaktadır. İnovasyon sonucu oluşan yeni bir ürünün, uluslararası ticarette önemli bir yere sahip olduğu savunmakta ve geliştirilen bu yeni bir ürünün, uluslararasılaşması ve daha sonra da standartlaşması sürecini tamamladıktan sonra eski ürün haline gelmesini açıklamaktadır.

Tercihlerde Benzerlik: Stefan Linder tarafından ortaya atılmış olan bu teoriye göre, bir malın ihraç edilebilmesi için öncelikle iç pazarda bir talebin olması ve bu talebin doyurulması gerekmektedir. Ayrıca, sanayi malları ticareti büyük ölçüde benzer gelir düzeyleri ve tercihlere sahip ülkeler arasında gerçekleşmektedir (Deviren, 2004). Yani ülkelerin gelirleri ve tercihleri arasında bir benzerlik oluşmakta, bu da uluslararası ticareti artırmaktadır. Dolayısı ile Linder'e göre, gelişmiş ülkelerin diğer gelişmiş ülkelerle, az gelişmiş ülkelerin de diğer az gelişmiş ülkelerle ticari ilişkiler kurması gerekmektedir. Fakat gerçekte böyle değildir.

Ölçek Ekonomileri: Krugman'ın bazı malların ortalama üretim maliyetinin, üretim hacmine veya ölçeğine bağlı olduğunu savunduğu teoridir. Bir üründen fazla üretmek, o malın parça başına maliyetini düşürür, böylece daha kazançlı bir uluslararası ticaret yapılabilir. Aslında "sürümden

kazanma" algısının teorileşmiş halidir.

Tekelci Üstünlük: 1960'larda Stephen Hymer tarafından ortaya atılan bu teoride, doğrudan yabancı yatırımların, mükemmele yakın rekabetin olduğu endüstrilerdense, tekelci sanayilerde daha çok yer bulduğu savunulmaktadır. Bu firmalar, bir yabancı şirketin yerel firmalara karşı dezavantaj yaratmasına neden olan yükümlülükleri aşmak için yerel firmalara sağlanamayan avantajlara sahip olmalıdır (Ball&McCulloch&Geringer&Minor&McNett, 2008: 93).

İçselleştirme: Çok uluslu şirketlerin, yabancı piyasalarda mevcut olan ve üretim süreçlerini olumsuz etkileyen piyasalardan kurtulmak için kendi üretim faaliyetleri ile ilgili olan piyasaları içselleştirmelerini öngörmektedir. İçselleştirmenin endüstriye, bölgeye, ulusa ve firmaya özgü faktörleri bulunmaktadır (Kurtaran, 2017: 370).

Eklektik Paradigma: John Dunning tarafından geliştirilen uluslararası üretimin eklektik teorisi, firmaların, daha önceki bölümlerde bahsi geçen uluslararası pazara giriş yöntemlerindense, neden doğrudan yabancı yatırım aracılığıyla üretim faaliyetlerine dahil olduklarını açıklamaktadır. Bir ülke başka bir ülkede uluslararası üretim yapacaksa, sahip olma, yerleşim ve içselleştirme şartlarına sahip olmalıdır.

Sonuç

Sonuc olaraq ticaretin, bir ülkenin kendi iç pazarlarına yönelik olarak yapılmasına iç ticaret denmektedir. Diğer bir ifade ile iç ticaret aynı ülke içinde mal ve hizmetlerin ücret mukabilinde yer değiştirmesidir. İç ticaret ticaretin yapıldığı ülkeye ait ticari yasalar çerçevesinde yapılmaktadır. Ülkeler arasında olduğu gibi bir ülkenin kendi içerisinde de fiziki,beşeri ve ekonomik coğrafi şartların bölgeler arası farklılıkları iç ticaret dinamizmini oluşturmaktadır. Bir ülkede nüfusun düzensiz dağılışı, bölgeler arası iklim farklılıkları sebebiyle tarımsal üretimde faklılıkların olması ve bir ülke içinde sanayi faaliyetlerinin belli coğrafyalarda toplanması gibi nedenler iç ticari faaliyetlerin oluşmasına etki eden unsurlardır.

Geçmişte mal, hizmet ve üretim faktörlerinin ülkeler arasında yer değiştirmesi şeklinde basit bir tanımlamayla açıklanan uluslararası ticaret ve üretim kavramları, gün geçtikçe daha karmaşık bir yapılanma sergilemektedir. Hız kazanan küreselleşme, teknoloji ve iletişim ağında yaşanan ilerleme, neoliberal politikaların benimsenmesi gibi teknik, ekonomik, politik ve sosyal etkenler sayesinde uluslararası ilişkiler açısından daha önemli hale gelmektedir. Aynı zamanda, karşılıklı yarar bağlamında, bu etkenlerin de gelişmesinde rol oynayan ticaret ve üretim kavramları, ülkeler için özellikle ekonomik büyüme, kalkınma, sermaye kazandırma, döviz rezervlerini artırma gibi faydalar sağlamaktadır. Ekonominin politikadan ayrı tutulamayacağı perspektifinden hareketle bu kavramlar, iç politikada doğrudan veya dolaylı olarak alınan kararları etkilemekte ve alınan politik kararlar çerçevesinde şekillenmektedir. İç politikanın yanı sıra, uluslararası ticaret ve üretim kavramları dış ticarette alınan kararları da etkilemekte, karar alma sürecinde araç olarak kullanılmakta ve böylece ülkelerin politik ekonomilerinin şekillenmesinde aktif rol oynamaktadır.

Uluslararası ticaret, en temel anlamda, bir ülkede üretilen bir malın ya da hizmetin, başka ülkenin parası, malı ve hizmeti karşılığında, o ülkeye aktarılmasıdır. Ülkelerin sınırlarını aşan uluslararası ticaret, piyasada daha büyük bir rekabet ve daha rekabetçi fiyatlandırma imkânı sağlamakta, böylece tüketiciye daha uygun fiyatlı ürünler sunmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin küresel olarak erişemeyecekleri malları ve hizmetleri elde edilebilir hale getirmektedir Uluslararası ticaret, ülkeler, uluslararası örgütler ve iş çevreleri arasında ekonomik, politik ve sosyal olarak karşılıklı

bağımlılık yaratmakta ve ithalat ve ihracat şeklinde faaliyet göstermektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik olarak kalkınmaya yardımcı olurken, çeşitli politik kararlar alınmasında, yaptırım, teşvik, kanun gibi düzenleyicilerin oluşturulmasında da etkilidir.

Kaynakça

1. Arnold, D. (2015). Coğrafi Keşifler Tarihi (1. Baskı), (O.Bahadır, Çev.). İstanbul: Alan Yayıncılık,
2. Can, E. (2015). Uluslararası İşletmecilik (5. Baskı). Beta Yayınları.
3. Grıffın, R.W. & Pustay, M.W. (2007). International Business (5. Baskı). New Jersey: Pearson.
4. HILL, C. (2014). Global Business Today (3. Baskı). New York: Mc Graw Hill/Irwin.
5. Kaymakçı, O. & Avcı, N. & Şen, R. (2007). Uluslararası Ticarete Giriş: Teori, Politika ve Uygulama (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
6. Kurtaran, A. (2017). Doğrudan Yabancı Yatırım Kararları ve Belirleyicileri, AÜSBED,
7. Özalp, İ. (2011). Uluslararası İşletmecilik (6. Baskı). (A. F. No:832, Ed.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No:1576.
8. Seyidoğlu, H. (2009). Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama (17. Baskı). İstanbul: Güzem Can Yayınları No:24.

Uluslararası Pazarlara Girişte Ortaya Çıkan Engeller

Mətin Musayev

metin.musayev3@gmail.com

Özet

Küreselleşme bağlamında değişen iş dünyası, özellikle bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesi sonucunda çok rekabetçi bir hale gelmiştir. Bu rekabetçi ortamda hayatta kalabilmek için şirketler karlılıklarını ve sürdürülebilirliklerini artırmak için yeni stratejiler geliştirmek zorunda kaldılar. Bu bağlamda geliştirilen stratejilerden biri dış pazarlara yöneliktir. Uluslararası pazarlara erişim birçok şirket için bir önemli fırsattır. Aynı zamanda, uluslararası pazara erişimde birçok durumda şirketlerin faaliyetlerini etkileyen birçok engel vardır. Bu çalışmanın amacı ise Azerbaycan ekonomisinde önemli rol oynayan dış ticaret şirketleri arasında uluslararası pazarlara girmenin önündeki engelleri değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası pazarlara erişimde engeller, dış ticaret sermayesi şirketleri, ihracat işlemleri

Giriş

Ülkeler arasındaki uluslararası ticaret, ülkelerin sahip olduğu karşılaştırmalı avantajlara göre gerçekleşir. Karşılaştırmalı avantajlar teorisi bunu gerektirmektedir. Bir ülke hangi malların üretiminde daha üstün bir üstünlüğe sahipse, o mallarda uzmanlaşmalıdır. Bu fayda üretimdeki maliyet ve verimliliğe dayanmaktadır. Ucuz ve yüksek verimli alanlarda uzmanlaşmış olan ülke bir avantaj sağlayacaktır. Ancak, birçok engel uluslararası ticareti engellemektedir. Devletler, bazı sektörleri korumak için ithalatı zorlaştıracak önlemler alabilmektedir. Yine devletler bazı sektörlere (hibeler) yardımcı olarak bu sektörleri canlı tutmaya çalışıyorlar. Gelişmekte olan ülkeler ise yeni oluşturulan sanayi sektörlerini uluslararası rekabete karşı korumak için bazı önlemler alabilmektedir. Devletlerin koruma faaliyetleri aşağıdaki dezavantajlara sahiptir: Korumacılık kaynakların verimli dağılımını engeller. Çünkü rekabet fikrini baltalıyorlar. Üretimde ayrıcalık sağlar ve yeniliklerin peşinden koşmayı önler, durgunluğa neden olurlar. Korunacak sektörlerin seçimi ekonomik nedenlere bağlı değildir, bu seçimde özel çıkar grupları etkilidir. Bir endüstrinin korunması diğerine karşıdır ve bu endüstrilerin koruma aramasını sağlar. Korumacılık her zaman tekelle beslenir. Dış ticarette korumacılığın savunucuları, aşağıdaki faktörler nedeniyle bu pozisyonu savunmaktadırlar. Bunlar; ulusal güvenlik, ekonomik kalkınma, stratejik ticaret politikası ve dampingin önlenmesidir. Bu görüşler gerçekten haklı nedenlerdir. Bu nedenlerden dolayı, ulusal çalışma düzeyinin yükseltilmesi, ticaret koşullarının iyileştirilmesi ve dış pazarlık gücünün artırılması gibi faktörler de eklenebilir. Devletler, ulusal sanayiyi korumak ve geliştirmek için bazı engeller uygulamaktadır. Bunlar: tarifeler, kotalar, boykotlar, tarife dışı engeller, piyasa ve parasal engellerdir. Ayrıca, şirketler, ülkeler arasındaki kültürel ve sosyal farklılıklar nedeniyle uluslararası pazarlarda zorluklarla karşılaşmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada kaynakça olarak uluslararası pazarlama ve uluslararası pazarlamada İşletmelerin uluslararası pazarlarda yaşadıkları sorunlar ile ilgili yazılan tezler, makaleler,internet kaynakları ve kitaplardan kullanılacak.

Uluslararasi pazarlara giriş engelleri

Uluslararası pazara erişim stratejileri ve uluslararası girişin önündeki engeller hakkında kavramsal bilgiler içeren bu bölüm, uluslararası pazarlamayı, uluslararası pazara giriş stratejilerinin seçimini, uluslararası pazara giriş yöntemlerini ve uluslararası pazarlarda karşılaşılan engelleri açıklayacaktır.

Uluslararası Pazarlama İle İlgili Temel Kavramlar

Uluslararası pazarlama kavramının doğuşu ve bu kavramın çeşitli alanlarda kullanımı pazarlama kavramının doğuşuyla birlikte dikkate alınmalıdır. Temel Pazar Araştırması, "pazar ayrımı", "dağıtım", "fiyat" ve "promosyon" pazarlamasının temel taşıdır. Ticaret, bilim, teknoloji ve sosyal yaşamdaki gelişmeler bireylerin ihtiyaçlarına, ihtiyaçlarına ve tercihlerine farklı yaklaşımlar getirmiştir.

Son on yılda yükselen ve çoğalan küreselleşme olgusu nedeniyle, uluslararası toplumun kavramsal zenginliği artıyor ve mevcut değişikliklerin kalitesi de bu değişiklikten etkileniyor. Bu durumda, "uluslararası ticaret" ile "genellikle birbirinin yerine kullanılan uluslararası pazarlama" arasındaki farkı açıklığa kavuşturmak gerekir.

Uluslararası Pazarlamanın Tanımı ve Uluslararası Ticaret

Uluslararası pazarlama, birden fazla ülkede kişisel ve örgütsel hedeflere ulaşacak değişim (değişim) gerçekleştirmek için mal, hizmet ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımı ile ilgili planlama ve uygulama sürecidir (Akat, 2009).

Başka bir tanıma göre, uluslararası pazarlama, yurtdışında pazarlamayı; yani, iki veya daha fazla ülkede kullanılır. Mal, hizmet ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtılması ve dağıtılması için ilke ve yöntemler aynı olmakla birlikte, uygulama ile iç ve dış pazarlama arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklara genellikle farklı ülkeler neden olurlar. Geniş bir yelpazedeki pazarlara erişimdeki önemli karmaşıklık ve zorluklara rağmen, iletişim ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler şirketlerinin ürünlerini yurtiçinde ve yurtdışında pazarlamasını sağlamıştır. İç pazara ek olarak, yurtdışında faaliyet gösteren en az bir şirket uluslararası pazarlama ile uğraşmaktadır; bu nedenle pazarlama birden fazla ülkede gerçekleşir. (Mucuk, 1998; Mucuk, 2008).

Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri

İşletmelerin uluslararası pazarlardaki başarısını etkileyen faktörlerden biri, uluslararası pazarlara girmeyi seçtikleri giriş stratejileridir. Bu nedenle, uluslararası pazarlara erişim stratejileri literatürde önemli bir rol oynamaktadır (Günay, 2005).

Denizaşırı pazarlara girmeye karar veren piyasa yöneticileri için birden fazla pazara erişim stratejisi alternatif olabilir. Bu stratejiler pazar büyüklüğü ve sınırlayıcı faktörler açısından farklılık göstermektedir. Dış pazarlara girmek isteyen şirketler dış pazarları açmanın bir ya da daha fazla yolunu tercih edebilirler (Timur ve Özmen, 2009).

Yeni dış pazarlara girin, dışa aktarın ve çeşitli dışa aktarma formatlarını kullanın; pazarlama işbirliği anlaşmaları, lisanslama ve imtiyazlı lisans anlaşmaları, doğrudan yatırım ve satın alma şirketleri. Dış pazarlara giden bu yolların her biri, organizasyonel ve finansal kaynaklar açısından belirli koşullar gerektirir. Aslında, hem yeni hem de yerleşik pazarlarda rekabet gücünü korumak açısından uluslararası pazarlara erişim seçimden daha önemlidir (Bradley, 2002).

İhracata Dayalı Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri

İhracat yönetmeliğine göre ihracat; cari ihracat ve gümrük kanunlarına uygun olarak fiili veya ekonomik değeri olan fiili ihracatlar ve Müsteşarlık tarafından döviz hukuku çerçevesinde ihracat olarak kabul edilen diğer maliyetler aittir (Canıtez, 2007).

İhracat, dış pazarlara girmenin en hızlı ve en kolay yoludur. Risk ve piyasa kaynakları minimum düzeydedir çünkü yatırım tutarı idari ve finansal kaynaklar açısından nispeten düşük olmaktadır. Aşağıdaki koşullar ise söz konusu olduğunda, pazara daha çok ihracat yoluyla giriş yapmaktadır (Bradley, 2002):

1) Şirket küçük boyutludur ve yurtdışında ortak girişime girmek veya yurtdışına doğrudan uluslararası yatırım yapmak için bir aracı yoktur.

2) Politik risk, belirsizlik veya diğer koşullar nedeniyle cazip olmayan piyasalara büyük miktarlarda yatırım yapılması önerilmez.

3) Yurt dışında üretim talebinde bulunmak için siyasi veya ekonomik bir baskı yoktur.

İhracat, şirketlerin yurtdışında kendi dağıtım kanallarını kullanmadığı ve ürünün pazarlanmasından hiçbir sorumluluk almadığı dolaylı ihracatlara ve şirketlerin yurtdışındaki tüketicileriyle doğrudan ilişkilerinin olduğu doğrudan ihracata ayrılmaktadır.

Dolaylı İhracat

Dolaylı olarak, yerel bir şirket, ülkede üretilen ürün ve hizmetleri aracılar aracılığıyla veya ihracat ürünleri ile birleştiren başka bir yerel üreticiye satarak yabancı şirketlere satmaktadır. Bu nedenle özel uzmanlık gerektirmez ve doğrudan ihracattan daha kolaydır (Özalp, 2004). Dolaylı ihracat yaklaşımında üretici, ürünlerini dış pazarlara pazarlamak için yerel aracını kullanmaktadır (Özcan, 2000).

Dolaylı ihracatta çok fazla sayıda ve çeşitte aracılar yer alır. Genel olarak bunların bazıları şunlardır (Czinkota ve Ronkainen, 2007; Hollensen, 2001; Karafakioğlu, ; Ecer vd., 2005):

1) **İhracatçılar ve İthalatçılar Tüccarlar:** Bu tür aracılar genellikle ihracat yapılan ülkenin vatandaşıdır ve uluslararası pazarlara girme adına kendi adına hareket ederler. Bu tüccarlar, yerli ve yabancı pazarların ihtiyaçlarını araştırmakta ve ihtiyaçlarını yerel üreticilerin ürünleri aracılığıyla ihraç etmektedir. Öte yandan, yerel pazardaki talebi ithalat yoluyla karşılayabilirler.
2) **İhracatçılar Birliği:** İhracatçılar Birliği, üreticilerin gönüllü olarak üye olduğu bir kuruluştur. Üyelerin mallarını aracı olarak satın almak ve kendi malları olarak ihraç etmek için yapması gereken birçok görev vardır. İhracatçılar Birliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ihracat açısından deneyimsiz firmalar için önemli avantajlar sağlayabilir.
3) **İhracat Ticaret Şirketleri**: Şirketin bulunduğu ülkede faaliyet gösteren ve dolaylı olarak uluslararası pazara ihraç edilen ihracatçı firmaların mallarını satan bağımsız kuruluşlardır. Bu şirketlerin avantajları, geniş bir ürün yelpazesine ve geniş ihracat deneyimine sahip olmalarıdır.

Doğrudan İhracat

Dolaylı ihracatla uluslararası pazarlara giden şirketler, aracı şirketlerden karlarını artırmak için risk almak istiyor. Doğrudan ihracat, bir şirketin yerel aracıları kullanmadan mal ve hizmetleri uluslararası hedef pazarlara taşımasıdır. Bu yöntem kapsamında, şirketlerin uluslararası faaliyetleri doğrudan üreticiye bağlı bir dağıtım organizasyonu veya dış pazara giren pazarlama kuruluşları tarafından yürütülmektedir. Doğrudan ihracat şirketleri, dolaylı ihracat şirketlerinden daha büyük şirketlerdir. Bu şekilde şirketlerin çeşitli avantajları vardır. bunun; uluslararası pazarda kontrol düzeyini artırmak, pazara uygun esnek bir üretim hattı oluşturmak, hızlı geri bildirim, markalaşma ve.d. Bu avantajlara ek olarak, ticari işlemlerin doğrudan ihracat süreci, daha yüksek satış hacimleri, daha iyi pazar bilgileri ve uluslararası pazarlama uzmanlığının geliştirilmesi aittir (Engin, 2005).

Uluslararası Pazarlara Giriş Engelleri

Küreselleşmenin belki de temel sonuçlarından biri artan uluslararası rekabettir. İhracat ve ithalat için artan rekabet nedeniyle, iç pazarlarda bazı sorunlar vardır ve bu nedenle hükümetler uluslararası yükümlülüklerini karşılamayan çeşitli koruma önlemleri almaya devam etmektedir. Bu yaklaşımların bir sonucu olarak, ihracatçılar dış pazarlarda birçok engelle karşılaşmakta ve eşit şartlarda rekabet etme şansı yoktur (Oğuz, 2000).

Şirketlerin finansal, belirsizlik ve rekabet engelleri, dış engeller, iç engeller, dağıtım ve lojistik engelleri, bürokratik ve iletişim engelleri gibi uluslararası pazarlara girerken karşılaştıkları engelleri listeleyebiliriz.

Finansal Engeller

Bilindiği gibi işletmelerin en önde gelen sorunlarından birisi de, bu işletmelerin yaşadıkları finans yetersizliklerdir. İşletmeler genellikle sınırlı kişisel ya da özel tasarruflar ile kurulduklarından, yatırım ve üretim safhalarında ciddi finansal kaynak sorunuyla karşılaşırlar. Eğer işletme ihracat için gereksinim duyduğu finansal kaynaklara sahip olmazlar ise; ihracat yapamazlar. Diğer bir ifadeyle ihracat pazarlamasının gereksinim duyduğu sözü edilen ek finansal kaynaklar; ihracata başlamanın yüksek maliyetli karsız ve çok riskli algılanmasına neden olurken, işletmelerin ihracat konusunda isteksizliğini ve duyarsızlığını da artırmaktadır (Yoldaş :2006).

Ülkelerin ihracat finansman yöntemleri kendi politik ve ekonomik sistemlerine göre farklılık göstermektedir. Ancak ekonomik ve politik yapı, endüstri ve pazar özellikleri, banka ve sigorta sistemlerinin nitelikleri bu yöntemleri etkilediğinden bu farklılıklara karşın ihracatçıların finansal sorunları genelde birbirine benzer. Bu güçlüklerin çoğu sadece ihracat finansman programlarının içeriğinden veya yetersizliğinden değil, ülkelerin içinde bulundukları ekonomik koşullardan, alt yapıdan, kurumsal ve sosyal bir takım dolaylı etmenlerden kaynaklanmaktadır.

Dışsal Engeller

Uluslararası pazarlara erişim engellerinin önündeki en büyük engeller, en temel anlamda, şirketlerin kontrolünün ötesinde arz ve talep olaylarını etkileyerek yaratılanlardır. Uluslararası pazarlara erişimin önündeki engeller üzerine yaptığı çalışmaların sonucunda Shepherd dış engelleri şu şekilde tanımladı (Shepherd, 1997);

1) Sermaye yükümlülüğü karşılanamadı,

2) Ölçek ekonomilerinde yükseklik,

3) Mutlak maliyet faydaları yüksektir,

4) Malları ayırt edebilme,

5) Yüksek batık maliyeti,

6) Su altındaki maliyetler zamanla yıpranmaz,

7) Pazara girmek için dikey entegrasyon yöntemine duyulan ihtiyaç,

8) Yüksek dönüşüm maliyetleri,

9) Katılım sürecinde belirsizlik alanları yüksektir

10) Erişim sürecinde yüksek riskler

11) Asimetrik bilgi varlığı

Girişin önündeki ana dış engellerden biri sermaye gerekleridir. Sermaye ihtiyacı nedeniyle, bu, yeni bir pazarda rekabet etmek zorunda olan şirketin, bu rekabet koşullarını karşılamak için yeterli kaynağa sahip olmadığı anlamına gelir, bu da uluslararası pazara açılmak için son derece önemlidir.

İçsel Engeller

Uluslararası pazarlar, işin en basit anlamında bilinçli olarak veya bir strateji gereksinimi olarak girişin önündeki engellerdir. Shepherd'ın iç engeller olarak tanımlanan engelleri aşağıdaki gibidir (Shepherd, 1997);

1) Misilleme

2) Caydırıcı önlemler (fiyat indirimi, reklam saldırısı vb.)

3) Pazar bölümlemesinde esnek fiyatların ve farklılaşma yöntemlerinin kullanılması,

4) Patent yoluyla erişimi önlemek,

5) Piyasada stratejik öneme sahip doğal ve insan kaynakları kontrol altında

tutun

6) Rekabet koşulları konusunda ihtiyatlı olun ve gizliliği sağlayın ve dolayısıyla rakipleri bilgilendirmeyin.

7) Pazar engellerini, iç engelleri araştıran Karakaya ve Stahl'a göre;

8) Yerleşik şirketlerin ölçek ekonomileri yoluyla maliyet tasarrufu

değil,

9) Tecrübeleri nedeniyle kurulmuş şirketlerin avantajına sahip olmak,

10) dağıtım kanalları ile,

11) Müşteri tarafından değiştirme maliyetleri,

12) Yerleşik şirketlerin yoğun reklamları,

13) AR-GE fırsatlarındaki farklılaşma,

14) Rakiplerin ticari sırları,

15) Patentli üretim teknolojileri

Dağıtım ve Lojistik Kaynaklı Engeller

Dağıtım kanallarına erişim bazen uluslararası pazarlara erişimde büyük bir engel teşkil etmektedir. Bilindiği gibi, "dağıtım" denildiğinde, ürünün perakende seviyesindeki mevcudiyetini açıklamak genellikle arzu edilir. Ancak, ürün mevcudiyeti dağıtımın sadece bir yönüdür. Amaç, satın alma deneyimini olabildiğince eğlenceli, huzurlu, kolay ve rahat hale getirmektir. Uygulamada dağıtım dört önemli pazarlama işlevini yerine getirmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2007);

1) Ürünü hedeflenen tüketicilere sunan mekanizmadır.

2) Söz konusu ürünün sembolik bir iletişimidir.

3) Tüketici memnuniyetini ve müşteri hizmetlerini garanti eder.

4) Gösteri ve kişisel satış gerektiren ürünler için benzersiz bir satış aracıdır.

İki dağıtım şekli vardır. Bunlar: doğrudan dağıtım ve dolaylı dağıtım. Üreticinin kendi satış organizasyonu ile doğrudan dağıtım; ürünün doğrudan tüketiciye satışının yapılmasıdır (nihai veya endüstriyel). Başka bir deyişle, işlem bir yandan üretici, diğer yandan tüketici ile dağıtım kanalından yapılır. Dolaylı dağıtımda, kanalın iki uç üyesi arasında bir dizi aracı kullanılmaktadır (Mucuk, 2004). Dolaylı dağıtım ise, yasal ve ekonomik bağımsızlığa sahip ticari kurumlar tarafından üretici ve tüketici arasındaki ilişkinin sağlanmasıdır (Mucuk, 2004).

Pazarlama karmasının en önemli elemanlarından biri olan dağıtım kaynaklı pazara giriş engelleri, pazarlamanın yukarıda sayılan dört önemli fonksiyonunun aksaması anlamına gelmektedir. Zamanla, piyasada faaliyet gösteren şirketler, onlara rekabet avantajı sağlayan ve etkin bir şekilde çalışan dağıtım kanalları geliştirmiş olabilir. İlgili şirketler, bu gelişmiş dağıtım kanallarında bulunan tedarikçiler veya iş ortaklarıyla belirli bir ticari düzende ilişkilerini sürdürmektedir. Pazara yeni giren bir şirketin bu dağıtım kanallarında iş ortaklarıyla yeni ürünlerin dağıtımı için kârlı bir düzenleme yapması çoğu zaman mümkün değildir. Bu durumda, etkin bir dağıtım ağı kurmak şirket için ek maliyetler, zaman ve çaba anlamına gelmektedir. Böyle bir durumun varlığında, dağıtım kanalları pazara erişimin önündeki büyük bir engel gibi görünmekte ve şirketlerin yeni pazara girmesini zorlaştırmaktadır.

Bürokratik ve İletişimsel Kaynaklı Engeller

Son olarak, bürokratik engellerin en önemlisi uluslararası giriş engellerinde ele alınmalıdır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomik İşler Bakanlığı, 2012); Ürünlerin yanlış oranda kısıtlanması, Gümrük makamlarından gelen gereksiz belge gereklilikleri, Yerel ürünleri belirli miktarlarda veya belirli yatırımlarda kullanma taahhüdü Yerli ve yabancı yatırımcılar için farklı yatırım kurallarının uygulanması İç ürünün ihracatının kapsamı için koşullar yaratması veya yatırım için gerekli büyüklük Menşei ülkenin belgelendirilmesi ve işaretlenmesi ile ilgili sorunlar Bürokratik engeller, gelişmekte olan pazarın siyasi ve politik durumu ile bu ülkenin ticaret sektöründeki mevcut ve devam eden ticaret sözleşmeleridir. Yani, ABD pazarının bürokratik gereksinimleri Endonezya pazarından farklıdır. Dolayısıyla, uluslararası pazar seçimleri yaparken şirketleri bürokratik kararlar bağlamında değerlendirmek mantıklıdır. Bürokratik engellerin yanı sıra iletişim, şirketlerin uluslararası pazara girerken karşılaştığı bir diğer sorundur. Genellikle kültürel farklılıklardan kaynaklanan ve ticari hayata yansıyan bu iletişimsel farklılıklar bazen erişim için ciddi bir engel gibi görünmektedir.

Analiz

Piyasa ekonomilerinin en temel unsurlarından biri, tüketicilerin istedikleri mal ve hizmetleri istedikleri üreticiden alabilmeleri ve üreticilerin istedikleri pazarlarda faaliyet gösterebilmeleridir. Örneğin, tüketiciler ve üreticiler piyasa ekonomilerinin temeli olan özgürlük ilkesiyle en temel şekilde ilgilenmektedir. Buna ek olarak, piyasa ekonomilerinin sağlıklı ve etkili bir şekilde işleyişi hakkında konuşmak için, üretici firmalarının pazara serbestçe erişebilmeleri veya başka bir deyişle piyasaya girmelerinin önünde herhangi bir engel bulunmaması gerekmektedir. Şirketler bir pazara girişte engellerle karşılaşırlarsa ve bu engeller pazara girmelerini engellerse, tüketicilerin o pazardaki mal ve hizmet seçim özgürlüğü ve özgürlüğü hakkında konuşmak mümkün olmayacaktır. Şirketlerin sadece özgürlük ve piyasa ekonomisi unsurları nedeniyle yerel pazarları dışındaki pazarlara girmek için stratejiler geliştirmeleri değil. Buna ek olarak, değişen ekonomik düzen ve küreselleşmenin sonuçları olan şirketler son derece zorlu rekabet koşullarıyla karşı karşıya kaldı. Rekabetin arttığı ve pazar payının ve müşteri payının karlılığın temelini oluşturduğu yeni iş dünyasında şirketler, yerel pazarlarından çıkmak için stratejiler geliştirmeye ve sürdürülebilirliklerini korumak için yeni pazarlara ve uluslararası pazarlara girmeye başladılar.

Sonuç

Uluslararası pazarlara girmek için birçok strateji vardır. Bu stratejiler, şirketlerin gireceği pazarın özelliklerine ve şirketlerin özelliklerine bağlı olarak farklılık gösterir. Bununla birlikte, hangi pazar şirketleri kullanmaya karar verirse verilsinler, girişte bazı engellerle karşılaşırlar. Bu engellerin şirketlerin performansı üzerinde etkisi vardır. Bu çalışmanın ana konusu olan uluslararası pazarlara erişimin önündeki engellerin uygulanması uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçları aşağıdaki gibi sunulabilir; Araştırma, ihracat satışlarının hacmi ile uluslararası pazarlara erişimin önündeki engeller arasındaki ilişkiyi analiz etti. Bu bağlamda yapılan analizler, sadece finansal engeller kategorisindeki engellerin ve kategorize edilmiş piyasa engellerinin dağıtım ve lojistik ile ilgili engellerin, yabancı ticaret sermayesi şirketlerinin ihracat performansı üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Dış ticaret sermayesi şirketlerinin önündeki mali engeller, ihracat satış düzeyini artırırken, dış ticaret sermayesi şirketlerinin dağıtım ve lojistik engelleri, ihracat satış düzeyini düşürmektedir.

Çalışma, uluslararası pazarlara erişimin önündeki engellerin ihracat pazar payı üzerindeki etkisini inceledi. Bu bağlamda yapılan analizler sonucunda; sadece dağıtım ve lojistikten kaynaklanan engellerin ihracat pazar payı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Başka bir deyişle; Dış ticaret sermayesi şirketlerine yönelik dağıtım ve lojistikle ilgili engeller, ihracat pazar payı seviyesini düşürmektedir.

Uluslararası pazarlara erişimin önündeki engellerin pazara erişim hızı üzerindeki etkisinin analizi sonucunda; Şirketin bu performans kriterinde dağıtım ve lojistikten kaynaklanan mali engellerin ve engellerin etkili olduğu belirtilmektedir. Başka bir deyişle; Dış ticaret sermayesi olan şirketlerin karşılaştığı finansal engeller yeni ihracat pazarına erişimi arttırmakta, dış ticaret sermayesi şirketlerine dağıtım ve lojistikle ilgili engeller yeni ihracat pazarına erişimi azaltmaktadır.

Kaynakça

1. Akat, Ömer, Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi, Ekin Kitabevi, Bursa, 2009
2. Akat, Ömer, Uygulamaya Yönelik İşletme Politikası ve Stratejik Planlama, 3. Baskı, Dora Yayıncılık, 2009
3. Bradley, Frank, Uluslararası Pazarlama Stratejisi, Çeviren: İçlem Er, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul 2002

4. Canıtez, Murat, "İhracat Pazarlaması Eğitim Öğretiminde İşletmelerin Beklentileri ve Üniversitelerin Rolü", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 17, 161-178, 2007
5. Engin, Ediz, İşletmelerin Uluslararası Rekabet Stratejileri ve Uygulamalı Bir Araştırma, (Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Edirne 2005
6. Czinkota, Michael - IIkka Ronkainen, International Marketing Eight Edition, Prentice Hall, 2007
7. Ecer, Ferhat - Murat Canıtez, Uluslararası Pazarlama Teori ve Uygulamaları, 2.Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara 2005
8. Günay, Nazan, "Türkiye"de Hazır Giyim ve Konfeksiyon Endüstrisinde Uygulanan Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri: Sorunlar ve Çözüm Yolları", Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 5, Sayı 1-2, 89-97, 2005
9. Hollensen, Svend, Global Marketing A Market-Responsive Approach, Second Edition, Prentice Hall, 2001
10. Karafakioğlu, M., Uluslararası Pazarlama Yönetimi Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar, 6.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 2010
11. Mucuk, İsmet, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul 1998
12. Mucuk, İsmet, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2004
13. Mucuk, İsmet, Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2008
14. Odabaşı, Yavuz ve Mine Oyman, Pazarlama İletişimi Yönetimi, 7.Baskı, Media Cat Kitapları, İstanbul 2007
15. Oğuz, Serpil; "Pazara Giriş Stratejileri ve Türkiye İçin Bir Pazara Giriş Modeli," Dış Ticaret Dergisi, Sayı 19, s.1-12, 2000
16. Özalp, İnan, Uluslararası İşletmecilik, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1576, Eskişehir 2004
17. Özcan, Murat, Uluslararası Pazarlama, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2000
18. Shepherd, William G., The Economics of Industrial Organization, 4th Ed., Prentice Hall. London 1997
19. Timur, Necdet - Alparslan Özmen, Stratejik Küresel Pazarlama, Eflatun Yayınevi, Ankara 2009
20. Yoldaş, Muhammed Asıf, Uluslararası Pazarlama Faaliyetlerini Etkileyen Kültürel Faktörler: Afganistan'da Faaliyet Gösteren Türk İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, (Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Niğde 2006

Implementations and Challenges of IFRS on Azerbaijan Industry

Nurten İsmayılova

nurten.ismayilovaa@gmail.com

Abstract

The purpose of the article research is the development of theoretical principles and guidelines for the formation of adaptive approaches to international financial reporting standards; statement of the main principles of organization and methods of checking financial statements in accordance with Azerbaijani and international rules (standards); determining the role of financial statements prepared in accordance with IFRS in improving the competitiveness and investment attractiveness of Azerbaijani companies. Taken together, the work performed is a study of the scientific and practical problems of introducing international financial reporting standards at Azerbaijani enterprises and organizations.This is a very complicated comparison, and often almost impossible, provided that the accounting policies used and the information presented in the statements do not comply with IFRS. Therefore, the procedure for adapting management accounting to international financial reporting standards is particularly relevant in the current circumstances.The transition of the Azerbaijani economy to market relations, the creation of companies of various forms of ownership, including those with the participation of foreign capital, require radical changes in the accounting system and reporting of business entities. This system is gradually reoriented to the interests of owners, investors, creditors and other, mainly external consumers of accounting and reporting information, as close as possible to current international scientific principles and current practice.Consideration of the transformation process in the system of accounting and analysis in the activities of enterprises is especially important in connection with the active process of preparing Azerbaijan to join the World Trade Organization.

Key words: Implementations, Financial, Economy

Introduction

IFRS are advisory in nature. Neither the IFRS committee nor the accounting community as a whole have the authority to demand widespread adoption of IFRS. These standards are applied because regulators around the world recognize the importance of harmonizing financial reporting rules and support the work of the International Financial Reporting Standards Committee.

IFRSs are intended to prepare financial statements whose users rely on it as the primary source of financial information about the company. IFRS is not tied to the legislative features of a particular country; these are supranational standards. They are intended for reporting by any company, regardless of the type of activity, its industry affiliation, size, legal form. IFRS are equally applicable both for the preparation of the consolidated financial statements of a group of related companies, and for the preparation of statements of a single company.The accounting procedure in the traditional Azerbaijan sense is not reflected in the standards. In particular, the standards do not contain any rules for organizing primary documentation and workflow, a chart of accounts, and the procedure for registering accounts.

The work on the creation of IFRS began in 1973, when, as a result of an agreement between professional associations and associations of accountants and auditors in Australia, Great Britain, Germany, the Netherlands, Ireland, Canada, Mexico, the USA, France and Japan, the Committee on International Financial Reporting Standards was formed (IASB). The committee was essentially an independent private organization with neither authority nor legislative powers. Nevertheless, in 1984, the first tangible results of his work appeared: the London Stock Exchange recommended that all foreign corporations that list their securities in London adhere to IFRS. In 1985, one of the largest

American corporations - General Electrik - compiled reports not only according to the national standard (GAAP), but also in accordance with IFRS.

Method

The foundation of the research work will be based on the problem stated by the thesis name and its solving ways within collection of facts, their systematization, analyzing of the current situation on the basis of the theoretical and practical cases and suggesting the best possible ways to improve the current condition by comparing the foreign experiences, investigation of the perspective manners etc. Theoretical research of the stated problem will be finalized with making hypothesizes and their justifications.

According to the dissertation topic, research object will be IFRS and Azerbaijan industry. Gathered source material will be different publications, archival data such as books, articles. The principal criteria while choosing the data is the actuality, reliability and applicability. Descriptive hypothesis will be current situation of the research objects and characteristic relations between them. Explanatory hypothesis will be dependence between cause – why it is needed to apply IFRS on Azerbaijan industry and effect – how IFRS impact on Azerbaijan industry. Predictable hypothesis will be development tendency of the research object.

Analysis

To a considerable degree this situation was facilitated by the growth of the business activity of the company due to the growth in sales volumes (Table 1).

Table 1. The return on assets invested in current assets of JSC Extra.

Carrying amount of negotiable assets, manat	399 504	499 886	100 382	125,13
Turnover ratio (number of revolutions)	3,77	3,78	0,01	100,27

Source: https://www.stat.gov.az/

The growth in product sales in 2018, which led to an increase in revenue by 25.48% compared with 2017, with the expansion of investments in current assets contributed to the acceleration of the turnover of funds, as indicated by the increased value of the turnover ratio to 3.78 times (versus 3.77 times in the previous year). As a result, the relative savings (conditional release) of working capital in 2018 amounted to 1,412 manat.The growth in the efficiency of the company is confirmed by the positive dynamics of a number of profitability indicators presented in table 1.

The calculation of the influence of five factors on the growth of return on assets (by 0.39%) in 2018 compared to 2017was carried out using the method of absolute differences. As can be seen from the table. 3, the effect of factors was mixed. Thus, the effect of financial leverage had a significant positive impact on the return on assets. Regardless of the action of other factors included in the analytical model, due to an increase in the financial leverage in the reporting year by 0.151, the company increased its return on assets by 6.31%. At the same time, the financial leverage ratio in 2018, which reached 0.845, indicates an increase in the degree of financial risks and an increase in dependence on borrowed funds.

Development of international financial reporting standards

International Financial Reporting Standards (IFRS) is a set of international accounting standards that specify how specific types of transactions and other events should be reflected in the financial statements. IFRSs are published by the International Accounting Standards Board, and they accurately determine how accountants should maintain and present accounts. IFRS was created in order to have a "common language" of accounting, because business standards and accounting can vary from company to company, and from country to country.(Yuan Ding, 2018: p.480).

The purpose of IFRS is to maintain stability and transparency in the financial world. This allows enterprises and individual investors to make qualified financial decisions, because they can see exactly what is happening with the company in which they want to invest. IFRSs are standard in many parts of the world, including the European Union and many countries in Asia and South America, but not in the United States. The Securities and Exchange Commission (SEC) is in the process of deciding on the adoption of standards in America. The countries that benefit most from standards are those that conduct international business and invest in it. Experts suggest that the global implementation of IFRS will save money on alternative comparative costs, as well as allow more freely transmit information. (Mark Vaessen, 2016: p.58).

In countries that have adopted IFRS, it is beneficial for both companies and investors to use this system, as investors are more likely to invest in a company if the company's business practices are transparent. In addition, the cost of investment is usually lower. International business companies benefit most from IFRS.

Table. List of current IFRS standards

	Conceptual framework for financial reporting
IAS 1	Presentation of financial statements
IAS 2	Stocks
IAS 7	Cash flow statement
IAS 8	Accounting policies, changes in accounting estimates and errors
IAS 10	Events after the end of the reporting period
IAS 12	Income Taxes
IAS 16	Fixed assets
IAS 17	Rent
IAS 19	Employee benefits
IAS 20	Accounting for government subsidies, disclosure of information on government assistance
IAS 21	The effect of changes in exchange rates
IAS 23	Borrowing costs
IAS 24	Related party disclosures
IAS 26	Accounting and reporting on pension plans
IAS 27	Separate financial statements
IAS 28	Investments in associates and joint ventures
IAS 29	Financial reporting in a hyperinflationary economy
IAS 32	Financial Instruments: Presentation
IAS 33	Earnings per share
IAS 34	Interim financial statements
IAS 36	Impairment of assets
IAS 37	Provisions, contingent liabilities and contingent assets
IAS 38	Intangible assets
IAS 40	Investment property
IAS 41	Agriculture
IFRS 1	First time adoption of IFRS
IFRS 2	Stock Based Payment

IFRS 3	Business combinations
IFRS 4	Insurance contracts
IFRS 5	Non-current assets held for sale and discontinued operations
IFRS 6	Mineral exploration and evaluation
IFRS 7	Financial Instruments: Disclosures
IFRS 8	Operating segments
IFRS 9	Financial instruments
IFRS 10	Consolidated Financial Statements
IFRS 11	Cooperative activity
IFRS 12	Disclosure of participation in other entities
IFRS 13	Fair value measurement
IFRS 14	Deferred tariff difference accounts
IFRS 15	Revenue from contracts with customers
SICs/IFRICs	Interpretation provisions
	IFRS for SMEs

Source: http://www.ifrs.org/The-organisation/Documents/2013/Who-We-Are-Russian-2013.pdf

IFRS covers a wide range of accounting transactions. There are certain aspects of business practice for which IFRS establish binding rules. The basics of IFRS are the elements of financial reporting, the principles of IFRS and the types of key statements. Elements of financial statements in accordance with IFRS: assets, liabilities, capital, income, and expenses. (Ewa Biakowska, (2018: p.201).

Cash flow statement: this report summarizes the financial transactions of the company for a given period, while the cash flows are divided into flows for operating activities, investments and financing. The recommendations for this report are contained in IAS 7.In addition to these basic reports, the company must also present applications with a summary of its accounting policies. A full report is often reviewed compared to the previous report to show changes in profit or loss. The parent company must create separate reports for each of its subsidiaries, as well as the consolidated financial statements of IFRS. (David R. Broker, 2018.: 1186).

There are differences between IFRS and generally accepted accounting standards of other countries that affect the calculation of financial ratios. For example, IFRS is not so strict in determining revenue and allows companies to report more quickly, therefore, therefore, the balance in this system may show a higher revenue stream. IFRS also has other requirements for expenses: for example, if a company spends money on development or investments for the future, it does not have to show them as an expense (i.e. they can be capitalized).

Another difference between IFRS and GAAP is the definition of inventory accounting. There are two ways to track stocks: FIFO and LIFO. FIFO means that the most recent unit of inventory remains unsold until the sale of previous stocks. LIFO means the most recent stock unit will be sold first. IFRS prohibits LIFOs, while US and other standards allow participants to freely use them.(David Schmid, 2017: p.1185).

IFRS arose in the European Union with the intention of distributing them throughout the continent. The idea quickly spread around the world, as the “common language” of financial reporting allowed us to expand our connections around the world. The United States has not yet adopted IFRS, as many view US GAAP as the “gold standard.” However, as IFRSs become a more global norm, the situation could change if the SEC decides that IFRSs are appropriate for US investment practice.

Currently, about 120 countries use IFRS, and 90 of them require companies to be fully presented in

accordance with IFRS.IFRSs are supported by the IFRS Foundation. The mission of the IFRS Foundation is to "ensure transparency, accountability and efficiency in financial markets around the world." The IFRS Fund not only provides and monitors financial reporting standards, but also makes various proposals and recommendations to those who deviate from practical recommendations.

The goal of the transition to IFRS is to simplify international comparisons as much as possible. This is difficult because each country has its own set of rules. For example, US GAAP is different from Canadian GAAP. Synchronizing accounting standards worldwide is an ongoing process in the international accounting community. One of the main methods of preparing financial statements in accordance with the requirements of IFRS is transformation. The main stages of the transformation of financial statements in accordance with IFRS:

- Development of accounting policies;

- The choice of functional currency and presentation currency;

- Calculation of opening balances;

- Development of a transformation model;

- Assessment of the corporate structure of the company in order to identify subsidiaries, associates, affiliates and joint ventures included in accounting;

- Determining the features of the company’s business and collecting information necessary for calculating transformation adjustments;

Regrouping and reclassification of financial statements according to national standards to IFRS. The transformation of IFRS financial statements in practice is difficult to imagine without its automation. There are various programs on the 1C platform that allow you to automate this process. One such solution is WA: The Financier. In our solution, it is possible to translate accounting data, map to the accounts of the IFRS chart of accounts, make various adjustments and reclassifications, and eliminate intra-group turnover when consolidating financial statements.

To date, two-thirds of the G20 countries have moved to the mandatory application of IFRS, the remainder, those who have not yet adopted IFRS, including the US, Japan, India, allow foreign issuers and their listed companies to use international standards to gain access to national financial markets.(http://www.ifrs.org/The-organisation/ Documents/2013/Who-We-Are-Russian-2013.pdf).

In jurisdictions that have adopted IFRS, the breadth of coverage of economic agents varies significantly. However, in addition to the diversity of the scale of implementation of international standards by country, the dissemination process led to another surprising result - the emergence of “national IFRS options”, which casts doubt on the very idea of achieving global comparability of financial statements.

Permission to apply IFRS after the procedure for the entry into force of normative acts in the jurisdiction means a later time period for the application of IFRS provisions in the country. For example, in Canada, and now in Russia, the procedure for enforcing international standards for publicly accountable organizations begins from the moment the standard is introduced by the IASB and continues in parallel with it in accordance with the procedure adopted in the country. An additional reason for the delay and correction of the text is the need to translate IFRS texts into the national language, when the true meaning of the provisions may be distorted, and sometimes obvious

errors also arise. Moreover, in the world there are several options for translation into the same national language, for example, there are two official versions of translations into French (in the countries of the European Union and in Canada). The problem is aggravated by the need for a permanent process of changes and updates introduced by the IASB into existing standards.(http://www. frascanada. ca/accountingstandards-oversight-council/what-we-do/about-acsoc/ index. aspx.).

The concept of a convergent approach in the scientific literature is being clarified, and it is proposed to consider two options for its implementation. One of the options is called adaptation of IFRS, when the text of a standard issued by the IFRS Board is amended and supplemented in accordance with the realities of the jurisdiction, as Australia or China do. As a result, it is obvious that not a IFRS standard will be applied, but a certain document that only partially complies with it and requires additional actions aimed at ensuring full compliance with IFRS.

The second version of the convergent approach, as defined by the IASB, involves the use of texts of international standards as a basis for the development of national and regional accounting and reporting standards. For example, India uses an approach based on the program of convergence of Indian accounting standards with IFRS, trying to adapt the provisions of IFRS to the economic reality of the country, completely replacing them with the national version.

Supplementing or clarifying the list, specialists propose considering as an independent approach the introduction of only the approved provisions of IFRS. Such an approach is used, for example, by the European Union and provides for a detailed study of all the provisions of the newly adopted standard and / or amendments.A large number of interested parties participate in the approval process, which requires a long period of time for a decision to be made, and at the same time, not the entire standard can be approved, but with some exceptions.Thus, all approaches to the introduction in the territory of a jurisdiction of IFRS, with the exception of the first approach, lead to a correction of the texts of international standards issued by the IFRS Board. Reduces the comparability of financial statements at the global level and the traditional national practice of accounting for certain objects or events, which remains and is maintained even when moving to the mandatory application of IFRS. The occurrence of this phenomenon is associated with the presence of “gaps” in the texts of IFRS, options for the choice and ambiguity of provisions, as well as many evaluative approaches. The possibility of choosing options (for example, FIFO and the weighted average in IAS 2 “Inventories”) is explained by the very idea of creating IFRS and the procedures for their adoption.(Mohan R.L., 2016).

The nature and significance of IFRS

International financial reporting standards are a set of compromise and fairly general accounting options. IFRS is not a dogma, regulatory documents that regulate specific methods of accounting and reporting standards. They are only advisory in nature, i.e. are not binding. On their basis, national standards can be developed in national accounting systems with more detailed regulation of the accounting of certain objects.(Oksana Kims ., 2018: p.30).

Conculusion

the basis of the work done on the analysis of financial statements compiled in accordance with the international financial reporting standard, first of all, the concept, purpose, purpose, objectives of the studied problem are considered, which is a set of compromise and fairly general recommendations

disclosure options for financial and economic indicators that reflect performance. In accordance with this, the issues of ensuring comparability and the formation of high-quality information, characterized by the proper level of disclosure, reliability and analyticity, were considered. Along with this, to achieve this goal, methods and techniques of analysis are reflected.

The growth of aggregate financial indicators is confirmed by the comparison of indicators of growth rates of total assets, sales revenue and profit. The return on assets invested in current assets is confirmed by the growth of sales revenue, the balance sheet value of current assets, the turnover ratio, the relative savings of current assets.

The increase in efficiency is confirmed by the positive dynamics of sales profitability for operating profit, total assets for profit before tax and financial expenses, equity for net profit. To assess the effectiveness, identification and quantitative measurement of the influence of factors on profitability indicators, a multivariate modeling technique was used. The calculation of the influence of factors on the return on assets was carried out according to the model, which includes profit before tax and financial expenses, total assets, sales proceeds, total liabilities, equity and current assets, borrowed capital, sales proceeds and financial ratios leverage, financial independence, coverage of liabilities with current assets, turnover of current assets.

Based on the values of indicators of net cash flows by type of activity, the sufficiency of the effectiveness of managing them is proved. Indicators of the structure and dynamics of the balance sheet in the amount and share in the balance sheet currency were reflected in non-current and current assets, equity capital, long-term and short-term liabilities.The proof of the positive results of the processes of strengthening financial stability is affirmed by the financial ratios of financial independence, maneuverability of equity, provision of stocks with own funds. The value of current and absolute liquidity ratios reflect a high level of solvency.

Despite the negative dynamics of individual indicators of turnover, in general, we can state the fact of increasing the efficiency of managing the company's current assets, which had a positive impact on financial results. A comparison of accounts payable and receivable turnover allows us to conclude that the negative impact of a slowdown in accounts receivable turnover was offset by an increase in the duration of accounts payable, thereby minimizing the degree of financial tension.The increase in capital productivity of fixed assets indicates the effectiveness of their use in conditions of expanding the scale of production activity.

References

1. “Azerbaijan Industry”, Article by Azerbaijans.com Portal, Azerbaijan (2019)
2. “Industry in Azerbaijan – An Overview Prospects for Development”, 1Article by Azerbaijan International Magazine. (2018), Azerbaijan,. 20-21
3. Bas Weber, “Consequences of new standards for construction sector”, Article by PricewaterhouseCoopers Publications (.2019), Netherlands, 1-512
4. David R. Broker, (2018). Accounting, Culture and Emerging Economies: IFRS in Central and Eastern Europe”, International Business & Economics Research Journal, 1154-1171
5. David Schmid, (2017). IFRS Adoption by country. International Business & Economics Research Journal, 1184-1195
6. Ewa Biakowska, (2018), IFRS 9 bank disclosures: First annual financial statements under IFRS 9 published, KPMG International Publications.2018, Sweeden, 1-620

7. Mark Vaessen, (2016). IFRS – What's next on the agenda, Article by KPMG International Publications.2016, United Kingdom, 1-309
8. Mohan R.L. (2016). The impact of IFRS on industry., Wiley Regulatory Reporting, 1-258
9. Oksana Kims (2018). The Effects and Implications of Kazakhstan's Adoption of International Financial Reporting Standards – a Resource Dependence Perspective., The Jounal of "Soviet and Post-Soviet Politics and Society, 26-41
10. Yuan Ding, (2018). Implementation of IFRS in a regulated market. Journal of Accounting and Public Policy.2008, pages 474 – 488
11. http://www.ifrs.org/The-organisation/Documents/2013/Who-We-Are-Russian-2013.pdf
12. http://www.rbc.ru/digest/index.shtml?rosgazeta/2013/08/22/34009837
13. http://www.ifrs.org/The-organisation/ Documents/2013/Who-We-Are-Russian-2013.pdf.
14. http://www. frascanada. ca/accountingstandards-oversight-council/what-we-do/about-acsoc/ index. aspx.

Personel Güçlendirmenin Çalışan Memnuniyyeti Ve Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisi

Nicat Zeynalov

nicat.zeynalov.1995@mail.ru

Özet

Kuruluşlar, günümüzün değişen ve rekabetçi iş dünyasında performanslarını ve verimliliklerini artırmada büyük zorluklarla karşılaşmaktadır. Yeni teknoloji devrinde örgütlerde iş yapma şekilleri de değişmiş ve yenilenmiştir. İşletmeler rekabetcil olmak, sürdürülebilirliğini korumak için her zaman yaratıcı ve yenilikçi olmalı, bununla da çalışanlarına yetki vererek onların motivasyonunu ve kurum içi kendilerini önemli varsaymalarını sağlamalıdırlar. İnsan kaynaklarından en yüksek verimin elde edilmesi işletmelerin en önemli rekabet araçlarından biridir. Bir çok işletme yöneticisi işletmelere rekabet avantajı sağlayan kaynağın kurumun personeli olduğunu söylemektedirler. Çalışanların güçlendirilmesi, çalışanların verimliliğini artırmak için etkili tekniklerden biridir. Güçlendirme, bir işçiye kendi başlarına karar vermelerine ve başarıyı görmelerine izin vererek içsel ya da kendinden kaynaklı ödüller sağlar. Çalışanlar başarılarını kendi yetenekleriyle ilişkilendirir ve gelecekteki görevlerde daha yüksek verimlilik seviyeleri için çaba göstermeye devam etmeye motive olurlar. Çalışanların güçlendirilmesi, bilgi çalışanlarının daha yaygın olduğu ve kuruluşların merkezi olmayan, organik tip organizasyon yapılarına doğru ilerlediği günümüzün rekabetçi ortamında daha önemlidir. Uzmanlar, çalışanların güçlendirilmesini kurumsal performansı, çalışan memnuniyetini ve hizmet kalitesini geliştiren etkili bir araç olarak görmektedir. Bu çalışma, çalışanların güçlendirilmesinin çalışan memnuniyeti ve hizmet kalitesi üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Veriler, Azerbaycan`daki sağlık kurumunda bir grup çalışan (N = 100) arasında yapılan nicel bir anketin ardından toplanmıştır. Analiz sonuçları, çalışan memnuniyeti ve hizmet kalitesinin, çalışanların güçlendirilmesine önemli ölçüde bağlı olduğunu ve memnun çalışanların daha kaliteli hizmet sunduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırmanın bulgularının hem çalışanlar hem de kuruluşlar için açık sonuçları vardır. Bu çalışma, bir kuruluşun çalışanları güçlendirerek, hizmet kalitesini yükselten çalışan memnuniyet düzeyini artırabileceğini düşündürmektedir.

Anahtar Kelimeler: çalışanların güçlendirilmesi, çalışanların memnuniyeti, psikolojik güçlendirme, hizmet kalitesi, yapısal güçlendirme.

Giriş

Çalışanların güçlendirilmesinin örgütsel başarıya önemli bir katkıda bulunduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Çalışanların güçlendirilmesi kuruluşların daha esnek ve duyarlı olmalarını sağlar ve hem bireysel hem de kurumsal performansta iyileştirmelere yol açabilir. Kuruluşta çalışanların çabuk karar verebilmeleri ve ortamdaki herhangi bir değişikliğe hızlı bir şekilde yanıt verebilmeleri gerekmektedir. Çalışanların güçlendirilmesine kendini adamış kuruluşlar, karmaşık bir yönetim aracı olmasına rağmen çalışanlarını motive edebilirler. Yöneticiler, çalışanları fikirlerinde, çözümlerinde ve kararlarında yenilikçi olmaya davet ederek kurumsal başarıyı teşvik edebilir, aynı zamanda onları uygulama yoluyla görme yetkisi verebilir. (Bakan İ., 2004).

Çalışanların güçlendirilmesi son yıllarda işyeri kültüründe yeni konu oldu. Bazı faktörler içerebilmesine rağmen, bu terimin neye bağlı olduğu, çalışanların işinin nasıl yürüdüğü konusunda daha fazla şey söylemek mümkündür. Bununla birlikte, bu doğru şekilde yapılmazsa, çalışanların politika belirleme konusunda daha aktif bir rol üstlenmelerine izin vermek olumsuz bir etkiye sahip olabilir. Çalışanlar bencil sebeplerden dolayı avantaj sağlamaya ve etkilemeye başlayabilir ve ya görev ve sorumluluklarında kayıtsız kalabilirler. Ancak, doğru ve doğru ekiple yapılırsa, işyerinde yetkilendirmenin birçok faydası olabilir. Çalışan detayların üstünde durduğunda ve onlara tercihleri doğrultusunda karar vermelerine izin verildiğinde, daha iyi bir iş yeri yaratılmış olur. (Şerif Ş. ve Said K., 2006).

Güçlendirme, astların kişisel ve örgütsel başarıya ulaşmak için kendi bilgi, beceri, yetenekleri ve karar verme becerilerini kullanarak kendi işlerini kontrol ettikleri için bağımsız çalışmalarını sağlar. İş ortamındaki hızlı değişimlere, rekabetçi stratejilere ve müşteri taleplerine yanıt veren insan kaynakları departmanları, güçlenmeyi bu hızla değişen ve karmaşık durumları ele almak için bir araç gibi kullanarak kuruluşlarının performansını geliştirmeye başladı. Müşteri taleplerine cevap verebilecek, hizmet kalitesini artırabilecek, operasyonları geliştirecek ve karı en üst düzeye çıkarabilecek tatmin edici bir ortam oluşturma işletmelerin amacıdır. (Lashley C., 1999).

Personel güçlendirmenin tanımı

Çalışanların güçlendirilmesi, çalışanların performansı ve iş tatmini ile uyumlu daha iyi bir genel organizasyon stratejisine yönelik yeni yönetim yaklaşımıdır. Bu güven, motivasyon, karar verme ve işbirliği ile ilgilidir. Güçlendirme bir yönetim felsefesidir ve mikro yönetimin doğrudan karşıtıdır. Çalışanların karar verdiklerini hissetmeleri için düzenli olarak aldıkları kararlardan kendilerini sorumlu hissetmeleri gerekir. Kuruluşun performans yönetimi uygulamalarında bir ve ya iki performansın geleneksel modelini takip etmek yerine, bir yıl yöneticiler çalışanlarını güçlendirmekle ilgilenir. Bu çalışanların ihtiyaçlarına yardımcı olma ve iyileştirme fırsatıdır. (Bolat T., 2003).

Güçlendirme, bir kişinin kendi kaderini kontrol altına almak için kendi kendini güçlendirmiş hissetme olasılığıdır. Stephen Covey'in sözleriyle “Güçlenmiş bir organizasyon, bireylerin kolektif örgütsel başarıya yol açacak şekilde kişisel olarak başarılı olma bilgi, beceri, istek ve fırsatlarına sahip olduğu bir kurumdur”. (Stephen R.C., 2016).

Çalışanların güçlendirilmesi, çalışanların kendi işleri hakkında karar vermelerini ve kararlara katılımını sağlayan bir stratejidir. Çalışanların kuruluşlarına değerli katkılar vermesi (yani karar alma süreçlerine katılabileceklerini, yeni fikirler sunabileceklerini ve daha iyi iş yapma yolları sunabileceklerini) onların çalışmalarında daha motive ve daha üretken olduklarını düşünmelerini sağlayacaktır. (Akçakaya M., 2010).

Personel güçlendirmenin modelleri

Güçlendirme bireylerin kendi özlemlerini ve kuruluşlarının davranışlarını ilerleten yeni davranışlar benimsemelerini sağlama sürecidir. Uygulanacakları alanlar ve çalışanlar itibariyle farklı güçlendirme modelleri vardır. Her model, her organizasyona uygulanamayacağı gibi, bu modeller de her zaman başarı getirmez. Personel güçlendirmenin iki takım odaklı ve iki bireysel modeli vardır. Bu modeller dünyadaki tüm organizasyonlarda yüzlerce değişim uygulayıcısı tarafından uygulanmıştır. Bu modellerden biri bireye ve kollektif işletmeye odaklanmaktadır. Bireyler büyüdükçe ve sonuçlar elde ettikçe, aynı zamanda bütüne de yarar sağlarlar. Aynı zamanda, organizasyon, bireyin bu sonuçları elde etmesini sağlamak için bir kaynak olarak hizmet eder. Bu karşılıklı sorumluluk, bireyin ve örgütün bağlılık seviyesini güçlendirir. (Molleman E., Delft B.V. and Slomp J., 2001).

Bunlardan ikisi Kirkman ve Rosen (1999) ve Molen, Delft ve Slomp (2001) tarafından geliştirilen MMCW takım güçlendirme modelidir. Her iki modelin ortak noktaları, takımlarda uygulanabilecek ölçekte olmalarıdır. Diğer iki model Conger ve Kaungo’nun (1988) bireysel etkiye, Thomas ve Velthouse’un (1990) iş dizaynı ve motivasyona odaklandıklarını belirten iki psikolojik ve insan tabanlı modeldir. Conger ve Kanungo (1988) ve Thomas ve Velthouse (1990) tarafından geliştirilen

modellerin ortak noktaları 4 psikolojik ve motivasyon arttırıcı kavramdan hareketle geliştirilmiş olmalarıdır.

Araştırma modeli

Araştırmalar, güçlendirmenin özellikle tıp sektöründe iş memnuniyetini artırabileceğini öne sürmektedir ve bu işyeri ortamlarını iyileştirmenin, çalışanların cirosunu azaltmanın ve kuruluşların etkin bir şekilde işlemesine yardımcı olmanın bir yoludur. Güçlendirme ile ilgili bir çok araştırmalar yapılsada, onun çalışan memnuniyyetine ve hizmet kalitesinin artımına, genel olarak örgüt performansına etkisi alanındaki çalışmalar bir yeni model ortaya koyacaktır. Bu nedenle, çalışanların bakış açısından, güçlendirme düzeylerini ve onun iş tatmini üzerindeki etkisini incelemeye ihtiyaç vardır. Bu çalışma Bakü'deki sağlık işletmesinde gerçekleştirildi. (Conger J.A. and Kanungo R.N., 1988).

Araştırma yöntemi

Veriler Azerbaycan'da bulunan bir tıp işletmesinde çalışan 100 çalışandan nicel bir anket yoluyla toplanmıştır. Anket çoğunlukla hedef kişilere internet aracılığı ile dağıtılmıştır. Buna ek olarak, anketi katılımcıların bazılarına dağıtmak için e-posta da kullanılmıştır. Kuruluşun çalışanlarına yaklaşık 40 anket dağıtılmıştır. Araştırmamızda öncelikle geniş bir kaynak taraması yapılmış ve gerekli teorik altyapı oluşturulmuştur. Bununlada oluşturulacak anketlerin ölçekleri araştırmaya uygun şekilde hazırlanmıştır. Böylece sonuç olarak uygulayacağımız anket beşli Likert ölçeğine uygun hazırlanmıştır. Aynı zamanda anket hazırlanırken bazı önemli kurallara da uyulmuştur. Birinci bölümde personel güçlendirmeye yönelik algıların tespiti için Spreitzer (1995) tarafından hazırlanmış olan anket kullanılmıştır. Spreitzer personel güçlendirmeni anlam, yetenek, yetkinlik ve etki boyutlarında değerlendirmektedir. (Spreitzer G.M., 1996).

Araştırmada personel güçlendirme uygulamalarına ait sorular sorulmuştur. Anket katılımcılarından, ankette listelendiği gibi soruları hangi ölçüde kabul ettiklerini göstermeleri istenmiştir. İfadeler, personel güçlendirmenin karakteristik uygulamalarını kendinde içeriyordu. Sorulara yanıtlar 0-dan 5-e kadar verilmiştir. Sunulan sonuçlar, katılımcıların işleri için gerekli becerilere hakim olduklarını ve çalışmalarının kendileri için anlamlı olduğunu kabul ettiğini göstermektedir. Katılımcılar, sorumlu oldukları çalışmanın yönlerini kontrol ettiklerini, çalışmalarının kendilerine ve kuruluşun başarısına katkıda bulunmalarını veya kurumlarının kariyer ilerlemelerine ve gelişmesine izin verdiğini belirtmediler. Ayrıca ankete katılanlar, işlerini yaparken özgürlük ve bağımsızlık için önemli bir fırsata sahip olduklarını itiraf etdiler. Bunlar ortalama üç puanla ifade edildi. Katılımcılar, çalışanların şikayetlerini ele alma konusunda açık bir sistem olduğunu ve normalde işlerini yapmalarını sağlamak için yeterli destek aldıklarını ifade ederek bir dereceye kadar katılmadıklarını ifade etmişlerdir. (Ekiz D., 2003).

Analiz

Demografik veriler ilk olarak toplam ele alınmış ve daha sonra orta ve alt düzey yöneticiler için ayrı-ayrı ortaya konulmuştur. Anketi cevaplayanların 34 (% 29,5)'ü orta düzey yönetici, 66 (% 70,5)'sı ise alt düzey yöneticidir. Anketi cevaplayanların 52 (% 52,6)'si erkek, 48 (% 47,4)'i ise bayandır. Yaş dağılımına bakıldığında ise çoğunluğun 25-31 (% 41) ve 18-24 (% 29,5) arasında olduğu görülmektedir. Anketi cevaplayanların eğitim durumları incelendiğinde 45 (% 51,3)'nin üniversite mezunu olduğu %13'nün de yüksek lisans ve doktora yaptığı görülmektedir. Çalışılan birim ve tecrübe değerlendirildiğinde %21,4'ünün cerrahiye biriminde çalıştığı, bunu %16,8 ile muhasabe ve

donanım biriminde çalışanların takip ettiği görülmektedir. Soruları en az yanıtlayan birimin ise %5,7 oranla halkla ilişkiler olduğu görülmüştür. Bunun temelinde, işletmelerimiz halkla ilişkilerini bir pazarın veya insan kaynakları biriminin bir parçası olarak görüyorlar. Çalışılan birimdeki deneyim noktasında, çalışanların çoğunluğunun 0-5 yıl (%42,5) deneyime sahip olduğu görülmektedir. Çalışanların yaşı düşünüldüğünde bu normal bir sonuçtur.

Tablo 1: Ankete katılan personelin demografik özellikleri.

Cinsiyetiniz	Say	Yüzde (%)	Pozisyonunuz	Say	Yüzde (%)
Erkek	52	52,6	Yönetim Kurulu Üyeleri	34	29,5
Kadın	48	47,4	İşçi heyeti	66	70,5
Toplam	100	100	Toplam	100	100
Yaşınız	Say	Yüzde (%)	İş deneyiminiz	Say	Yüzde (%)
18-24	27	29,5	1-3	37	41
25-31	36	41	3-6	25	24,4
32-38	14	12,8	6-10	15	12,8
39-45	13	11,5	10-15	15	12,8
46+	10	5,2	15+	8	9
Toplam	100	100	Toplam	100	100
Eğitim seviyeniz	Say	Yüzde (%)	İK departmanında mı çalışıyorsunuz?	Say	Yüzde (%)
İlk öğretim	-	-	Evet	32	26,9
İkincil uzmanlaşma	10	6,4	Hayır	68	73,1
Ali	45	51,3	Genel	100	100
Yüksek Lisans	32	34,6			
Doktora öğrencisi	13	7,7			
Toplam	100	100			

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanan ankete dayanmaktadır.

Spreitzer(1995) personel güçlendirmeyi, 4 boyutta(Anlam, Yetenek, Yetkinlik ve Etki) değerlendirmektedir:

- Anlam (Meaning): Yapılan iş ile personelin inanç ve değerleri arasındaki uyum olarak tanınır.
- Yeterlilik (Competence): Personelin yapılan işin gereklerini yerine getirecek yetenek ve inanca sahip olmasıdır.
- Yetkinlik (Self-determination): Kendi kararını verme, bireyin kendi geleceğini belirlemesi ve özgürce hareket edebilmesidir. Kişinin işi üzerindeki kontrol gücü olarak değerlendirilebilir.
- Etki (Impact): Etki işle ilgili operasyonel, stratejik ve yönetsel çıktıları etkileme derecesidir. (Spreitzer G.M., 1996).

Genel olarak, araştırma yapılan sağlık kurumlarında çalışanların yetkilendirme puanı, çalışanların büyük ölçüde güçlendirildiğini göstermektedir. Bu, ortalama 3.546 puanla verilir. Bu bulgular Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2: Çalışan Güçlendirme Uygulamaları

Güçlendirme Uygulamaları	Puan
İşim için gerekli becerilere hakim oldum	4.32
Yaptığım iş benim için anlamlı	4.12
İşimin hesap verebilir olduğum yönleri üzerinde kontrolüm var	4.00
Çalışmam, organizmamın başarısına katkıda bulunma konusunda bir yetenek veriyor	3.82
Bölümümde neler olduğu konusundaki etkim	3.82
Şefim ekip çalışmasını teşvik ediyor	3.80

Amirim bana yetki veriyor	3.69
İşimi nasıl yapacağımı belirlemede önemli özerkliğim var	3.69
Pozisyonum kariyer gelişimine izin veriyor	3.60
İşimi nasıl yaptığım konusunda önemli bir bağımsızlık ve özgürlük fırsatım var	3.53
Kuruluşumda, çalışanların hizmet kalitesini artırmak için hızlı harekete geçmeleri teşvik ediliyor	3.53
Üstlerimden ve iş arkadaşımdan her zaman destek ve geri bildirim alırım	3.48
Organizasyonda neler olduğu hakkında her zaman bilgilendirildim	3.19
Bunlar organizasyonda izin verilen yeterli esneklik ve bağımsızlıktır	3.14
Yaratıcı ve yenilikçi fikirler geliştirmeye teşvik edilirim	3.12
Çalışan memnuniyetsizliğini ele alan açık bir sistem var	2.87
Normalde işimi yapmak için yeterli kaynağa sahip olurum	2.62

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanan ankete dayanmaktadır.

Sonuç ve öneriler

Bu çalışma, çalışanların güçlendirilmesi ve iş tatmini araştırmalarına önemli bir katkı sağlamıştır. Çalışanların güçlendirilmesi ve iş tatmini arasındaki ilişki ile ilgili olağanüstü bulguları araştırmış ve doğrulamıştır. Bu çalışmanın sonuçları bu ilişkiyi desteklemiş ve güçlendirme ve iş tatmini literatürü ile ampirik bulgular arasındaki uçurumu kapatmıştır. Mevcut çalışma Bakü`deki sağlık kurumunda gerçekleştirildi ve bu nedenle sonuçların tamamen temsili olduğu iddia edilmedi. Bununla birlikte, bu önemli konuya gelecekteki araştırmaların yönünü oluşturabilecek bilgiler sağlarlar. Bu çalışmanın tıp sektöründe güçlendirme ve iş tatmini ile ilgili önemli hususlara daha fazla ışık tutmak için diğer araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacına hizmet etmek için üç hipotez test edilmiş ve doğrulanmıştır. Bu çalışmanın amacı, çalışanların güçlendirilmesinin çalışan memnuniyeti ve hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ve çalışan memnuniyetinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışanların güçlendirilmesi şu anda hem bireylerden hem de kuruluşlardan çok fazla ilgi görüyor. Bu çalışma, çalışanların güçlendirilmesinin hizmet kalitesi kadar çalışan memnuniyeti üzerinde de önemli ve olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Farklı zorluklarla başa çıkma konusundaki artan ihtiyaç, kuruluşlara çalışanların güçlendirilmesinin özünü ve hizmet kalitesi ve çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisini fark etmelerini kabul etmektedir. Mevcut araştırma, hem kuruluşlar hem de halk için kapsamlı sonuçlar doğurmaktadır. Organizasyonun yassı veya organik yapısından bağımsız olarak, bu çalışma çalışanlara işlerinin seviyesine ve tanımına göre belirli bir yetki verilmesi gerektiğini önermektedir. Kuruluşların vizyon, değerler ve bilgileri çalışanlarla paylaşarak, biraz özerklik sağlayarak ve karar alma süreçlerinde yer almalarına izin vererek kuruluşta katılımcı bir kültür oluşturmaları gerekir.

Çalışanları yetkilendirmenin rolü ve uygulaması hakkında daha iyi eğitmek ve işlerini yapmak için gerekli bilgi ve becerileri arttırmak için belirli programlar düzenlenmelidir. Mevcut çalışma, memnun çalışanların müşterilere daha iyi hizmet sunduğunu da belirlemiştir. Bu nedenle, bu araştırmanın sonucuna göre, kuruluşlar çalışanlarını memnun etmek için vurgu yapmalıdır. Organizasyon, ödül sistemlerine gereken önemi vermeli, hak ettiği çalışanlara terfi ve ilerleme fırsatları sunmalı ve çalışanların meslektaşları ile adil işbirliği ile ekip olarak çalışabilecekleri bir ortam yaratmalıdır. Buna ek olarak, süpervizörün rolü çok önemlidir. Bu nedenle, girişimler gerektiğinde amirlerin astlarına yardım etmelerini sağlamalıdır.

Bu çalışma sadece çalışan algısına odaklanmıştır. Bakü'deki çeşitli tıp kurumlarında çalışan çalışanlardan veri toplanmıştır. Çalışanların güçlendirilmesi ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki çalışan bakış açısından değişkenlere göre ölçülmüştür. Gelecekteki araştırmacılar, çalışanların

güçlendirilmesi ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi müşteri perspektifinden belirleme kapsamına sahiptir. Dahası, örnek olarak bu araştırmayı yürütmek için sadece tıp sektörü ile sınırlı olduğundan, gelecekte diğer alanlarda da çalışma yapılabilir. Bu çalışma, güçlendirilmiş çalışanların son derece memnun olduğunu ve daha iyi hizmet sunduğunu bulmuştur. Bununla birlikte, çalışan memnuniyetini ve hizmet kalitesini iyileştirmeye yardımcı olan diğer birçok organizasyonel yön vardır. Böylece, çalışan memnuniyetini ve hizmet kalitesini yükselten diğer özellikler üzerinde gelecekteki araştırmalar yapılabilir.

Kaynakça

1. Akçakaya, Murat. 2010, "Örgütlerde Uygulanan Personel Güçlendirme Yöntemleri: Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme", Karadeniz Araştırmaları, Y. 25, ss. 145- 174.
2. Bakan İsmail, Çağdaş Yönetim Yaklaşımları (İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar), Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 2004.
3. Bolat, Tamer. 2003, "Personeli Güçlendirme: Davranışsal ve Bilişsel Boyutta İncelenmesi ve Yönetim Kavramlarıyla Karşılaştırılması", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y. 17, S. ss. 199-219.
4. Conger, J. A. And Kanungo, R. N. (1988), "The Empowerment Process: Integrating Theory And Practice", Academy Of Management Review, Vol:13, No:3, Pp.471-482.
5. Ekiz, D. (2003). Eğitimde araştırma yöntem ve metotlarına giriş: Nitel, nicel ve eleştirel kuram metodolojileri. Ankara: Anı Yayıncılık.
6. Lashley, C. (1999). Employee empowerment in services: A framework for analysis. Personnel Review, 28(3), 169-191.
7. Molleman E., Delft B.V and Slomp J. (2001). The application of an empowerment model
8. Spreitzer, G.M.(1996),"Soeiaı Struetural Characteristies Of Psychologieal Empowerment", Academy Ofmanagement Journal, 39(2), 8s.483 504
9. Stephen R. Covey (2016). "The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change Interactive Edition", p.82, Mango Media Inc.
10. Şimşek Şerif, Kıngır, Said.(2006). Çağdaş Yönetim Araçlarından Seçmeler. Nobel Yayınları. Ankara.

Türkiyenin İhracata Yönelik Sanayileşmesi ve Teşvik Uygulamaları Örneğiyle Azerbaycanın Mukayesesi

Nurtən Əliyeva

nurtenaliyeva@gmail.com

Özet

Azerbaycan uzun yıllar boyu dış ticaret dengesi pozitiv olsa bile ihracatının sadece petrole dayalı oluşu gelecek için büyük riskler (petrol fiyatlarındakı dalgalanmaler, tükene bilen doğal kaynak oluşu, başka gelişmiş güc kaynağımızın olmaması ve s.) oluşturmakdadır. Azerbaycan için petrol dışı alanda ihracat stratejik öneme sahip güncel bir konudur. Türkiye ise ihracata yönelik sanayileşme stratejisini başarılı şekilde uygulayan devletlerden biri olup Azerbaycan ile aynı coğrafi konuma, etnik ve kültürel kökene mensupluğu onu Azerbaycan için tecrübelerinden yararlana bileceğimiz ideal bir örnek haline getirmektedir. İhracata yönelik sanayileşmede en büyük araç ihracata teşviklerdir, Türkiye bu konuda ihracatçılarına geniş yelpazede seçimler sunmakda olup yıllar içinde olumlu geri dönüşler almıştır. Makeledeki amaç Türkiye tecrübesinden yararlanarak Azerbaycan ihracatının gelişimi için öneriler vermektir.

Makalede Türkiyenin ihracata yönelik sanayileşme sürecinde ihracatı artırmak için yaptığı tüm çalışmalar, ihracata teşvik türleri, Eximbank ve sunduğu hizmetler, Devlet yardımları, 2023 İhracat stratejisindeki hedefi ve bu yolda yaptıkları, geniş çeşitde ihracat alanlarının mevcudiyyeti ve desteklenmesi, tüm bu süreç içinde kapsamlı çalışmasının ihracata, ülke ekonomisi, sosyal yaşantısı, gelişmişlik gücüne etkileri araşdırılarak analiz edilmiş, daha sonrasında mukayese için Azerbaycanın petrol dışı alanda yaptığı teşvikler, AZPROMO`nun görevi ve ihracatçılara sunduğu hizmetler, Azerbaycanın yıllar içinde ihracat yapısında değişimi değerlendirilip Türkiye örneğinden esinlenerek ve yazarın kendi düşüncelerine dayanarak Azerbaycanda petrol dışı ihracatın teşviki için öneriler, kısa ve uzun vadeli ihracat gelişim planı verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracata Teşvik, İhracata yönelik sanayileşme, Türkiye, Azerbaycan

Giriş

Türkiyede ihracata yönelik stratejiler 1980, 24 Ocak Kararıyla uygulamaya koyulmuştur. “1980’li yıllarda daha esnek bir döviz kuru, ithalatın liberizasyonu ve koruma oranlarının azaltılması şeklinde politikalar uygulamış; ihracat önceleri nakdi sübvansiyonlarla, daha sonra da üretim ile yatırım aşamalarındaki teşviklerle ve kredi, garanti, sigorta gibi daha dolaylı araçlarla desteklenmeye çalışılmıştır.” (Egeli, 2001). Geçen 40 sene zarfında kapsamlı çalışmalar, uzun dönemli stratejiler belirlenmesi, gelişim ve risklerin izlenmesi, geniş yelpazeli ihracat teşviklerinin uygulanması sonucunda başarılar elde edilmiştir. Azerbaycanın da küreselleşen dünyaya entegrasyonu, dünya ihracatında payının artması, petrol dışı alanlarını geliştirerek uzun vadeli gelişim planı kurması için bu tecrübelerden yararlanması ve kendine özgü yolunu seçmesi gerekmektedir. Petrole dayalı bir ihracat bizi bu amaçlarımıza sadece kısa bir dönem için ulaştırırken uzun vadede ise aksine büyük gerilememize neden ola bilir, bu yüzden ihracat ürün sepetimiz çeşitlendirilerek geliştirilmeli, gerekli teşvikler, inovasyon, Ar-Ge destekleri verilmeli, dünyanın gelişim, üretim ve ihracat hızına ulaşılmaya yönelik tedbirler görülmelidir. Tüm bu tedbirler ülkemizin çeşitli alanlarda gelişimini sağlayarak daha güvenli bir gelecek inşa etmemize yardımçı ola bilir.

Metod

Makalede karşılaştırmalı analiz ve sentez metodu kullanılmıştır. İhracata dair veriler yerli ve küresel resmi kuruluşların, istatik kurumlarının veb sitelerinden, rapor, dergi, makale ve tezlerden toplanılarak analiz edilmiş, iki ülkenin yaptığı çalışmalar ve veriler mukayese edilerek teklifler sunulmuştur.

Analiz

Türkiyede ihracata yönelik sanayileşme döneminde yapılanlar (1980-2019):

- "Dış açıkların ağırlaştığı yıllarda, çeşitli istikrar tedbirleri ile birlikte yüksek oranlı devalüasyonlara başvurulması kaçınılmaz olmuştur" (Egeli, 2001). Böylelikle, ilk yapılan uygulamalar *devalüasyon* uygulayarak döviz dar boğazından çıkmak, ithalatdakı tıkanıkları aradan kaldırarak ihracat için gerekle girdileri temin ede bilmek olmuş, ihracat için hammadde olacak malların ithalatında *gömrük vergilerinde indirimler* uygulanmış, dış açıkların ağırlaştığı yıllarda, çeşitli istikrar tedbirleri ile birlikte yüksek oranlı devalüasyonlara başvurulması kaçınılmaz olmuş;
- *İthalat kısıtlamaları kaldırılmış, liberizasyon listesi geliştirilmiş;*
- Bu politikalara ek olarak ihracata yönelik üretim fazlası oluşturmak için büyük kitlelerin *satın alma gücü daraltılmış, reel olar emek maliyyetleri azaltılarak* üreticilerin dışa açılarak rekabet ede bilme gücünün artırılmasına destek sağlanmış;
- İlk başlarda ihracatçıların harcamalarını karşılmaya *nakti ödemelerle* destek sağlansa da daha sonra DTÖ ve AB gümrük birliklerine katılmakla bu nakti ödemeler *Devlet Yardımları* ile ikame edilmiş;
- *Yabancı sermayalerin* ülkeye çekilmesine odaklanılmış, buna yönelik çalışmalar yapılmış;
- 2023 yılına kadar olan *İhracat Strateji Planı* belirlenilmiş;
- *İnovasyon, Ar-ge, Tasarım, Turquality* önem verilerek hem ülke markasının saygındeğerliliği artırılarak, hem de uzun dönemde teknoloji ağırlıklı gelişmenin sağlanması hedeflenmiş;
- İhracat için *özel teşvikler (ihracat kredisi, ihracat sigortası, dahilde /haricde işleme rejimi, vergi iadesi ve s.)* sunulmuş;
- İhracata destek verecek kurumlar *(Eximbank, İGEME, TİM, KOSGEB ve s.)* kurulmuş, yıllık raporlar ile 2023 ihracat stratejisi izlenilmiştir.

"*2023 İhracat Stretjisi ve Eylem Planı*" Teknoloji, İnovasyon, Ar-Ge ve Girişimcilik üzerine odaklanılmıştır" (2023 İhracat Stratejisi, 2012). *Türkiye İhracatçılar Meclisi ve 2023 İhracat Stratejisinin* önderliğiyle bir sıra çalışmalar yapılmıştır: *İnovasyon, Tasarım Haftaları, İhracat Zirve Toplantıları, İNOVALİG, TİM Kadın İhracatçılar Konseyi, 5G, TİM mobil Aplikasyonu, TİM alo merkez, Turquality (2019`da 168 şirket bu teşvikden faydalanmışdır), İhracat Pusulası, İnovaTim, İnoSuit, KOBİ`lere eğitim, seminerler, İlk 1000 İhracat Şirketi ve s. gibi* ."Türkiye'de uygulanan ihracat teşvik yöntemleri: ilk olarak ihracata yönelik devlet yardımları, vergi, resim ve harç istisnası, dahilde işleme rejimi, hariçte işleme rejimi, KDV istisnası, Eximbank tarafından sağlanan kredi ve sigorta programları olmak üzere altı alt başlık altında incelenmektedir." (Şaşmaz, Karamıklı, 2018). *Devlet Yardımları* 2019 yılında Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları rehberinde 23 çeşitde sunulmuş olup ihracatçıların tecrübesi ve ihracat süresine göre 3 grupda : ihracata giriş, pazarlama ve markalamada birleştirilmektedir. "*Dahilde işleme rejimi*- Türkiye'nin gümrük birliğine girmesiyle benimsediği dış ticaret rejimlerinden bir tanesidir."(Gül, 2019).

Türkiye Eximbank 1987 yılında kurulmuş, *kredi, sigorta ve garanti* gibi bir çok teşvik araçlarını sunarak ihracatçıların ihtiyaclarını geniş bir şemsiye altında toplayıp karşılama imkanları sunmasıyla onların gereksinimlerine önem vermiştir. Sadece 2018 yılında ihracatçılara kredi ve sigorta desteği olmakla toplamda 44.2 milyar ABD doları destekde bulunmuştur. 2018 yılında ihracatçılara verdiyi krediler 2017`ye nazaran 61.3% artarak 129.5 milyar TL`ye ulaşmış, Net dönem karı ise 48.1% yükselerek 842 milyar TL`ye varmıştır. Bu da ihracata destek veren önemli kurumun

katkısının artarken kendini de gelişdirip daha da güçlendiyini göstermektedir.

Tablo1. Eximbankın İhracatçılara Sağladığı Kredi Çeşitleri

Eximbank İhracat Kredileri	
Kısa Vadeli	**Orta Uzun Vadeli**
KOBİ`lere destek ihracat kredisi	İhracata yönelik işletme sermaye kredisi
Reeskont ihracat kredisi	İhracata yönelik yatırım kredisi
Sevkiyat öncesi ihracat kredisi	Marka kredisi
Sevkiyat sonrası ihracat kredisi	Özellikli ihracat kredisi
İhracata hazırlık kredisi	Avrupa Yatırım Bankası kredisi
Dış Ticaret Şirketlerinin ihracat kredisi	Yurt dışı mağazalar yatırım kredisi
	İhracat alacakları iskonto programı
	Gemi inşaatı ve ihracatı finansmanı programı
	Finansal Kiralama şirketlerine yönelik kredi programı

Kaynak: Eximbank Türkiye www.eximbank.gov.tr (15.02.2020)

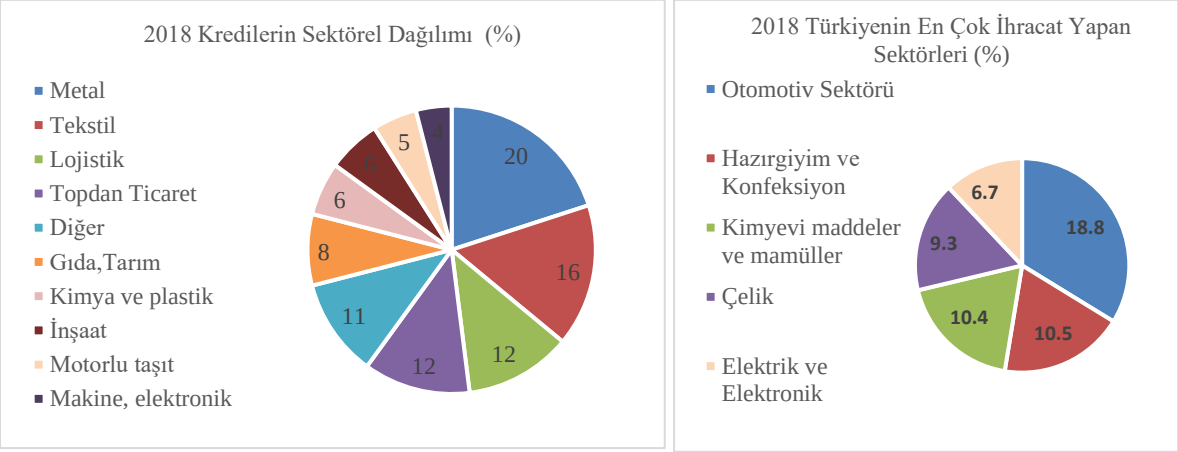
Tüm ihracat kredilerinin, sigortaların ana amacı ihracat yapmak isteyen ve potansiyele sahip şirketlere çeşitli alanda destek sağlayıp, risklerini azaltarak teşvik etmektir. *KOBİ`lere ihracat* kredisi ihracata atılma ve bu sürede başarı kazanmalarına yardımçı olmayı hedeflemekte olup 2018 Eximbank raporuna göre destek sağladıkları 11072 ihracatçının 70.7%`i KOBİ`ler oluşturmaktadır.“Aynı zamanda KOBİ`lere desteyin ön planda tutulmasıyla *Sevk Öncesi İhracat kredisi* ve *İhracata Hazırlık kredileri* yalnız KOBİ`lere verilmektedir.” (Eximbank Raporu, 2018). 2019`da TL kredileri yalnızca KOBİ ve Tarımsal ihracatla ilgili harcanmıştır. Buradakı ana hedef KOBİ`lerin rekabet gücünü artırmak olmuştur.

Özellik ihracat kredisi bazı kriterlere uymayan ihracatçılara genel değerendirme yapılarak onlara uygun vere bilecek kredi koşullarının bankın analizler yaparak karar vermesidir. *Marka Kredisi* Türk malı imajının güçlendirilmesine ve ya yurt dışında yerleşik olan markanın satın alınmasına yönelik kredi olup şirketin banka tarafından değerlendirilmesi ve son bir yıl marka için yaptıkları çalışmaları ve gelecek hedefleri değerlendirilerek verilmektedir. *Alacak Sigortası* “Yurt dışı ve yurt içi mal/hizmet satışlarından doğan alacaklara, yurt dışında ticari ve politik; yurt içinde ise ticari risklere karşı tahsilat güvencesi sağlanmaktadır. Söz konusu risklerden kaynaklanabilecek zararlar Türk Eximbank tarafından karşılanmaktadır.”(Devlet Yardımları Rehberi, 2019).

Eximbank kısa vadeli toplam kredilerde 16.3% artış olarak 2018 yılında 25 milyar dolara ulaşırken, orta ve uzun vadeli kredilerde 14% gerileme yaşanarak 2.2 milyar dolara inmiştir. Toplam kredide ise 13% artış yaşanarak 27.3 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Bu da toplam kredilerde kısa vadeli kredilere öncülük verildiğini göstermektedir. Lakin yapılan çalışmalar uzun ve orta dönemli kredilerin uzun zamanda daha fazla kar sağladığını ortaya koymaktadır. Örneğin, Köksal ve Gençin (2018) çalışmalarında bu etkinin orta uzun vadeli kredi, sigortalarda daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Toplam sigorta desteyi faaliyyetlerinde ise 11% artış yaşanarak 16.9 milyar ABD dolarına ulaşılmıştır. Kredi, garanti ve sigortanı toplam ele alıcak olursak ise 12.3% bir artış yaşanarak 44.2 milyar ABD doları değerinde mali destek sağlanmıştır.

Ayrılan destek, krediler ve sigortaların ayrılmış alanda olan canlandırıcı etkisi. Örneğin 2018 yılında Eximbank kısa vadeli kredilerin verilme sektöründe liderliği 20%`lik oranla metal sektörü taşımakdayken aynı yılda da en fazla ihracat değeri büyümesi yaşanan sektör 36.1 % oranla Çelik sektörü olmuştur.

Grafikler1. İhracata verilen Kredilerin Gelişime Desteyi



Kaynak: Eximbank Türkiye 2018 raporu, s. 27, TİM İhracat raporu 2019, s. 10

Bundan başka tekstil ve kimyevi mamüllere ayrılan krediler de kendini o alanlarda ihracat değer paylarındaki oranların yüksekliyi ile göstermiş bulunmaktadır. Aynı şekilde Eximbankın ihracat kredi sigortalarının 2018 sektörel dağılımında makine, elektronik cihazlar 28% oranla ilk sırada, tekstil 23%, kimya sektörü ise 14% oranla üçüncü sırada gelmektedir. Bu da 2018 İhracat değerlerindeki sıralamayla hemen-hemen benzer sonuçları içermektedir: ilk sırada otomotiv sektörü, ikinci sırada tekstil ve üçüncü sırada kimya sektörü gelmektedir. Böylelikle, ayrılan kredilerin ve teşviklerin çok olduğu alanlarda bir canlanma olduğunu söyleye biliriz. Yukarıdaki grafiklerden de bu ilişkini gözlemlememiz mümkündür.

Yoğunluluk etkisi. Türkiyenin *ihracatı en büyük illeri* İstanbul, Bursa, Kocaeli, İzmir, Ankaradır. İhracatda en büyük pay 66.6% oranla Marmara bölgesinindir. Marmara bögesi aynı zamanda TİM`in en çok İhracatçı Birliyi Genel Sekreterliyi (Uludağ, İİTKİB, İİB, İMMB) olan bölgesidir. Bu da teşvik merkezlerinin ne kadar yoğun olursa sonuçların da o kadar iyi olduğunu ve aynı zamanda ihracatı çok olan bölgelerin daha fazla ihracat kuruluşlarına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

İhracata yönelik sanayileşme stratejileri ve ihracata teşvik uygulamaları Türkiyenin ekonomik büyüme ve gelişmesinin lokomativi olarak görülmektedir. Türkiyenin GSYH ile ihracatının büyümesi oranınlarına bakıcak olursak dibe vurup kalkmalar hemen-hemen aynı dönemlere tesadüf etmektedir. Bu dalgalanmalarda politik durumlar, dolar-euro paritesi, emtiya fiyatlar, küresel krizler, tarımı etkileyen hava koşulları gibi bir çok nedenler rol oynamakda olup 2008 ve 2015 yıllarında olduğu gibi inişlerde kendini yansıtmışdır.

Dış ticaret dengesi 1975 ile 2010 yılları arasında ithalat ile ihracat arasındakı farkın büyüklüyü sebebi ile artarak büyümüş, bu yıllar içinde hep ithalat ihracatdan büyük olmuş, ***dış ticaret dengesi*** negativ rakamlarla gözlemlenmiş, ancak 2010`dan günümüze bu fark giderek küçülmeye başlamıştır.

Tablo. Türkiyenin 2000-2019 Yıllarında Ticaret İstatistikleri

Yıllar	İhracat Değeri	İhracat Değişim (%)	İthalat Değer	İthalat Değişim (%)	Dış ticaret dengesi	Dış ticaret hacmi	İhracatın ithalatı karşılama oranı(%)
2000	27.8	4.5	54.5	34.0	-26.7	82.3	51.0
2002	36.0	15.1	51.6	24.5	-15.5	87.6	69.9

2004	63.2	33.7	97.5	40.7	-34.4	160.7	64.8
2006	85.0	16.4	137.7	19.5	-54.0	225.1	61.3
2008	132.0	23.1	202.0	18.8	-69.9	334.0	65.4
2010	113.9	11.5	185.5	31.7	-71.7	299.4	61.4
2012	152.5	13.0	236.5	-1.8	-84.1	389.0	64.5
2014	157.6	3.8	242.2	-3.8	-84.6	399.8	65.1
2016	142.5	-0.9	198.6	-4.2	-56.1	341.1	71.8
2018	167.9	7.0	223.0	-4.6	-55.1	391.0	75.3
2019	171.5	2.1	202.7	-9.1	-31.2	374.2	84.6

Kaynak: Türkiye İstatik Kurumu**,** www.tuik.gov.tr (10.02.2020)

Türkiye ihracatının yıllar içinde pozitiv eğilimi ve dış ticaret dengesinin azalmasının birden fazla ekonomik sosyal etkileri olmuştur:

- Ticaret Bakanlığından elde edilen verilere göre ihracatçı şirketlerin sayısında her yıl istikrarlı bir artış saptandığı gözükmektedir. 2005 yılında 43456 olan firma sayısı 2018`de neredeyse 2 katına kalkarak 83279`a ulaşmıştır. Bu sayı 2019`da ise 90000`i aşmıştır. Bu da genel olarak *istihdam* olanaklarına pozitiv etki etdiğini göstere bilir;
- Yabancı döviz kuru artmakta, döviz rezervleri yükselmekte, satın alma gücü paritesine pozitiv etki sağlamakta, GSYH`nı etkilemekte, refah düzeyine etki sağlamaktadır. Bu aynı zamanda ülkenin endirekt yollarla gelişmişlik düzeyini, rekabetliliyini de etkilemektedir. Dış ticaret dengesini pozitiv etkilenerek, ithalatla ihracat arasındakı fark giderek azalmaktadır. Tüm bunlarla birge ülkenin ekonomisine dinamizm de kazandırmaktadır;
- "2023 İhracat Startejisi" planı doğrultusunda Ar-Ge harcamalarının GSYH`ya oranı yıllar içinde artarak 2017`de 1`e ulaşmıştır. Bu da aynı *zamanda Tasarım, teknolojik gelişme, inovasyon, Ar-Ge alanlarında gelişme* sağlandığını ve destek verdiğini göstermektedir;
- İMF (2010) verilerine göre yapılan teşvik ve çalışmalar sonucunda Türkiye İhracat Kalite Endeksi yükselerek dünya ortalamasının üzerine kalkmış ve neredeyse gelişmiş ülkelere yetişmiştir. Bu da *Türk Malına güveni artırıb, Pazarda tutunma ve yeni Pazarlara açılmaya* kolaylık sağlayıp Turquality`e destek olmaktadır;
- *KOBİ`lerin* verilen teşviklerde ön planda olması onların rekabet gücünü artırmakda olup ekonomik gelişime de katkı sağlamakta, özel sektörü desteklemektedir;
- *Sosyal* etkilerine kadın ihracatçılara verilen önem ve dikkat, Konseyin oluşu gösterile bilinir;
- Türkiyenin *Dünya Mamül İhracatındakı yeri* tüm bu çalışmalar sonucunda giderek artmış 2014 yılında 32-ci sıradayken sadece 5 yıl içinde 10 basamak yükselerek 22-ci sıraya yükselmiştir, bu da dünya ihracatının 1.1% oranına denk gelmektedir. Bu da Türkiye için ekonomik, politik güç anlamına gelmektedir.

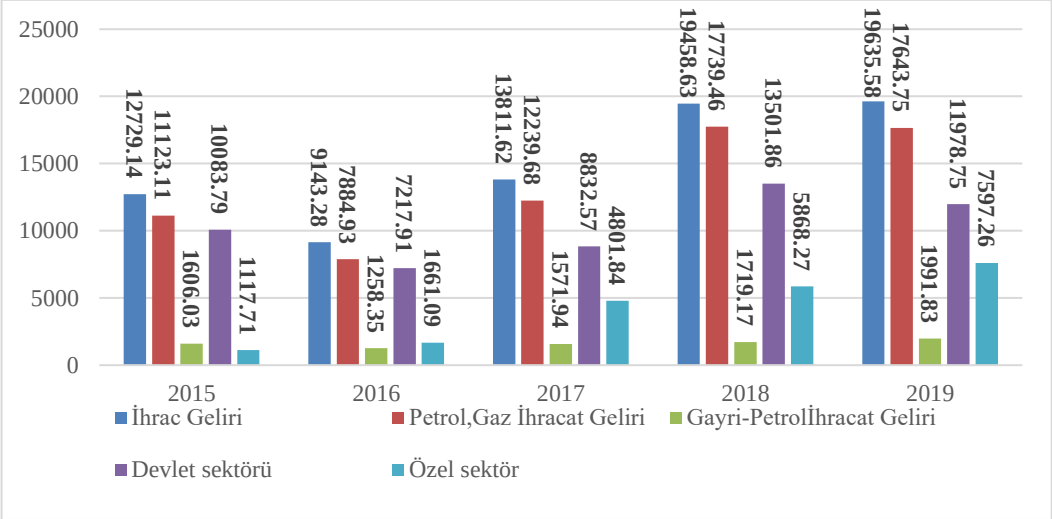
Böylelikle, Türkiyenin ihracatını ekonomisi için itici güc olarak gördüğünü ve gerek sağladığı teşvikler, gerek devlet yardımları ile destek verdiğini, kapsamlı yapılan çalışmalar sonucunda ihracatının yıllar içinde yükselişini ve bu yükselişin farklı alanlarda pozitiv direk ve endirekt etkilerini görmekteyiz. Coğrafi konumu, etnik ve geleneksel birliğimiz açısından değerlendirildiğinde Azerbaycanın son zamanlar güncel konusu olan İhracatı Teşvik konusunda örnek ala bileceyi en iyi ülkelerden biri olarak Türkiyeni göstere biliriz. Azerbaycanın ihracatı günümüze kadar daha çok tek güç merkezli olup petrola dayanmıştır. Bu ise günümüz ve geleceğimiz için büyük tehlike oluşturmakdadır. Petrol alanında dalgalanmalar ve ya gelecekte

teknolojnin gelişimi ile kömürün ihtiyaç sıralamasında gerilediği gibi petrolun da gerileme olanağının mevcudiyyeti ve her zaman tek bir ürüne dayalı ihracatın çok yönlü riskler oluşturması son zamanlar petrol dışı alanında ihracata teşvike dikkatin ve çalışmaların artmasına neden olmuştur. 2003 yılında Ekonomi Bakanlığı tarafından oluşturulan İhracata Teşvik ve Yatırımların Teşviki Fonu *(AZPROMO)* oluşturulmuştur. AZPROMO petrol dışı alanına yatırımların cezb edilmesi ve petrol dışı alanda ihracatın yüskeltilmesine desteyin sağlanması gibi görevleri üstlenmektedir. AZPROMO ihracata dair hizmetleri bunlardır :

- *Bilgi Desteyi*- üretim, ihracat, lojistik, gerekli sertfikalar, yabancı pazarlar, yerli ve uluslarası fuarlar ve s. ilgili bilgi desteyi verilmektedir;
- *Hukuksal Destek*- gerekli evraklar, protokollar, hukuksal düzenlemeler, İNCOTERMS, yerli şirketlere yabancı ülkelerde şube açılımına destek;
- *Örgütsel Destek*- şirketlerde ihracat bölümlerinin oluşmasına, üreticilerle ilgili birliklerin oluşdurularak ilişkilerin artırılmasına, ihracatçı birliklerinin oluşumuna, Azerbaycan malı kalitesine, İhracatçılar klubünün failiyyetine, farklı seminar, konfransların geçirilmesine, sergi, fuarlara katılıma destek;
- *Pazarlama Deteyi*- pazarların araştırılması, mamüle uygun pazarların bulunması, yabancı müşterilerin bulunarak ilişkilerin kurulmasına ve s. destek verilmektedir.

"İhracatçılar Klubü" 2014 yılında AZPROMO tarafından petrol dışı ürünlerin ihracatına destek olarak oluşturulmuş bir kulüpdür. Yapılan toplantılarda ihracatçıların katılımı ile sorun ve hedefleri tartışılmaktadır. Kulübün 150`den fazla üyesi var ve bu yıllar içinde 30`dan fazla toplantısı olmuştur. 2016 yılında ise petrol dışı sektörünün ihracata teşviki ile ilgili olarak üreticilere *ihracat teşvikinin ödenilmesi* hakkında karar Azerbaycan Cumhuriyyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev tarafından kabul edilmiştir. Belirli bir listede adı geçen ürünü ihrac eden ihracatçılar gümrük vergisinin 3% değerini devlet mali desteyi hesabına geri ala bilmektedirler. Bundan başka Azerbaycanda ihracatçılarla ilgili *5 dernek* de faaliyyet göstermektedir: *Azerbaycan Arçılar, Azerbaycan Nar, Fındık, Şarap, Sebze Üretici ve İhracatçıları Dernekleri.* Bu Dernekler alanlara ait ihracatçıları birleşdirip onların sorunlarına, ihracatı nasıl artıra bileceklerine, yüksek teknoloji uygulayarak verimliliyi artırmaya, üreticilerin bir-biriyle olan bağlarının güçlendirilmesine, Made in Azerbaijan kalitesinin yükseltilmesine destek olmakdadır. *Azerbaycan Pazarlama Birliyi* yıllık ihracat katalogları sunarak farklı alanlar, şirketler hakkında bilgi (sahib oldukları sertifikalar, ihracat yapdıkları ülkeler, kuruluş tarihleri, ürün ulaşım yolları, başka ülkelerde şubeleri ve s.) vermektedir. *Azexport* Azerbaycan Cumhuriyyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyevin 2016, 21 Eylül kararıyla "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde üretilen malların tek bir veri tabanının kurulması üzerine" oluşturuldu.

Grafik2. Azerbaycanın İhracatının Yapısının Değişimi



Kaynak: ACDGK, www.customs.gov.az, 2015-2019 raporları kullanılmıştır (26.03.2020)

ADİK verilerine göre ihracat gelirlerimiz bazı yıllar dalgalanmalar yaşasa da genel değerlendirildiğinde yükselmeye meyillidir. 2019 yılında bir önceki yıla nazaran 1.03% artış yaşanarak 19 635.58 milyon dolar ihracatdan gelir kazanılmıştır. İhrac mallarının çeşidi 3124 olmasına rağmen elde olunan gelirin sadece 1 milyar 954 milyon dolar petrol dışı sektöre aitdir. Geçen yıla nazaran 2019`da petrol dışı alanda ihracat geliri toplam ihracatın 15.7% olmuştur. İhracatdan elde olunan gelirin 61% devlet sektörüne (11.9 milyar dolar), 38.7% özel sektöre (7.6 milyar dolar), 3% ise (59 milyon dolar) gerçek kişilerdir. Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Gömrük Kurumu verilerine dayanan yukarıdakı grafikden de gözükdüğü gibi yıllar içinde toplam ihracat geliri giderek artsa bile buradakı büyük oranı hala petrol ve gaz ihracat geliri teşkil etmektedir. Petrol dışı alan petrol alanı ile kıyasla oldukça düşük kalmakla birlikde küçük yükselmeler yaşamaktadır. Lakin petrol fiyatlarında düşüş yaşandığı zamanlar elde olan gelirin azalmasını da göz önünde bulunduracak olursak petrol dışı sektördeki payda daha fazla gelişime ihtiyac duyulduğunu göre biliriz. Devlet sektörü yıllar içinde ihracatdakı liderliğini korusa da özel sektörde de 2015-ci yıla nazaran değişimler yaşanmaktadır. Aşağıdakı tablodan ise 2014-2018 yıllarında peetrol dışı ve petrol ürünlerinin ihracatdakı oranını gözlemleye biliriz.

Tablo 2. Azerbaycanın İhracat Ürünlerinin İhracatdakı Oranı (2014-2018)

İhracat Ürün Grupları(faizle)	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı hayvanlar ve hayvanlar menşe ürünler	0	0	0	0.1	0.1
Bitkisel ürünler	1.5	2.6	2.9	3.4	3.0
Hayvansal ve ya bitkisel aktı ve sıvı yağlar	0.9	1.2	0.1	0.1	0.1
Hazır gıda ürünleri, alköllü ve alkölsüz içecekler, sirke, tütün	1.4	2.2	0.9	0.7	0.5
Mineral ürünler(petrol, gaz ve s.)	92.5	88	91.4	90.8	92.1
Kimya sanayi ürünleri	0.3	0.6	0.4	0.5	0.4
Plastik, kauçuk ve onlardan hazırlanan ürünler	0.7	0.9	0.7	0.7	0.6
İşlenmemiş deri, taaklanmış deri, doğal kürk ve onlardan hazırlanmış mamüller	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Ahşap, karton, kağız ve onlardan yapılmış ürünler	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Tekstil ürünleri	0.2	0.3	0.3	0.5	0.7
Değerli metal ve taşlar	0.4	0.7	0.6	0.9	0.6

Az değerli metaller	0.6	1.0	1.7	1.6	1.3
Makine, mekanik cihaz, elektronik ürünler	0.3	0.5	0.3	0.3	0.3
Kara ve deniz araçları	0.0	0.0	0.5	0.1	0.0
Optik, tıbbi cihazlar, müzik aletleri, saatler	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1

Kaynak: Azerbaycan Cumhuriyyeti Devlet İstatitik Komitesi, www.stat.gov.az Azerbaycanın Dış Ticareti 2019 raporu, (24.03.2020)

Mineral ürünler dahilinde giden petrol, gazın ihracatdakı oranında fazla bir değişiklik olmadığı, bir süreliğine 2016 yılında 88% oranına düşüş yaşansa bile sonra kıdemeli olarak 2018 yılına kadar artarak 92.1% ulaştığını gözlemlemekteyiz. Petrol oranında düşüş yaşandığı yılda hazır gıda ürünleri 2.2% oranla yükselişini yaşasa da gelecek yıllarda bu oran 0.5% `e kadar inmiştir. Bitkisel ürünlerin, tekstil ürünlerinin, az değerli metallerin toplam ihracatdakı oranı ise yıllar içinde giderek artmıştır. Bitkisel ürünler petrol dışı alanda 3.0% oranıyla liderlik etmektedir. Bitkisel ürünler 2019 İİTKM verilerine göre 8% artarak 605.8 milyon dolar gelir sağlamış ve bu ürünler içinde domates, fındık, pamuk, hurma, elma daha fazla yer almıştır. En büyük artışlar ise plastik mamüllerde 51% (179.4 mln dolar), pamuk lifi 54% (124 mln dolar), kimyasal ürünlerde 34% (102.9 mln dolar) gözlemlenmişdir. Bu ilk başda tarım, kimya ve tekstil sanayilerine yönele bileceğimizi göstermektedir. Aynı zamanda altın ihracatında 46 % artış olup 172.4 mln dolar gelir elde edilse bile gelecek için risklidir.

Sonuç ve Teklifler:

Dünyada ihracat liderlerine baktığımızda bir çoğu doğal kaynaklardan yoksun olmasına rağmen kapsamlı ve ileriye dönük projelerle büyük başarılar kazanmıştır. Ne yazık ki, Azerbaycan ise doğal kaynak, iklim koşulları, ihracat çeşitlendirmesinde büyük potansiyele sahip oluşuna rağmen hala petrola bağımlı haldedir. Bu da gelecek dönem için risk oluşturmakda devam etmektedir. Türkiye bir çok doğal kaynağını, tarımını, tekstil ve teknoloji alanlarını geliştirerek çeşitli yelpazede ihracat yapmaktadır. Bu da onu bir noktaya bağlamayarak bir alanda oluşa bilecek risklere karşın diğer alanlarda başarısıyla kendini koruması ve gelişime devam etmesine yardımcı olmasını sağlamaktadır. Ayrıca son dönem 2023 İhracat Stratejisi Planı ile ihracatlarında Ar-Ge, İnovasyon, Teknoloji, Tasarıma ağırlık vereceklerini açıklamaları küreselleşen dünyanın nabzını iyi izlediklerini ve ihracatlarını ona uygun çeşitlendirip şekillendirdiklerini göstermektedir. Bu çalışmalar sonucu Ar-Ge harcamaları artarak 2017 yılında 1`e ulaşırken Azerbaycan için bu gösterici ne yazık ki, 0.2`olmuştur. Aynı şekilde Türkiyenin ihracat teşvik türleri, Devlet Yardımları 23 çeşit, Eximbank kredi teşvikleri toplam 15 çeşit ve farklı çeşitde ihracat sigortaları olmasına rağmen Azerbaycanda bu çeşitlilik daha kısıtlı olmaktadır. Aynı zamanda Türkiye ihracata teşvikde mobil aplikasyonlar, çağrı merkezleri, farklı Tasarım İhracat haftaları, yarışmalar ve s. de uygulayarak bu teşvikleri oldukça kapsamlı hale getirmiştir. Bizim yapa bileceklerimiz:

- Petrol dışı alanda ihracat teşvik türlerini artırmak ve teşvikin ölçüleri ile ilgili net çerçiveler oluşturmak(miktarı, süresi, kimlere verile bileceği, sayılar ve s.);
- Azerbaycan Eximbankını oluşturarak çeşitli ihracat kredi, sigorta hizmetleri vermek;
- Petrolden sonra ihracat için büyük öneme sahip olan alanımız tarım olup onun gelişmesi için daha çok teşvik, makul koşullar, yüksek teknoloji ve bilgi desteyi sağlamak;
- IMF verilerine göre Azerbaycanın ihracat kalite endeksi 1992-2010 yılları arasında dünya, GOÜ ortalaması veTürkiyeden aşağıda olmuştur. Azerbaycanın ihracat ürünlerine yabancı ülkelerde

tanıtım desteyi verilip, Made in Azerbaijan gelişimi için teşvik ve destekler verilmeli;

- Ar-Ge, İnovasyon, Teknolojiye önem verilip uzun dönemli yatırımlar yapılmalı;
- Devlet sektörünün ihracatda oranı azaltılarak özel sektöre daha fazla yer verilmeli, bunun için KOBİ`ler daha fazla desteklenmeli, yabancı sermayeler daha fazla cezb edilmeli;

- Son dönemler petrol ihracatından uzaklaşmaya çalışırken altında da bir artış yaşanmaktadır, uzun dönem için riskli ola bilir. Doğal kaynaklardan tükenen ve geri kazanılması imkansız olduğundan ihracatdan kıdemeli olarak geri çekilmesi gereklidir. Kısa dönem planında petrol kıdemeli olarak azaltılıp yerine tarım (hususen bizim iklime özgü), tekstil ürünleri getirilmelidir. Kısa dönemin ikinci evresinde de petrol ihracatı kıdemeli olarak azaltılmaya devam etdirilip bu sefer yalnız tarım, tekstil değil küçük teknolojik aletlerin üretimi ve ihracatına da geçilmelidir. Bu ürünler fazla rekabet gerektirmeyen ve karışık bilgiye ihtiyac duyulmayan ev elektronik ürünleri ve ya daha karmaşık teknolojik ürünlerin bir parçasının üretim ve ihracatı ola bilir. Uzun dönem de ise petrol ihracatı daha fazla azaltılarak teknoloji, elektronik ürünler, tekstil, tarım sıralaması olmak üzere ihracat şekillendirilmelidir. Tüm bu kısa ve uzun dönem içinde yapılması gerekenler Ar-ge, İnovasyon, Beşeri sermayenin desteklenmesidir. Yalnız bu bizi uzun dönemdeki amacımıza ulaştırır. İhracat yapısında bu şekilde kıdemeli ikame yapılırsa Azerbaycan ihracatı ve ekonomisi uzun dönemde güç kazanıp, kendini riskli bölgeden daha güvenli bölgeye almış ola bilir.
- Azerbaycanın ihracatı daha çok Avrupa bölgesinde yoğunlaşmıştır, bu da bölgesel krizler zamanı riskli ola bilir. Bu yüzden de ihracatın diğer ülke ve bölgelerde de yükseltilmesine daha fazla özen gösterile bilinir.

Kaynakça

1. Türkiye Cumhuriyyeti Ekonomi Bakanlığı (2012) “2023 İhracat Stratejisi”, s. 5
2. Egeli H.A., 2001 “Dış Ticaret Açısından Sanayileşme Stratejileri ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi” Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.154
3. Yusuf Gül (2019) “İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 174 say
4. Şaşmaz M.Ü., Karamıklı A., (2018) “ Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler” İnsan ve Topum Bilimleri Araşdırmaları Dergisi, sayı: 7, s. 2837-2867
5. Eximbank Türkiye www.eximbank.gov.tr (15.02.2020)
6. Eximbank 2018 Raporu (2018), s. 19
7. Devlet Yardımları Rehberi (2019), s. 85
8. TİM İhracat raporu (2019), s. 10
9. World Bank , www.worldbank.org (01.03.2020)
10. Türkiye İstatik Kurumu, www.tuik.gov.tr (10.02.2020)
11. Azerbaycan Devlet Gümrük Komitesin www.customs.gov.az , 2015-2019 raporlarından derlenerek olu.turulmuştur (26.03.2020)
12. Azerbaycan Cumhuriyyeti Devlet İstatitik Komitesi, www.stat.gov.az Azerbaycanın Dış Ticareti 2019 raporu, (24.03.2020)

Uluslararası Pazarlamada Konumlandırma Stratejileri

Kamran Abdullayev

kamran.abdullayev4001@gmail.com

Özet

Bu makalede uluslararası pazarlamada konumlandırma stratejileri araştırılmışdır.Araştırma literatür taraması esasında yazılmışdır.Pazar bölümlemenin ardından seçilmiş pazar bölümünün konumlandırması gelmektedir.Araştırma zamanı,ürün özelliğine göre konumlandırma stratejisi, fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejisi,ürün kullanımına göre konumlandırma stratejisi, kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisi,ürün sınıfına göre konumlandırma stratejisi,rakiplere göre konumlandırma stratejisileri araştırılmışdır. Konumlandırma stratejileri içerisinde en yaygın olanı ürün özelliğine göre konumlandırmadır. Ürün özelliğine göre konumlandırmada temel amaç,tüketiciye sunulacak mal ve hizmete ait özellikleri ön plana çıkmasıdır . Böylece tüketiciye ürün özelliklerine ait bilgiler aktarılarak olası bir problem ile karşılaşıldığında markanın çağrıştırılması sağlanmaktadır.Fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejisi ürün veya hizmetin pazarlama uzmanları tarafından tüketicilere ürünün fiyatı ile çağrıştırıldığı konumlandırma stratejisidir. Bu stratejide göz önünde bulundurulması gereken husus, ürünün türü ve hedef kitlenin fiyatlandırmaya olan yaklaşımıdır.Ürün kullanımına göre konumlandırma stratejisi bir ürünün nasıl, nerede ve ne zaman kullanılacağına yönelik bir algının tüketicilerin zihninde oluşmasını sağlamaktan ibaretdir.Kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisinde kullanıcı grubuna ait özellikler vurgulanmalıdır. Konumlandırılacak ürün ya da hizmeti kullananların özelliklerinin açık ve net bir şekilde vurgulandığı konumlandırma stratejisidir. Ürün sınıfına göre konumlandırmada konumlandırılacak ürün belirli bir ürün sınıfı ile ilişkilendirilerek konumlandırılmaktadır. Rakiplere göre konumlandırma stratejisi; konumlandırma stratejileri içerisinde ayrı bir öneme sahiptir. Amaç markayı diğer markalarla rekabet edecek şekilde konumlandırmaktır. Kafa kafaya konumlandırma olarak bilinen bu stratejide işletmeler rakiplerinden daha üstün olduklarını vurgulamaya çalışmaktadırlar.

Anahtar kelimler : Konumlandırma Stratejisi, Ürün, Marka

Giriş

Giderek artan rekabet koşulları içerisinde işletmelerin rakiplerine göre ayırt edilebilir olma çabaları olan konumlandırma 1970'lerin başından itibaren pazarlama literatüründe yer alan popüler bir tanım haline gelmiştir. Konumlandırma ile tüketicilerin zihninde ürünü ya da hizmeti en uygun yere yerleştirirken tüketicilerin algılarını ve tüketim alışkanlıklarını değerlendiren işletmeler, çeşitli stratejiler yardımı ile bu eylemi gerçekleştirmektedirler. Ürün veya hizmete ait birden fazla özelliğin vurgulanmasının tüketicilerin zihninde karmaşaya neden olması, iletilmek istenen mesajın anlaşılabilir ve tutarlı nitelikte olması ile birlikte yeniden konumlandırmanın masraflı ve riskli olması,konumlandırmada dikkat edilmesi gereken başlıca unsurlardır. İşletmelerin konumlandırma faaliyetleri sonrası oluşacak riskleri azaltmaları için rakip ürünlere ait algı haritalarını yorumlamaları ve bu doğrultuda karar vermeleri gerekmektedir.Tüketicilerin konumlandırma stratejilerine olan tepkileri başta tüketim alışkanlıkları olmak üzere tüketim algıları ve tüketici davranışlarına bağlıdır.

Firmaların hayatta kala bilmeleri için etkili olan en onemli silahı pazar konumlandırmasıdır.Pazarın tümüne belirginleşememiş kimlik yerine firmayla arasında olan ilişkiyi maksimum kara eriştirebilmesi için pazardaki küçük bir bölüm seçilerek detaylarını incelemek gerekir.Hedeflenen bölüme doğru kanallar ve mesajlar ile iletişimin kurulması, sunulan değerle ilgili kabuledilebilir, doğru vaatlerde bulunmak ikinci adımdır.Müşterilerin güveninin kazanılmasının tek yolu soz konusu olan vaatlerlin sunulmuş değeri deteklemesi ve dogrulamasıdır.Fakat firmaların farklılaşması ve bu farklı yeri koruması onları bir adım öne çıkartacaktır.Farklılaşmanın yolu müşteri zihninde önemli bir yer kapmaktır.Her marka ile ilgili müteri bir imaj geliştirir.Bu önemli konuda müşteriyi kendi

haline burakmayarak hem müşteriye hem de markaya önemli olan özelliklerin üzerinde imaj geliştirmek ve zamanla bu imajın yeni tutulması gerekir.Böylelikle markanın sahip ollacağı farklı bir konum sayesinde artan rekabete karşı mücadele edebilecektir. Ürün sınıfına göre konumlandırmada konumlandırılacak ürün belirli bir ürün sınıfı ile ilişkilendirilerek konumlandırılmaktadır. Bir ürünün rakip olduğu diğer ürünler, o ürün ile aynı sınıf içerisinde yer almayabilir. Rakiplere göre konumlandırma stratejisinde işletmeler ürünlerinin ya da markalarının rakiplere göre daha iyi oldukları mesajını vermeye odaklanmışlardır. Kafa kafaya konumlandırma olarak da adlandırılan bu stratejide işletmeler rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayarak onlardan daha üstün olduklarını vurgulamaya çalışmaktadırlar.

Metod

Makale literatür taraması esasında yazılmıştır. Uluslararası pazarlamada konumlandırma stratejileri ile ilgili kitaplar, makaleler, tez çalışmaları ve internet kaynakları üzerinden yapılmışdır.

Konumlandırma stratejileri

İşletmeler kendilerine uygun konumlandırma stratejilerini belirlemeden önce rakip ürünlerin özelliklerini tamamen ve doğru olarak anlamak zorundadırlar. Daha sonra ürünlerine ilişkin konumu belirlemeyecek ve bu konumda rakiplerin daha önce sunmadıkları, ancak hedef pazar tarafından talep edilen müşterilerin faydalarını maksimize edecek kombinasyonu ortaya koymaları gerekmektedir.İşletmeler müşterilerine daha hızlı, daha güvenli, daha ucuz, daha rahat, daha iyi oldukları gibi birçok yönden mesaj vermek isteyebilirler. Ancak Ries ve Trout bu mesajlardan sadece bir tanesini seçmenin doğru olacağını vurgulamıştır. Böylece işletme bir tek özellik ile akılda kalmayı kolaylıkla sağlamış olacaktır. Mesajın karmaşıklığı akılda kalmayı zorlaştırmakta konumlandırma stratejileri başarı ile sonuçlanmamaktadır (Erdoğan 2017).Konumlandırma stratejileri üç adımdan oluşmaktadır. Bunlar konumlandırma oluşturmak için rekabet avantajlarını ortaya koymak, ortaya koyulan rekabet avantajları içinden doğru rekabet avantajlarını seçmek ve kapsamlı bir konumlandırma stratejisi belirlemektir. Konumlandırma ile iletilmek istenilen mesajın inandırıcılığı müşteriler açısından oldukça önemlidir. Orta düzeydeki bir ürünü üst segmentteki bir ürün olarak konumlandırmaya çalışmak akılda kalır bir konumlandırma olmayacaktır. Bu nedenle konumlandırma planlı bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Konumlandırma üretimden önce başlamalı, işletmeler bu doğrultuda ürün tasarlamalıdır (Aktuğlu 2018).Başarılı ve lider bir marka yaratmak isteyen işletmeler için ön koşul rakip işletmelere göre ayrıcalıklara sahip olmaktır. Müşterilerin zihninde arzu edilen marka imajını oluşturmak tutarlı ve gerçekçi bir planlamayı gerektirmektedir. Pazarlama yönetiminde konumlandırma stratejileri önemli bir yere sahiptir. Çünkü sürekli iletişim çabalarına maruz kalan bir marka olarak tanımlanan ve fark yaratan tüketicilerin zihnindeki bir algıdır (Canıtez 2017).

Başarılı bir konumlandırma stratejisi geliştirmek kolay değildir, bu yüzden Schnedler'in "Karmaşık bir pazarda ürün konumlandırma bir işletmenin en zor kararlarından biridir" görüşü daha sonra Carol Gwin ve Carl Gwin tarafından da benimsenmiştir.İşletmeler arasında giderek artan rekabet işletmeleri strateji belirlemeye ve belirlenen stratejiye uygun hareket etmeye yöneltmiştir. Strateji; bir işletmenin doğasını ve yönünü belirleyen seçimlere rehberlik eden bir çerçevedir. İşletmeye yön vererek rekabet üstünlüğü sağlarken iç ve dış çevrenin analiz edilmesini gerektiren strateji, işletmenin hedeflerine ulaşmasını sağlayacak faaliyetleri planlamayı ve uygulamayı ifade etmektedir. Konumlandırma pazarlama karmasında yer alan tüm unsurları etkileyeceğinden işletmelerin etkili bir

pazarlama programı geliştirebilmeleri için bir konumlandırma stratejisine odaklanmaları gerekmektedir (Jobber 2012).

Konumlandırma stratejileri ile pazarlama karması unsurları arasında önemli bir ilişki söz konusudur. Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçiminden sonraki aşama konumlandırma stratejilerinin belirlenmesidir. Pazar bölümleri arasındaki farklılıklara yönelik olarak değişen konumlandırma stratejileri değişik varyasyonlar içermektedir. Her pazar bölümünün istek ve ihtiyaçlarını karşılamanın yüksek maliyetli olmasından hareketle tek bir pazar bölümünü hedef alan işletmeler hedefledikleri pazarda ürünün doğru konumlandırılmasına özen göstermek zorundadır. Zira konumlandırılmış bir ürünün yeniden konumlandırılmasını sağlamak oldukça zor ve risklidir.Konumlandırma stratejilerinde tüketici algılarının payı oldukça yüksektir. Konumlandırma kararlarının alınmasında sıklıkla algılama haritalarından yararlanılmaktadır. Çok boyutlu ölçeklendirme yöntemi, faktör analizi ve ayrıştırma analizi gibi analizler ile elde edilen algı haritaları; rakip ürünlerin tüketiciler tarafından nasıl algılandığını, rakip markalar arasındaki benzerlikler ya da farklılıkları ve işletmenin markayı nerede konumlandırabileceğini gösteren yol haritalarıdır. İşletmelerin tüketicileri anlamaları için önemli bir araç niteliğinde olan algı haritaları aynı zamanda işletmelere pazarda oluşan boşlukları görme imkânı da sağlamaktadır. Ancak ürün konumlandırma haritalarını mevcut ürün incelemelerinden oluşturan işletmeler bireysel farklılıkların kritik rolünü gözden kaçırmaktadırlar (Demirpolat 2015).Konumlandırma stratejilerinde başarının kaynağı tüketicilerin tercihlerinin baz alınmasıdır. Tüketiciler mal veya hizmetleri tercih ederken o malı ya da hizmeti kullananların geçmiş deneyimlerinden faydalanarak satınalma faaliyetlerini gerçekleştirmek istemektedirler. Tüketicilere sunulan ürüne yönelik bir algı oluşturmak ve bu algıyı korumak konumlandırma faaliyetlerinin temel uğraşısıdır (Demirağ 2017).Tüketiciler sadakat duygusu ile bağlı oldukları markaların sürekli olarak odağında bulunmak istemektedirler. Ancak işletmelerin mevcut müşteriler olduğu kadar potansiyel müşterilere de ihtiyacı vardır. Bu nedenle konumlandırma stratejilerinin doğru kullanılarak pazarlama karması unsurları ile desteklenmesi gerekmektedir.Ürün konumlandırma ve tasarım kararları özellikle ürün özellikleri, işletmelerin pazarlama stratejileri rekabet, tüketici özellikleri ve teknoloji durumu gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Ürün konumlandırmasına yönelik alınan kararlar öncelikle bir ürünün tüketici algısında ve çeşitli açılardan rakiplerinde meydana gelen değişiklikler ile ilgilidir. 1982 yılında Shansby ve Aaker tarafından yayınlanmiş “Positioning Your Product” adlı makalede konumlandırma stratejileri 6 unsura göre bölünmüşdür. Bu unsurlar ürün ile ilgili özellikler, fiyat-kalite, ürün kullanımı, kullanıcı grubu, ürün sınıfı ve rakiplere göre konumlandırma stratejileridir. Çalışmaya daha sonra Aaker ve Myers tarafından kültürel sembollere göre konumlandırma stratejisi de eklenmiştir (Carol F. Gwin, Carl R. Gwin 2015).

Ürün Özelliğine Göre Konumlandırma Stratejisi

Sahip oldukları özellikleri bakımından farklılık gösteren tüketiciler olduğu gibi mal ve hizmetlerin de birbirlerine göre farklı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler ürünün ya da markanın tanınmasını kolaylaştıran unsurlardır.Konumlandırma stratejilerinden ürün özelliğine göre konumlandırma ürüne ait özelliklerin vurgulanmasıyla gerçekleştirilen bir konumlandırma stratejisidir. Ürün özelliğine göre konumlandırmada yaygın olarak kullanılan somut özelliklerin giderek azalması pazarlama uzmanlarını algısal bir değer yaratma ve yaratılan bu değere yoğunlaşmaya yöneltmiştir.Konumlandırma stratejileri içerisinde en yaygın olarak kullanılan ürün özelliğine göre konumlandırma stratejisi bir markanın ya da ürünün üstün özelliklerini ön plana çıkartan ve ürünü

daha çekici kılmak için başvurulan bir yöntemdir. Ürün özelliğine göre konumlandırmada amaç, mal ve hizmete ait özellikleri ön plana çıkartarak tüketiciye yansıtmaktır. Böylece tüketiciye ürün özelliklerine ait bilgiler aktarılarak olası bir problem ile karşılaşıldığında markanın çağrıştırılması sağlanmaktadır (Kotler 2016).Bir mal veya hizmetin tercih edilme sebebi o ürün veya hizmetten elde edilen faydadır. Bu nedenle tüketicilerin bir mal veya hizmeti satınalmaları için bir fayda sağlamaları, işletmelerin de bu faydayı ön plana çıkaracak şekilde konumlandırma stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir. Adidas futbol ayakkabıları ile ön plana çıkarken, Nike basketbol ayakkabıları ile ön plana çıkan bir markadır (Whalley 2010).Bazı işletmeler ya da markalar konumlandırmak istedikleri ürünler için ürüne ait çeşitli özellikleri vurgulayan algılar oluşturmak istemektedirler. “Yaşlanma karşıtı” ,“Çevre dostu”, “yakıt tasarrufu”, şeklinde nitelendirmiş ürünlerde ürün özelliğine göre konumlandırma stratejisiyile vurgulanmak istenilen özelliği algı yönetimi ile vurgulamaktadır. Benzer şekilde düşük kalorili içecekler ya da düşük yağ oranı içeren diyet ürünler de yine ürün özelliğine vurgu yapılarak gerçekleştirilen konumlandırma stratejilerindendir.Ürün özelliğine göre konumlandırma stratejisinde ürüne ait birden fazla özellik vurgulanabilir. Ancak çok sayıda özelliğe odaklanmak yerine bir tek özelliğe odaklanmak stratejinin daha başarılı olmasını sağlamaktadır. İşletmeler belirli birözellik üzerine odaklandıklarında ürüne ait vurgulanmayan diğer özellikler tüketicilerin zihninde kendiliğinden şekillenmiş olacaktır.

Fiyat-Kaliteye Göre Konumlandırma Stratejisi

Fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejisi ürün veya hizmetin pazarlama uzmanları tarafından tüketicilere ürünün fiyatı ile çağrıştırıldığı konumlandırma stratejisidir.Bu stratejide önemli husus, ürünün türü ve hedef kitlenin fiyatlandırmaya olan yaklaşımıdır. Fiyata göre konumlandırma stratejisinin uygulanabilir olması için pazar bölümlendirmenin fiyata duyarlı olarak yapılmış olması gerekmektedir.

Mal ya da hizmetin fiyatlandırılması yapılırken göz önünde bulundurulması gereken esas unsur, ürünün kalitesi ve fiyatının örtüşüp örtüşmediğidir. Çünkü mal veya hizmetin fiyatı kalitenin güçlü bir göstergesi durumundadır. Tüketiciler ve müşteriler tarafından yüksek fiyatlı bir ürünün yüksek kaliteye sahip olması beklenmektedir. Aksi takdirde ürün veya hizmet beklentileri karşılamayacak, ürünü sağlayan işletmenin itibarı zedelenmiş olacaktır. Aynı durum düşük fiyatlı bir ürünün düşük kaliteye sahip olması yönünde oluşan algı için de geçerlidir. Bu defa işletmeler düşük fiyatlı olmasına rağmen ürün özelliğinde rakiplerine eş değer bir kaliteye sahip olduğunu vurgulamak için çaba harcayacak ve tüketicileri inandırma yönünde girişimlerde bulunacaklardır.Tüketicilerin çoğu tarafından yüksek fiyatlı ürünün yüksek kaliteye de sahip olduğu algısı tüketici ya da müşterilerin daha yüksek ödemeye razı olma güdüsü ile desteklendiğinde işletme fiyat-kaliteye göre konumlandırmasını sağlamış olacaktır.Fiyatlandırma stratejilerinde bazı mal ve hizmetler için yüksek fiyat stratejisi bazı mal ve hizmetler için ise düşük fiyat stratejisi uygulanmaktadır. Düşük fiyat stratejisini uygulayan işletmeler maliyet kontrol sistemleri kurarak maliyetlerini devamlı olarak izlemektedirler. Bu tür işletmelerde üretilen mal ve hizmetlerin fiyatları rakiplerine eş değer ya da daha düşük olmalıdır. Düşük fiyat stratejisini benimseyen işletmeler maliyet üstünlüğüne ve fiyata karşı duyarlı kitlenin bulunması halinde başarılı olacaklardır (Elitok 2015).

Yüksek fiyat konumlandırması ise işletmelerin mal ve hizmetlerini rakiplerine göre daha yüksek fiyatlandırması sonucu oluşan birkonumlandırma girişimidir. Yüksek fiyat konumlandırmasında fiyat yüksek kalite ile desteklenmeli, daha fazla ödemeye razı olan müşteriler için oluşturulan ayrıcalıklı imajının sarsılmamasına işletmeler tarafından özen gösterilmelidir.Kaliteye göre konumlandırma

fiyat ile birlikte uygulandığında daha başarılı olmaktadır. Belirli markalar ve üreticiler yüksek kalite ve fiyatları ile tüketiciler tarafından oldukça iyi tanınmaktadır. Burberry, Guess, Louis Vuitton gibi yüksek kalitede ve yüksek fiyattaki markalar fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejisinde yüksek fiyat bazında konumlandırılırken, DeFacto, LCW gibi markalar düşük fiyat stratejisi ile konumlandırılan markalardır. Ancak bu markaların düşük fiyatlı olmaları düşük kalitede oldukları anlamına gelmemekte, sadece düşük fiyatı vurgulayan konumlandırma stratejilerini uygulamakta oldukları görülmektedir. Yüksek kaliteye yönelik konumlandırma stratejisi ile hazırlanan ürün reklamlarında fiyat ikinci planda kalırken, düşük fiyata yönelik konumlandırma stratejilerinde kalite ikinci planda kalmaktadır (Gwin 2015).İşletmelerin fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejileri düşük fiyat-düşük kalite, yüksek fiyat-yüksek kalite, düşük fiyat-yüksek kalite ve yüksek fiyat-düşük kalite olarak dört farklı şekilde uygulanabilmektedir. Düşük fiyat-yüksek kaliteye göre konumlandırma stratejilerinde işletmeler yakın bir tarihte yeni ürün geliştirmeye yönelmiş, böylelikle pazarda daha geniş bir kitleye ulaşmayı sağlamıştır. Örneğin Mercedes marka otomobilin A sınıfında yer alan düşük fiyatlı otomobil üretmesi daha düşük gelir grubuna yönelik bir pazarlama faaliyeti iken amaçlanan konumlandırma stratejisi düşük fiyat – yüksek kaliteye göre konumlandırma stratejisi olmuştur.

Ürün Kullanımına Göre Konumlandırma Stratejisi

Bir ürünün kullanım zamanı ve şekli ile ilgili pazar bilgisi tüketicilerin zihninde bir konum yaratabilmektedir.Ürün kullanımına göre konumlandırma stratejisi; bir ürünün nasıl, nerede ve ne zaman kullanılacağına yönelik bir algının tüketicilerin zihninde oluşmasını sağlamaktır. Uzun yıllardır sıcak olarak tüketilmesi vurgulanan Nescafe marka kahvelerin sıcak yaz aylarında soğuk kahve olaraksunulduğu yeni bir ürün ile pazara hitap etmesi ürün kullanımına göre konumlandırma stratejilerine örnek olarak verilebilir (Necdet 2016).

Kullanıcı Grubuna Göre Konumlandırma Stratejisi

Kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisinde kullanıcı grubuna ait özellikler vurgulanmaktadır. Konumlandırılacak ürün ya da hizmeti kullananların özelliklerinin açık ve net bir şekilde vurgulandığı konumlandırma stratejisidir. Hedef tüketicilerin açık bir biçimde tanıtılması potansiyel müşteriler üzerinde oldukça etkilidir. Spor yapanlara özgü içecekler ya da diyet yapan insanlar tarafından tüketilen diyet ürünler kullanıcı grubunun vurgulanmak istenilen özelliğini açık bir şekilde ifade eden konumlandırma stratejilerine örnektir. Dalin marka şampuanın sadece bebekler ya da göz rahatsızlığı olan tüketiciler tarafından kullanılması, Çilek marka mobilya grubunun sadece çocuk mobilyası üretmesi, Harley Davidson marka motorların özgürlüğüne düşkün kişiler tarafından tercih edilmesi tüketicileri markaya yakınlaştıran unsurlardır.Ayrıca kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisinde ürünü kullanarak reklamın vermek istediği mesajı ileten kişinin hedef kitle tarafından tanınan ünlü kişilerden seçilmesi gerekmektedir. Çünkü bu yaklaşımda ürünün tüketicinin zihninde konumlanması, reklam yüzü olan ünlü kişinin yaşam biçimi ile de sağlanmaktadır (Erdoğan, 2017).Kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisinde esas olan hedef kitlenin istek ve ihtiyaçları karşılanırken marka ile ilişkilendirilmesi ve markanın belirli bir kullanıcı grubu tarafından kullanılıyor olduğu algısının oluşturulmasıdır.

Ürün Sınıfına Göre Konumlandırma Stratejisi

Ürün sınıfına göre konumlandırmada konumlandırılacak ürün belirli bir ürün sınıfı ile ilişkilendirilerek konumlandırılmaktadır. Bir ürünün rakip olduğu diğer ürünler, o ürün ile aynı sınıf

içerisinde yer almayabilir. Örneğin 7-Up marka asitli içecek konumlandırmasını uzun bir süre "susuzluk giderici" olarak yapmasına karşın, "Uncola" şeklinde geliştirdiği ürün sınıfını vurgulanan konumlandırma stratejisi ile yaparak istediği başarıyı elde etmiştir.

Rakiplere Göre Konumlandırma Stratejisi

Rakiplere göre konumlandırma stratejisi; konumlandırma stratejileri içerisinde ayrı bir öneme sahiptir. Bu stratejide amaç markayı diğer markalarla rekabet edecek şekilde konumlandırmaktır.Rakiplere göre konumlandırma stratejisinde işletmeler ürünlerinin ya da markalarının rakiplere göre daha iyi oldukları mesajını vermeye odaklanmışlardır. Kafa kafaya konumlandırma olarak da adlandırılan bu stratejide işletmeler rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayarak onlardan daha üstün olduklarını vurgulamaya çalışmaktadırlar.

Konumlandırma çağının erken başarısını Avis kampanyası göstermektedir.Avis "ikinciyiz, daha çok çalışıyoruz" şeklinde meşhur olan kampanyasında kendisini daha büyük olan Hertz'e karşı başarılı bir şekilde konumlandırmıştır (Al Ries 2015).Pazar payını artırmayı amaçlayan işletmeler, rakip işletmelerin konumunu en az kendi konumları kadar önemli görmektedirler. İşletmelerin fiyat-maliyet üstünlüğü ya da daha yüksek kalite sunarak rakiplerini geçmeye çalışmaları işletmelere rakiplerini kullanarak bir konum kazandırmış olacaktır. Bu stratejide rakiplerine göre daha üstün özelliklerine yer veren işletmeler pazarda lider konumunda olmak istemektedirler. Burada işletmelerin dikkat etmeleri gereken nokta rakipleri ile aynı konumu yaratmamalarıdır. Taklit ürün niteliği kazanan bu ürünlerde farklılaşmaya gidilmediğinden uygulanan bu strateji başarı ile sonuçlanmayacaktır.

Analiz

Tüm pazarlama faaliyetlerinde olduğu gibi konumlandırma çalışmalarında da amaç satışların artırılması ve karın artırılmasıdır. Ancak pazarda birbirinin ikamesi, aynısı olabilecek özellikde bir çok ürünler arasında tüketicilerin düşünüp karar vermesi her zaman beklendiği gibi rasyonel bir şekilde gerçekleşmemektedir.Firmalar tüketiciler için ne çeşit bir özelliği ile öne çikabileceği planı belirlemeli ve tüm çalışmalarını bu yönde şekillenmektedir.

Konumlandırma ile sağlanacak en büyük avantaj firmanın/ürünün/markanın pazardaki diğer rakiplerden farklılaşabilmesidir. Tüketicilerin zihninde olan boşluklar,ürünlerin faydası, müşterilerin beklentisi gibi bir çok etkenlerle tüketicinin zihininde farklılaşmak zor ama bir o kadar da kazançlı bir durumdur. Müşteride belirli bir fikir oluşturmuş bir ürün her zaman tercih edilendir.

Konumlandırma sayesinde yerleşik bir imajı yaratmış marka reklam yapmasa bile uzun zaman pazardaki yerinin koruya bilir. 1980'li yılında ABD-de blender farkındalığıyla ilgili yapılan bir araştırmada General Electrıc, iyirmi yıl blender üretimi yapmamasına rağmen, en bilinen markalar arasında ikinci gelmiştir.Konumlandırma sayesinde kararsız tüketici kitlesi de "gözde olan", çok sayıda tüketiciyi yanına çekebilen ürünlere/markalara yönelecektir. Çünkü bu markaları diğerlerinden ayıran farklı özellikleri vardır ve bunun doğruluğunu ispatlayarak yanına çektiği bir müşteri kitlesi vardır.

Sonuç

Hedef pazar seçiminin ardından işletmeler seçtikleri bölüm ya da bölümlerde hangi konumda olmak istediklerini belirlemelidirler. Konumlandırma adı verilen bu aşama ürünü ya da markayı, hedeflenen pazar bölümleri ve işletmenin sahip olduğu imkanlar bakımından tüketicilerin zihninde en uygun yere yerleştirmede tüketicinin algılarını, tutumlarını ve tüketim alışkanlarını dikkate alarak değerlendiren ve müşterilerin, işletmelerin mevcut veya potansiyel ürünlerini pazarda nereye yerleştirdiklerini ifade eden bir kavramdır. Tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi işletmelerin karar verme süreçlerine katkı sağlamaktadır. Giderek artan markaların sayıca çokluğu, tüketicilerin zihninde bir karmaşaya neden olmaktadır. Bu süreçte üreticilerin başarılı konumlandırma stratejileri uygulayarak tüketicilerin karar verme süreçlerini yönetmeleri gerekmektedir.

Yeni oluşan koşullarda işletme ve ya pazarlama yönetiminde hedeflenen pazar bölümünde istenilen tüketici algısını oluşturan konumlandırmayı yapabilmesi oldukça zorlaşmışdır. Sorun ise pazarlardaki benzer ürünlerin ve ya hizmetlerin çoğalması ve pazarda bir çok markanın oluşmasında yoğunlaşmaktadır. Ayrıca tüketici algısını oluşturan tanıtım ve pazarlama. iletişimi ortamındaki hızlı gelişmeler konumlandırmadaki etkinliğin ölçümünü güçleştirmiştir.

Hedef pazar kitlesinde uygun olarak izlenecek olan konumlandırma stratejilerinin seçimi ve oluşturulması sadece tanıtım çabalarının planlanması ile ve ya örgütlenmesiyle ilgili değildir. Tüm pazarlama faaliyetlerinin hedef kitle üzerinde istenilen algı ve etkiyi oluşturabilmesine bağlıdır. Rakipleri karşısında markanın ve ya ürünün analizini yapmasını sağlayan algılama haritası arzulanan değişiklikde yol gösterebilir.

Sonuçda iyi planlanmış ve belirlenmiş olan bir hedef pazar bölümünde konumlandırma stratejisinin temelini oluşturur. Bu konular ile ilgili pazarlama yöneticisinin amacı rekabetin yoğun olduğu pazarlarda hedef tüketicinin algısına uyumlu olan konumlamayı yapabilecek bir pazarlama stratejisi geliştirmektir.Sonuç olarak işletmelerin hedef pazara özgü geliştirmek istedikleri pazarlama karışımını oluşturabilmek için tüketicilerin algılama haritalarından yararlanması gerekmektedir.

Kaynakça

1. 1.Işıl Karpat Aktuğlu(2018), “Marka Yönetimi”, İletişim Yayınları, s78-80.
2. 2.Gülhan Bizel(2017), Stratejik Pazarlama Performansı Değerlendirmesinde Genel Olgunluk Modeli Uygulaması, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s35-38.
3. 3.Bayuk, N. M., ve Öz, A. (2017). “Nesnelerin İnterneti Ve İşletmelerin Pazarlama Faaliyetlerine Etkileri”,s25.
4. 4.Zafer B. Erdoğan(2017), “Konumlandırma Stratejileri” Pazarlama Stratejileri-Yönetsel Bir Yaklaşım, Ömer Torlak ve Remzi Altunışık (drl.) Beta Yayınları, s36-40.
5. 4.Başak, Levent (2016). Türkiye'de Çamaşır Deterjanı Sektöründe Faaliyet Gösteren ÇokUluslu Şirketlerde Hedef Pazar Seçimi ve Marka Konumlandırma, Yüksek Lisans Tezi,s66-68.
6. 5.Tek, Ömer Baybars(2016), Pazarlama ilkeleri, s65-66.
7. 6.Erdoğan Koç(2016), Tüketim Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Seçkin Yayıncılık, s23-27.
8. 7.Timur, Necdet(2016), Stratejik Yönetim, Anadolu Üniversitesi, EskiŞehirTosun,s33-36.
9. Murat Canıtez(2017),İhracatta Pazar Araştırması ve Örnek Bir Uygulama,s55-57.
10. 9.Ecer, H. F. ve Canıtez, M. (2016). Uluslararası Pazarlama: Teori ve Uygulamalar,s15-16
11. 10.Elitok, Y. B. (2015). Uluslararası Pazarlama Stratejileri Ve Adana Hacı Sabancı ,s22-.26.
12. 11.Çağ Üniversitesi(2014), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin,s 41-44.

13. 13.Fatih Demirpolat (2015), Marka Konumlandırma Stratejilerinin Tüketici Satın Alma Karar Sürecine Etkisi: Akıllı Telefon Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s60-63.
14. 14.Al Ries (2015), Jack Trout, Konumlandırma Tüketici Zihnini Fethetme Savaşı, Çev: Ebru Kızıldağ, MediaCat, İstanbul, s49.
15. 15.Avcı, İ. (2015). "İhracatta Uygulanan Teşviklerin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi ve Bir Uygulama", İstanbul Ticaret Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s28-32.
16. 16.Philip Kotler (2016), Kevin Lane Keller, Marketing Management¸ 15th Global Edition, Pearson, New Jersey, pp110-115.
17. 17.Andrew Whalley(2010), Strategic Marketing, 1st Edition, Ventus Publishing, London,pp205-212.
18. 18.Andy Field(2009), Discovering Statistics Using SPSS, Sage Publication LTd, Third Edition, London,pp178.
19. 19.Chinese Young(2013) Adults", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.20, Issue.6, pp.505-515.
20. 20.Carol F. Gwin, Carl R. Gwin(2015), "Product Attributes Model: A Tool for Evaluating Brand Positioning", Journal of Marketing Theory and Practice, Vol.11, Issue.2, pp.30-42.
21. 21.Cristea Adina, Capatina Gabriela, Stoenescu Roxana-Denisa(2015), "Country-of-Origin Effects on Perceived Brand Positioning", Procedia Economics and Finance, Vol.23, pp.422-427.
22. 22.David Jobber(2012), Principles and Practice of Marketing, Fundamentals of Marketing Thought, 4th Edition, New York: McGraw-Hill Higher Education,pp55-60.

Global Pazarlarda İlişkisel Pazarlama ve Sadakat Programının Etkinliği

Vüqar Quliyev

vuqar_quliyev@hotmail.com,

Özet

İlişkisel pazarlama (RM) ve sadakat programları (LP'ler), artan küresel rekabetle karşı karşıya olan şirketler için anahtar farklılaşma stratejileridir. Teknolojik gelişmelerden dolayı, üretim ve tüketim açısından yaşadığımız yüzyılın ilk yıllarından müşteri memnuniyyetini ön planda tutan yaklaşımın benimsendiği aşikardır. Ulaşmış olduğumuz teknolojik gelişim aşamasında istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek, beklentilerini karşılamak önemli hale gelmiştir.İlgili alanın litertüründe "ilişkilsel pazarlama" ve ya "ilişki pazarlaması" şeklinde isimlendirilen bu ilişki sunulan hizmetlerde kalite olgusunun daha ciddiye alınarak uygulanması sonucu sağlam temellere oturtulmaktadır. Bu sebepten dolayı RM ve LP'lere olan küresel ilgi artmış olsa da, bu pazarlama faaliyetlerini inceleyen araştırmacılar tipik olarak Amerika Birleşmiş Milletleri merkezli çerçeveleri uluslararası araştırma bağlamlarına uygulamaktadır. İlişkisel pazarlama (RM) ve Sadakat programlarının (LP) küresel pazarları ayırt eden faktörlerden nasıl etkilenebileceğini anlamak için, bu inceleme hem İlişkisel pazarlama (RM) hem de Sadakat programları (LP) mekanizmalarının kapsamlı bir çerçevesini sunmakta ve kültürel ve gelişimsel durumsal faktörlerinin bu mekanizmaların satıcı performansı üzerindeki etkilerini nasıl değiştirebileceğini ele almaktadır. Bu makalede RM ve LP'lerin küresel pazarları ayırt eden faktörlerden nasıl etkilenebileceğini anlamak için hem RM hem de LP mekanizmalarının kapsamlı bir çerçevesini sunar ve kültürel ve gelişimsel faktörlerin bu mekanizmaların satıcı performansı üzerindeki etkilerini hesaba katmaktadır. Bu makalede elde edilen sonuçlar, spesifik RM ve LP stratejilerinin en etkili olduğu yerler hakkında sekiz öneride bulunuyor. Bu makalede bu mekanizmalar ele alınarak RM ve LP teorilerini tanımlamaktadır ve her iki alanda da küresel araştırmanın kapsamını genişletmektedir.

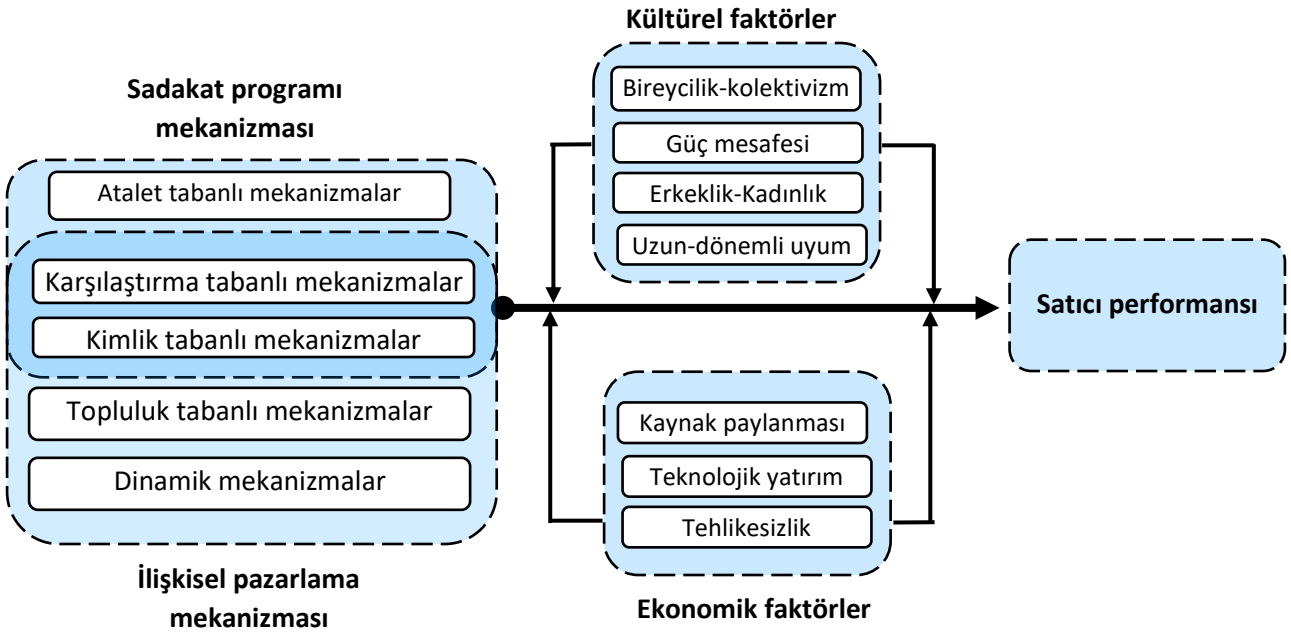
Anahtar Kelimeler: ilişkisel pazarlama, sadakat programları, kültür, ekonomik inkişaf, uluslararası pazarlama

Giriş

Hem pratikte hem de akademik araştırmaların temel alanı olan ilişkiselpazarlamaya (RM) ve sadakat programlarına (LP'ler) uluslararası ilginin temeli, sağlam alıcı-satıcı ilişkileri ile ilişkili stratejik rekabet avantajlarından kaynaklanmaktadır (Palmatier ve ark. ,2013; Samaha, Beck ve Palmatier,2014; Tuli, Bharadwaj ve Kohli,2010); ABD'deki satıcılar için, hem RM hem de LP'ler kilit farklılaşma stratejileri olarak hizmet eder, ve belki de sonuç olarak, bu stratejiler üzerine yapılan araştırmaların çoğu, ülkeler arası sistemik farklılıkların RM ve LP'lerin etkililiğini nasıl etkileyebileceğinin farkında olmadan ABD merkezli çerçeveleri benimsemektedir. (Samaha, Beck ve Palmatier,2014). Bununla birlikte, RM ve LP'lere artan ilgi küreseldir; ISI Web of Science'a göre, 2003'ten 2013'e sayısı üçe katlanan bir konu olarak RM veya müşteri sadakatini inceleyen yıllık araştırma makalelerinin sayısı ve Amerika Birleşik Devletleri dışındaki araştırmacılar bu artışın yaklaşık 80%'ini oluşturuyor.

Bu nedenle, RM ve LP'lerin etkililiğinin küresel pazarlar arasında nasıl değiştiğini anlamak için, RM ve LP'nin etkinliğini destekleyen mekanizmaları ve etkilerinin küresel pazarlar arasında farklılık gösteren faktörler tarafından nasıl güçlendirilebileceğini inceliyoruz. Sonuç olarak, makalemizin amacı dünya genelinde RM ve LP mekanizmalarının etkinliğini etkileyebilecek faktörleri toplamak, kapsamlı bir haritasını oluşturmak, bu faktörlerin RM ve LP-nin faydalarını nasıl ılımlı hale getirdiğine dair özel tahminler sunmaktır. Resim 1 konseptual modelimizi göstermektedir.

Qrafik 1. Kavramsal Çerçeve: Uluslararası Faktörlerin LP ve RM Etkinliğine Etkileri



Kaynak: Henderson, Conor M., Joshua T. Beck, and Robert W. Palmatier, 2011

Bu araştırma, "Müşteri ilişkileri ve sadakatini geliştirme çabaları ülkeler arasında nasıl adapte edilmeli?" şeklindeki basit ama önemli soruyu ele almaktadır. Öncelikle, RM ve LP'lerin etkilerinin altında yatan benzersiz ve farklı mekanizmalara özgü teklifler tanımlayarak ve sunarak, mevcut uluslararası müşteri sadakat çerçevelerini (Kumar ve ark.,2013) genişletmektedir. Örneğin, bu makalede LP`lerin altında yatan atalet merkezli mekanizmaların (örneğin, alışkanlık), kültürleri belirsizlikten kaçınan ve büyük teknolojik sermaye birikimine sahip ülkelerde daha etkili olduğu varsayılmaktadır. Bu öneri özellikle dış pazarlarda perakende satış yapan şirketler için faydalı olabilir (Marketing Science Institute,2014; Shah, Kumar, ve Kim,2014).

İkincisi, kültürün yanı sıra ekonomik kalkınmanın ılımlı etkileri de ele alınmaktadır. Yüzyıllar boyunca gelişen ve süren kültür (Hofstede, Hofstede ve Minkov 2010), uluslararası pazarlama araştırmalarının ana odağı olmuştur. Diğer taraftan kısa vadede daha fazla dalgalanma gösteren ekonomik kalkınma (Piketty,2014), önemine rağmen, genellikle göz ardı edilmektedir. Bu yaklaşım, önceki teoriyi birbirine bağlayan ve yerel ve kültürel koşullardan yararlanmak için ihracat ortakları arasında RM yatırımlarının nasıl adapte edileceği gibi önemli yönetim kararlarını bildiren bir çerçeve sunmaktadır (Zeriti ve ark.,2014).

Üçüncüsü, bu makalede önerilen çerçeveye dayanarak daha fazla araştırmanın yapılması için bir gündem sunulmaktadır. Örneğin, ileride yapılacak araştırmalarda bu makalede sunulan kültürel ve ekonomik faktörlerin RM ve LP`lerin "Karanlık taraf" sonuçlarını nasıl etkilediği belirlenebilir. Örneğin, bazı müşterilere özel muamele gösteriminin aynı muameleyi görmeyen müşteriler arasında kıskançlığa ve sadakatsizliğe neden olabileceği gibi (Steinhoff ve Palmatier, 2014).

RM ve LP etkinliği altındaki mekanizmalar

İlişki pazarlaması genel olarak "başarılı ilişkisel faliyetlerin kurulmasına, geliştirilmesine ve sürdürülmesine yönelik tüm pazarlama faaliyetleri" olarak tanımlanmaktadır (Morgan ve Hunt

,1994). Müşteri ilişkileri kurmaya yönelik stratejiler, özellikle satıcılar bu stratejileri rakiplerden önce benimsediklerinde ve rekabet yoğunluğu yüksek olduğunda, satışları arttırıp zaman içinde kar sağlar (Kumar ve ark. 2011). Genellikle, bir hedef olarak ilişki kurmaya hedefleyen sadakat programları ödül kartları, hediyeler, özel destek kanalları ve tüketicilerin marka ya da firmaya yönelik tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkileyen diğer yöntemler dahil olmak üzere çeşitli pazarlama faliyyetlerini içermektedir (Henderson, Beck ve Palmatier ,2011). Modern pazarda satıcılar giderek artan bir şekilde küresel rekabet ile karşı karşıya kaldıklarından, RM ve LP'ler temel farklılaşma stratejilerini temsil ediyor.

Kavramsal çerçevenin oluşturulması ve mevcut çerçevelerin kapsamlı bir haritasının geliştirilmesi üzere mevcut çerçeveler ve dinamik mekanizmalar incelendi (Palmatier ve ark. ,2013). RM ve LP mekanizmalarının satıcı performansı üzerindeki etkilerinin ülkelere göre nasıl değiştiğini belirlemek için, öncelikle RM ve LP'nin performans üzerindeki etkilerini oluşturan mekanizmalar tematik olarak sınıflandırıldı ve gözden geçirildi.

Atalet temelli mekanizmalar

Atalet tabanlı mekanizmalar, genellikle önceki davranışların tekrarlanmasıyla ilişkili bilişsel kolaylık nedeniyle yeni davranışlara (örn. rakip satıcıdan alım yapma) göre önceki davranışların (örn. tanıdık satıcıdan alım yapma) avantajından kaynaklanmakta ve satış performansını artırmaktadır. Bu mekanizmalar genellikle LP`lerin etkinliğini belirler (LiuThompkins and Tam,2013). Örneğin, bir sadakat ödül kartı, belirli bir mağazadaki alışveriş davranışını devamlı hale getirerek elde tutmayı artırabilir (Henderson, Beck ve Palmatier,2011). Örneğin, müşterinin anahtar zincirinden sarkan bir kulüp kartı, müşterinin süt satın alma niyetini ve kulüp kartını sunan satıcıdan süt satın alma ipucunu aynı anda hatırlatabilir. Alışkanlıklar birçok LP`nin temelini oluşturmasına rağmen, programlar, LP'lerin tamamlayıcı ürünleri tanıtması ve böylece alışılmış satın alımları durdurması veya elde tutmayı azaltması gibi yeni durumsal ipuçları getirmeleri durumunda alışkanlıkları zayıflatabilir veya bozabilir (Liu-Thompkins ve Tam,2013). Her ne kadar LP'lerin pekiştirdiği alışkanlıkların olumlu etkilerine odaklansak ta uluslararası düzeyde, muhtemelen alışkanlıklar yaygındır, ancak kültürel geleneğe bağlı olarak kategori düzeyinde değişebilir. Örneğin, Çek Cumhuriyeti'nde alışılmış çay ve meyve suyu içmek kola markalarının bu pazardaki başarısını sınırlandırmıştır (De Mooij,2004).

İşaret temelli alışkanlıklara benzer şekilde, markaya özgü bilgi yatırımlarının yarattığı bilişsel bağlılıkları (lock-in) ifade eden bilişsel kilitlenme, tekrar satın alma davranışlarını teşvik eder ve böylece farklı bir süreçle de satıcı performansını artırır. Müşteriler LP'nin kuralları ve puan sistemi ile ilişkili bilişsel işlemleri öğrenmeye yatırım yaptığında, bir rakibe geçmek daha zorlaşır çünkü müşteriler daha önce oluşturdukları bilgileri rakibe özgü bilgilerle değiştirmek zorunda kalacaklardır. Bu nedenle, örneğin, Delta'nın sık uçan yolcu programına aşina olan satıcılar, Alaska Havayolları biraz daha fazla değer sunsa bile Alaska Havayolu'nun sistemini öğrenmekten çekinebilir. Satıcılar, müşterileri ödüllendirmek için benzersiz bir sistem oluşturarak rekabete engel oluşturabilirler. Uluslararası araştırmalar, bilişsel kilitlemenin özellikle dış pazarlara erken girenler için etkili olduğunu ileri sürdü. Örneğin, Volkswagen'nin pazara erken sadakat geliştirme eğitim programları Çinli müşterileri güvence altına aldı ve daha sonra müşteriler pazarlarına rekabetçi giriş yapan işletmeler hakkında bilgi edinmekte tereddüt etti. Finansal engeller ayrıca tekrar satın alma davranışını ve dolayısıyla performansı artırabilir. Ekonomik değişim maliyetleri, bir müşteri rekabetçi bir satıcıya geçtiğinde potansiyel olarak ortaya çıkabilecek finansal kayıplara atıfta bulunarak bu tür engelleri tanımlar. Bu maliyetlere müşteriler gerekli satın alma faaliyet seviyelerini

koruyamazsa veya bir rakibe doğru yönelirse, uygulanacak sözleşme iptalı için kesilecek ceza ve sadakat ödüllerinin kaybı dahildir. Satıcılar çok benzer LP`ler kullansa bile, değişim maliyyetleri (economic switching costs) müşteri kaybını önleye bilmektedir. Araştırmalar aynı zamanda ekonomik değişim maliyetlerinin bazı ülkelerde daha etkili olduğunu göstermektedir; örneğin, Tayland'daki müşterilerin değişim maliyetlerinin üstesinden gelmesi daha olasıdır ; bu eğilim Tayland gibi daha kolektivist kültürlerdeki ekonomik riskin kişisel sonuçlarını azaltan daha güçlü sosyal destek sistemlerinden kaynaklanabilir. Genel olarak, atalet temelli mekanizmalar tipik olarak LP'lerin performans üzerindeki etkilerinin temelini teşkil eder ve ipucu ilişkileri (alışkanlıklar), bilgi engelleri (bilişsel kilitleme) ve finansal engeller (ekonomik değişim maliyetleri) yoluyla müşteri bağlılığını artırır.

Karşılaştırma Tabanlı Mekanizmalar

Atalet tabanlı mekanizmalar, önceki eylemlerin kopyalanmasıyla ilişkili bilişsel kolaylıkla ilgili olsa da, karşılaştırma tabanlı mekanizmalar doğası gereği sosyaldir ve başkalarının statüsüne veya ödüllerine kıyasla statü veya ödüllerin değerlendirilmesini içerir. Bu mekanizmalar, özel muamele veya hediyeler içeriyorlarsa RM'nin yanı sıra LP'leri de desteklemektedir (Steinhoff ve Palmatier,2014). Mevcut bir ilişkinin prestij değerini artırarak veya potansiyel bir ilişkinin kıskançlık yoluyla arzu edilebilirliğini artırarak satıcı performansını arttırırlar.

Prestij, başarı, kazanç veya bilgiye dayalı saygı ve hayranlık ifade eder. Sadakat programları, müşterileri bir başarı için ödüllendirerek (örneğin, bir satın alma eşiğine ulaşarak) prestijini artırabilir veya yalnızca yüksek marjlar sağlayan müşterilere sağlanan faydalara seçici erişim şeklinde münhasırlık sunabilir (Henderson, Beck ve Palmatier,2011). Havayolları, örneğin öncelikli yatılı veya yükseltilmiş koltuklarla daha yüksek ücretli veya sık müşterileri ödüllendirir. Avustralyalı bir otomobil üreticisi olan Bufori, markasıyla müşteri bir başarı ilişkisini oluşturduğunu ve böylece müşterilerinin prestijini arttırdığını işaret ediyor. Ancak bu RM stratejisi, bireysel başarılara karşı işbirliğinin önceliğini vurgulayan Malezya gibi ülkelerde başarısız oldu (De Mooij,2004). Bu örnekte vurgulandığı gibi, prestij tabanlı LP veya RM stratejilerinin etkinliği pazarlar arasında büyük ölçüde değişebilir, çünkü bazı pazarlar sosyal karşılaştırmaya çok daha eğilimlidir. Ayrıca, bir müşteri için prestij yaratan münhasır bir fayda, başka bir müşteri için kıskançlık yaratabilir.

Kıskançlık, başkalarına göre daha düşük bir konumdan veya daha düşük faydalar almasından kaynaklanan duygusal hoşnutsuzluğu ifade eder. Prestij muhtemelen ödüllendirilmiş tüketicilerin elde tutulmasını artırırken, kıskançlık ödüllendirilmiş olan müşterilerin bağlılığını artırabilir.

Kimlik Tabanlı Mekanizmalar

Kimlik tabanlı mekanizmalar, insanların kişisel ve sosyal kimliklerini tanımlamak için kullandıkları nitelikleri yansıtan “ben / ben değil” değerlendirmelerini içerir. Bu kimlik temelli mekanizmalar öncelikle RM'nin etkinliğini tanımlar, çünkü müşteriler şirketlerle ilişkilerini bireysel özelliklerini (ör. zeka) ve sosyal bağlantılarını (ör. grup üyeliği) ifade etmek için bir araç olarak takip ederler. Bu sürecin doğasında iki mekanizma vardır: grup içi ilişki ve grup dışı ayrışma.

Grup içi ilişki, istenen referans gruplarıyla öz-bağlantı arayışıdır (White ve Dahl,2006). Müşteriler, grupları temsil eden markalarla daha güçlü marka bağlantıları kurarlar (Escalas ve Bettman,2005); Bu nedenle, grup içi ilişkileri vurgulayan RM stratejileri, sadakati ve ağızdan-ağza pazarlamayı güçlendirebilir. Daha önce yapılan araştırmalar, bu derneklerin, grup içi arzuya bağlı olarak uluslararası düzeyde farklılık gösterdiğini ileri sürmüştür. Örneğin, müşteriler tarafından kendi

ülkelerini simgeleyen yerli markalara daha çok saygı duyulan ve arzulanan gelişmiş ülkelerde yabancı markalarla ilişki kurma olasılığı daha düşüktür (De Mooij 2004). Küresel pazarlarda ilişki kurmaya çalışan yabancı markalar, grup içi birlikteliği artırmak için iletişimlerine yerel semboller ekleme eğilimindedir; örneğin, birçok yabancı marka Japon reklamlarında Fuji Dağı'nı kullanır. Bunun aksine, grup dışı ayrışma, istenmeyen referans gruplarıyla öz bağlantıların önlenmesini ima eder (White ve Dahl,2006). Bu etki, müşterilerin kendi kendine farklılaşma hedeflerinin daha güçlü olduğu daha bağımsız ülkelerde daha güçlü görünmektedir (Escalas ve Bettman ,2005). Buna göre, istenmeyen referans gruplarıyla ortaklık kurmayı içeren RM stratejileri, hızlı bir şekilde yaygın müşteri kusurlarına neden olabilir. Örneğin, Chanel'in ABD pazarında popüler bir marka olmasına rağmen, Chanel'in ünlü Egoiste kokusu ABD müşterileri için "çok Fransızca" olarak kabul edildi (Curry,2009).

Toplum temelli mekanizmalar

Toplum temelli mekanizmalar, müşteriler ve satıcılar arasındaki alışverişi yöneten normları veya kuralları tanımlar. İlişkisel Pazarlama faaliyetleri için, pazarlamacılar müşterileri genellikle bu mekanizmalar temelinde segmentlere ayırır ve bunları işlemsel veya ilişkisel olarak tanımlar. Önceki RM araştırmaları, üç temel toplumsal tabanlı mekanizmanın ilişkisel faliyetleri yönlendirdiğini göstermiştir: güven, bağlılık ve minnettarlık (Palmatier ve ark.,2009). Uluslararası araştırmalar, güvenin, daha belirsiz pazarlara veya endüstrilere sahip ülkelerde işlem maliyetlerini azaltmak ve performansı artırmak için daha etkili olduğunu ileri sürmektedir.

Güven, "bir değişim (mübadele) ortağının güvenilirliğine ve bütünlüğüne güvenmek"tir (Morgan ve Hunt, 1994). İşlem maliyetlerini düşürerek satıcının performansını artırır ve firmanın büyüklüğünü, satış elemanlarını, uzmanlığını ve beğenilebilirliğini yansıtır. Uluslararası araştırmalar, güvenin, daha belirsiz pazarlara veya endüstrilere sahip ülkelerde işlem maliyetlerini azaltmak ve performansı artırmak için daha etkili olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre, büyük firmaların güvenilir itibarı tarihsel olarak Brezilya veya Çin gibi gelişmekte olan ekonomilerde özellikle önemli olmuştur.

Güvenden doğabilecek bağlılık, "değerli bir ilişki sürdürmek için kalıcı bir arzu" dur (Morgan ve Hunt 1994). Bağlılık zaman içinde ilişki değeri algılarına dayanır ve bir satıcıya sadık kalma niyetini artırarak performansı artırır. Uluslararası araştırmalar, taahhüdün satıcı performansı üzerindeki etkisinin kültürel boyutlar tarafından denetlendiğini öne sürmüştür. Örneğin, bağlılık, statü hiyerarşilerine değer veren ve bağlılığın önemini vurgulayan kültürlerde daha güçlü bir etki yapar (Samaha, Beck ve Palmatier,2014). Kültür aynı zamanda bağlılık hedefini de şekillendirir: kişiler arası ilişkilere önem veren kültürlerdeki insanlar şirketlerden ziyade satış görevlilerine bağlılık gösterme eğilimindedir. Bu nedenle, satış elemanı değişimi Çin gibi kolektivist ülkelerde müşteri bağlılığına zarar vermektedir.

Şükran veya "alınan faydalar için duygusal takdir" (Palmatier ve ark. ,2009), güven ve bağlılığın yanında çalışır ve aynı zamanda bağlılık üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilir. Minnettarlık, yüksek çaba gösteren satıcıların olumlu tutumlarını ve elde tutulmalarını artırarak performansını artıran bir sosyal duygudur. Müşterilerin kendilerinden çok başkalarının çabalarına daha fazla odaklandığı kolektivist kültürlerde minnettarlığın olumlu etkileri daha güçlüdür. Bu eğilim, Procter & Gamble'ın (P & G'ler) RM girişiminin Japonya'da milyonlarca ürün örneğini hediye olarak dağıtma başarısını ve bu nedenle distribütörlerin perakende satış yerlerinde P&G'yi belirgin bir şekilde sergilemesini açıklayabilir. Genel olarak, güven, bağlılık ve şükran, borsaları yöneten

normları şekillendiren ve böylece satıcı performansını artıran toplumsal temelli mekanizmaları oluşturur.

Dinamik mekanizmalar

Son olarak, toplumsal temelli mekanizmalar dinamik olarak gelişmektedir (Palmatier ve ark. 2013), dolayısıyla RM etkinliğinin tam olarak anlaşılması ilişki gelişimini düzenleyen dinamik mekanizmaların dikkate alınmasını gerektirir. Bununla birlikte, dinamik mekanizmalar üzerindeki araştırmalar kısmen metodolojik engeller nedeniyle nispeten yeni olarak yapılmaktadır. Erken araştırmalar çeşitli yaşam döngüsü aşamalarındaki ilişkisel mekanizmaları incelemiştir; daha yeni çalışmalar değişimi bir yapı olarak görmektedir. Bu yaklaşımlardan iki dinamik mekanizma ortaya çıkmıştır: hız ve esneklik.

Hız – güven, iletişim ve yatırımlardan kaynaklanan bağlılık değişiminin oranı ve yönüdür (Palmatier ve ark.,2013). İlişkinin hızı zayıf olabilir, ancak daha uzun vadeli yönelimi daha güçlü olan ülkelerde daha kararlı olabilir, çünkü bu ortamlarda ilişkiler daha uzun bir zaman dilimi boyunca gelişir. Bu nedenle, Batı ülkelerindeki alıcılarla karşılaştırıldığında, Japonya, Çin ve Kore'den müşteriler zaman içinde daha yavaş ancak daha az değişken ilişki gelişimi sergileme eğilimindedir (Hofstede, Jonker ve Verwaart ,2008).

Alternatif olarak, esneklik, stres faktörlerinden etkili bir şekilde iyileşme ve daha sonra sıkıntıya tepki olarak esnek bir şekilde adapte olma veya hatta büyüme yeteneğini ifade eder (Liu, Wang ve Lu ,2013). RM ile ilgili olarak esneklik üzerine yapılan araştırmalar nadirdir, ancak kişilerarası ilişkilerin sosyal psikoloji çalışmaları, uzun vadeli ilişkinin sürekliliğini tahmin etmede anahtar rolünü taşımaktadır. Ortaklar zaman içinde bağlılıktaki dalgalanmaların üstesinden gelebildiklerinde, bir ilişki sürdürme olasılıkları daha yüksektir. Dayanıklılık üzerine yapılan uluslararası araştırmalar, kişisel kontrolü vurgulayan kültürlerin daha düşük esnekliğe sahip olduğunu, çünkü aktörlerin kontrolü dışındaki ilişki dalgalanmalarının daha az elverişli ve dolayısıyla ilişkiye daha zarar verici olarak algılandığını düşündürmektedir. Örnek olarak, kişisel kontrolü önemsizleştiren daha kolektivist bir kültür olan Meksika'dan gelen göçmenler (Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010), yurtdışındaki hareketlerinin yol açtığı aksaklıklara rağmen, genellikle çokuluslu şirketlerle güçlü ilişkiler sürdürmektedirler.

Sonuç olarak, RM ve LP'lerin etkinliğinin altında yatan mekanizmaların tematik olarak kategorize edilebileceğini iddia ediyoruz:

- atalet tabanlı mekanizmalar (alışkanlık, bilişsel kilitleme ve ekonomik değişim maliyetleri) önceki eylemin tekrarlanmasıyla bilişsel kolaylığı artırarak satıcı performansını artırır;
- karşılaştırmaya dayalı mekanizmalar (prestij ve kıskançlık) bunu, prestij ve kıskançlık duygularını rutin satın alımlara çevirerek yapar;
- kimliğe dayalı mekanizmalar (grup içi ilişkilendirme ve grup dışına ayrılma), ürünleri veya hizmetleri müşterilerin kimliklerini tanımlamaya yardımcı olursa satıcı performansını artırır;
- toplumsal temelli mekanizmalar (taahhüt, güven ve şükran), borsaları yöneten normları değiştirerek satıcılara fayda sağlar;
- dinamik mekanizmalar (hız ve esneklik) zaman içinde toplumsal temelli mekanizmaların seviyelerini değiştirerek satıcı performansını artırır.

İlişkisel pazarlama (RM) ve sadakat proqramlarının (LP) etkinliği küresel olarak nasıl etkilenir

RM ve LP mekanizmalarının etkinliğinin küresel olarak nasıl değiştiğini anlamak için, Tablo 1'de özetlenen ve küresel pazarları farklı kılan kültürel ve gelişimsel olasılık faktörlerini gözden geçirerek başlıyoruz. Ardından, bu faktörlerin RM ve LP mekanizmalarının satıcı performansı üzerindeki etkilerini nasıl etkilediğine ilişkin tahminler sunuyoruz.

Kültür, bir toplumdaki üyelerin bilgi ve deneyim duygularını nasıl işlediğini etkileyen değerlerin, normların ve beklentilerin yapılandırılmasını tanımlar (Hofstede ve Minkov 2010; Beck ve Palmatier ,2014). Hofstede'nın beş faktörlü kültür modelini, kültürel olasılık faktörlerinin RM ve LP'lerin etkinliğini nasıl ılımlı hale getirebileceğini tanımlamak için standart olarak kabul ediyoruz (Hofstede ve Minkov ,2010). Kalkınma küresel piyasaları karakterize eden göreceli ekonomik ilerleme ve sermaye birikimini ifade eder. Kültür yüzyıllar boyunca olgunlaşır ve nesilden nesile aktarılırken, ekonomik kalkınma, büyümeyi noktalamaktadır ve çok benzer kültürlere sahip ülkeler arasında bile keskin bir şekilde değişebilir (Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010; Piketty ,2014). Daha sonra, uluslararası araştırmaları gözden geçirmemizden elde edilen üç gelişimsel olasılık faktörünü de tablomuzda (Tablo 1) sunmaktayız:

Tablo 1. Uluslararası durumsal faktörlerin gözden geçirilmesi

Faktör	Tanım	Önemli bulgular
Kültürel faktörler		
Bireycilik-kolektivizm	"İnsanların karşılıklı olarak bağımlı olmaları ve başkalarına yakından bağlı olmaları (kolektivizm) yerine başkalarına güvenmeleri ve başkalarından uzak olmaları (bireycilik)" (Samaha, Beck ve Palmatier ,2014)	Daha kolektivist kültürlerdeki müşteriler uyumu korumak için daha fazla motive olurlar ve ilişkisel ortaklar tarafından daha fazla ikna edilirler. Böylece, RM daha kolektivist kültürlerde daha etkilidir (Samaha, Beck ve Palmatier,2014)
Güç mesafesi	"Toplumun gittikçe daha az güçlü üyeleri arasındaki eşitsizliklerin kabul edilebilirlik derecesi" (Samaha, Beck ve Palmatier ,2014; ayrıca bkz. Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010)	Daha fazla güç mesafesine sahip kültürlerdeki müşterilerin sosyal karşılaştırmalar yapma olasılığı daha yüksektir , buya kimlik tabanlı mekanizmaların etkinliğini artırmaktadır
Belirsizlikten kaçınma	"Bir kültürün üyelerinin belirsiz ya da bilinmeyen durumlar tarafından tehdit edildiğini hissetme derecesi" (Samaha, Beck ve Palmatier ,2014; Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010)	Belirsizlikten daha fazla kaçınan kültürlerdeki müşteriler, değişime karşı daha güçlü bir direnç sergiler ve istikrara daha fazla önem verir, çünkü değişimle ilişkili potansiyel risklerin daha fazla farkındadırlar
Erkeklik / Kadınsılık	"Bir toplumda" sert "(eril) değerlerin "hassas"(kadınsı) değerlerden üstün olma derecesi" (Samaha, Beck ve Palmatier ,2014)	Eril kültürler ilişkileri rekabet ve başarı lehine vurgularken, kadınsı kültürler ilişki ve işbirliğini başarı aracı olarak vurgulamaktadır (Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010)
Uzun dönemli uyum sağlama	Bir toplumun üyelerinin gelenek ve yükümlülüklere (kısa vadeli yönlendirme) saygı konusundansa azim ve tutumluluk (uzun vadeli yönelim) üzerinde odaklanma derecesi (Hofstede, Hofstede ve Minkov ,2010)	Daha uzun vadeli bir yönelime sahip kültürlerdeki müşteriler, uzun vadeli hedeflere daha fazla odaklanır, ancak uzun vadeli bir odaklanma ile uyumsuz olan kısa görüşlülüğü işaret eden güven ihlallerini daha az affeder (Hofstede, Jonker ve Verwaart ,2008).
Gelişimsel faktörler		
Kaynak dağıtımı	Bir toplumun üyeleri arasında dağıtılan gelir veya servetteki eşitsizlik derecesi (Heshmati ,2006)	Daha yüksek gelir eşitsizliğine sahip toplumlardaki müşteriler, daha fazla kendi kendini geliştirme sürecine girmektedir, bu nedenle karşılaştırmaya dayalı sadakat ödül

		programlarının performansını artırabilir.
Teknolojik sermaye	Teknolojiyi icat etme, ticarileştirme ve kullanma kapasitelerinin birikimi (Avila ve Evenson ,2010)	Teknoloji, müşteri ilişkileri yönetimi çabalarını kolaylaştırır, aynı zamanda RM uygulaması üzerinde olumsuz etkileri olabilir. Örneğin, bir hizmet karşılaşmasında uyum inşa edilmesi beklendiğinde, teknoloji kullanımı değişimin olumlu değerlendirmelerini azaltır (Giebelhausen ve ark. ,2014).
Güvenlik	Fiziksel tehdide karşı özgürlük ya da ona karşı koruma (Moeller ve Harvey ,2011)	Düşük güvenlik seviyeleri genel güven düzeylerini azaltır (Blanco ve Ruiz ,2013), bu da genel olarak satıcılara olan güveni azaltır

Sonuç

İncelememiz mevcut RM ve LP araştırmalarını özümsemekte ve bunu kültür ve ekonomik kalkınma ile ilgili bulgularla ilişkilendirmektedir. RM ve LP'leri destekleyen, bunları tematik olarak kategorize eden, kültürel faktörlerin ve gelişimsel olasılık faktörlerinin ılımlı rollerini tartışan ve mevcut literatüre katkıda bulunan ve yönetimsel çıkarımlar sunan sekiz önermeyi özetleyen çoklu mekanizmaları listelemiş bulunmaktayız. Araştırmacılar, kültürel faktörler ile gelişimsel olasılık faktörleri arasındaki ilişkiyi araştırmaya devam etmelidir; RM ve LP'ler üzerine yapılan araştırmalar, kendi mekanizmalarının etkileşimlerine odaklanmanın yanı sıra toplumsal mekanizmaların dinamik yönünün daha fazla ele alınmasından da faydalanacaktır. Genel olarak, bu çalışma, RM ve LP'ler hakkındaki küresel araştırmanın kapsamını genişletmekte ve RM ve LP araştırmalarını tanımlayarak önceki literatüre katkıda bulunmaktadır, böylece daha fazla araştırma için açık bir çerçeve sunmaktadır.

Kaynakça

1. Blanco, Luisa and Isabel Ruiz (2013), “The Impact of Crime and Insecurity on Trust in Democracy and Institutions,” American Economic Review, 103 (3), 284—288.
2. Moeller, Miriam and Michael Harvey (2011), “Inpatriate Marketing Managers: Issues Associated with Staffing Global Marketing Positions,” Journal o f International Marketing, 19 (4), 1-16.
3. Giebelhausen, Michael, Stacey G. Robinson, Nancy J. Sirianni, and Michael K. Brady (2014), “Touch Versus Tech: When Technology Functions as a Barrier or a Benefit to Service Encounters,” Journal o f Marketing, 78 (July), 113-124.
4. Avila, Antonio Flavio Dias and Robert E. Evenson (2010), “Total Factor Productivity Growth in Agriculture: The Role of Technology Capital,” in Handbook o f Agricultural Economics, Vol. 4, Prabhu L. Pingali and Robert E. Evenson, eds. Amsterdam: Elsevier, 3769-3822.
5. Piketty, Thomas (2014), Capital in the Twenty-First Century. Cambridge, MA: Harvard University Press.
6. Heshmati, Almas (2006), “Measurement of a Multidimensional Index of Globalization,” Global Economy Journal, 6 (2), 1- 28.
7. Liu, Ya, Zhenhong Wang, and Wei Lu (2013), “Resilience and Affect Balance as Mediators Between Trait Emotional Intelligence and Life Satisfaction,” Personality and Individual Differences, 54 (7), 850-55.
8. Liu-Thompkins, Yuping and Leona Tam (2013), “Not All Repeat Customers Are the Same: Designing Effective CrossSelling Promotion on the Basis of Attitudinal Loyalty and Habit,” Journal o f Marketing, 77 (September), 21-36. -5
9. Henderson, Conor M., Joshua T. Beck, and Robert W. Palmatier (2011), “Review of the Theoretical Underpinnings of Loyalty Programs,” Journal o f Consumer Psychology, 21 (3), 256-276. -4
10. De Mooij, Marieke (2004), “The Future Is Predictable for International Marketers: Converging Incomes Lead to Diverging Consumer Behavior,” International Marketing Review, 17 (2), 103-113. -4

11. Steinhoff, Lena and Robert W. Palmatier (2014), "Understanding Loyalty Program Effectiveness: Managing Target and Bystander Effects," Journal o f the Academy o f Marketing Science, 5 (August), 1-20. -3
12. White, K. and Darren W. Dahl (2006), "To Be or Not Be? The Influence of Dissociative Reference Groups on Consumer Preferences," Journal o f Consumer Psychology, 16 (4), 404- 414. -3
13. Escalas, Jennifer Edson and James R. Bettman (2005), "SelfConstrual, Reference Groups, and Brand Meaning," Journal o f Consumer Research, 32 (3), 378-389. – 3
14. Morgan, Robert M. and Shelby D. Hunt (1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," Journal of Marketing, 58 (July), 20-38. -5

Avrupa Birliyinde Uluslararası Pazarlamanın Yerli Tüketicilerin Açısından Durumu

Şahab Cəfərov

shahabjafarov@gmail.com

Özet

Stratejik hırsları olan pazarlama uzmanları genellikle dış pazarları, satışlarını ve kârlarını yoğunlaştırmak için ileriye dönük fırsatlar olarak görürler. Yerli firmalar, hükümet liderleri tarafından ekonomik büyüme ve istihdam yaratılması için uluslararası düzeyde faaliyet göstermeye şiddetle teşvik edilmektedir. Öte yandan, araştırmalar, bir kuruluşun bakış açısından dış pazara açılmasında büyük bir kısıtlamanın, dış pazara maruz kalmama olduğunu ortaya koymuştur. Pazarlama yöneticilerine, yabancı pazarın nüfusu ve gelirine dayalı bir pazarın potansiyelini değerlendirmek için uluslararası pazarlama metinleri tarafından tavsiye edilir. Genellikle kuruluşlar uluslararası ölçekte faaliyet göstermeye karar verdiklerinde, dış pazarlar kararına, araştırmaya dayalı karşılaştırmalı pazar değerlendirmesi çok az veya hiç yapılmadan ulaşılır. Bu makale, Avrupa ülkelerinin dış pazar olarak temel analizi için pratik araçlar geliştirmekte ve açıklamaktadır. Son yıllarda, tüm dünyada dış pazarlar hakkında büyük miktarda bilgi bulunmaktadır (Mefford, 2009).

Doğru dış pazarların seçilmesinin, bir firma tarafından uluslararasılaşma sürecinde alınabilecek en önemli kararlar arasında olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte, araştırmalar, dış pazardaki bilgi eksikliğinin, bu pazarlardan faaliyet gösteren birçok firmayı engellediğini göstermektedir. Çok sayıda firmanın, daha çok orta ve küçük firmaların neredeyse hiç araştırma yapmadığına dair önemli kanıtlar vardır. İhracat davranışını engelleyen bir diğer güçlü faktör de bilgi yetersizlikleri gibi görünmektedir. İngiltere'nin uluslararası pazarlarına ilk kez giren firmalar için pazar seçimleri genellikle spontan uyarımlara verilen tepkiye dayanmaktadır. Bazen gelişigüzel bir şekilde karar verirler. Diğer bir dezavantaj, bir pazar seçmenin temeli olarak üst düzey yöneticilerin iletişim ağına bağımlılıktır. Bu aslında bir pazara giriş ile ortaklığa girmenin yerini alır.

Anahtar kelimeler: AB Tüketicileri, Uluslararası Pazarlama, Uluslararası Ticaret

Giriş

50 yılı aşkın bir süredir, serbest ticareti teşvik etmek AB ticaret politikasının temel taşı olmuştur. Avrupa Birliği şu anda uluslararası ticarette en büyük aktör, muhasebe küresel ithalat ve ihracatın %17'si barındırıyor. İçeride pazar açma deneyimi AB ve ticaret anlaşmaları yoluyla zengin ve fakirlere fayda sağladığı düşünülmektedir. Ülkeler bu yüzden ticaret 2020'nin önemli bir parçası olarak vurgulanıyor. Avrupa Birliği, Dünya Ticaret Örgütü'nün aktif bir üyesidir ve dünyada serbest ticareti teşvik eder. DTÖ'de Avrupa Birliği 2001 yılında başlayan Doha Kalkınma Turu'nda aktif olarak yer alıyor. (Eurobarometer, 2010).

Dış pazar analizi geniş bir konudur. Dış pazarı analiz ederken dikkat edilmesi gereken ilk şey, bir firmanın uluslararası işini kurmayı planladığı ülke veya konumdur. Makalede açıklandığı gibi, politik, ekonomik ve sosyal faktörler gibi faktörler çok önemlidir. Bunların altında yabancı ülkelerin hükümet politikaları var, çünkü bir firma hayatta kalabilmek için yasalara uymak zorunda. Önemli bir pazara giriş yöntemi de her zaman gereklidir.

PESTEL, Politik, Ekonomik, Sosyal, Teknolojik ve Hukuki faktörlerin kısaltmasıdır. Siyasi faktörler, dış pazarla ilgili hükümet politikalarından oluşur; yasalar ve yönetmelikler, tarifeler ve diğerleri. Avrupa hükümetleri kapitalizmi uygular ve bu da üretim faktörlerinin özel mülkiyetine izin verir. Ekonomik faktörler; Euro para birimi kullanımı, enflasyon, faiz oranları, ekonomik büyüme, döviz kuru ve maliye politikaları. Öte yandan, bir firma Avrupa pazarına girmeden önce sosyal faktörlere birinci öncelik verilmelidir. Bunlar, nüfus artışı, sağlık, demografik özellikler ve diğerleri arasında tüketici davranışındaki değişiklikler gibi kültürel konularla ilgilidir. Teknolojik faktörler,

ileri teknolojinin adaptasyonunun yanı sıra bilgi teknolojisi, otomasyon ve teknolojinin değişim hızı gibi yeni fikirleri de içeren faktörlerdir. Küreselleşme etkisi ile geldi ve şimdi Avrupa'daki birçok şirket internet pazarlama ve e-ticareti benimsedi (Mullen, 2009).

2005 yılında ileri sürülen bir fikir gibi, bir firmanın İngiltere'deki uluslararası pazarlarda bazı önemli başarılara sahip olması için bazı yasal faktörleri de dikkate alması gerekmektedir. Bir firmanın hukukun üstünlüğü açısından işleyiş şekli ve Avrupa Birliyinin ülkelerindeki yasal gerekliliklerliyle nasıl başa çıktığı, çatışmaları sınırlandırdığı ve şirketin başarısını artırdığı için çok önemlidir. Firma, Avrupa Birliyi ülkelerinde yasal olan ve Avrupa Birliyi yasaları tarafından izin verilen bir ticari uygulama ile uğraşmalıdır (Buckley, 2005).

Potansiyel pazar fırsatı küreselleşmedir, çünkü bu Avrupa ülkelerinde yeni pazarlar açılmasına yardımcı olur ve iş yapmanın birçok engelini ortadan kaldırır. Başka bir fırsat da belirgin ekonomik büyümedir. Avrupa ülkelerinin çoğunda genişleyen bir tüketici pazarı olduğu için onu en iyi dış pazarlardan biri haline getiriyor. Temel tehditler hükümet politikaları ve rekabettir. Firmanın ve rakiplerinin büyüklüğüne bağlı olarak, başkalarından ciddi bir rekabet ile karşılaşabilir. Hükümet politikaları da işin kapsamını sınırlar. Avrupa'da en iyi pazara giriş yöntemi ortak girişimdir. Ortak girişim, birlikte bir ekonomik faaliyette bulunmak amacıyla iki veya daha fazla taraf arasında yapılan bir kuruluştur. Tüm taraflar özkaynağa katkıda bulunurlar ve daha sonra masrafları ve gelirleri ve tüm şirketin yönetiminde paylaşırlar. Ortak girişimler hem yerel hem de dış ticarette çok yaygındır. Yaygın olmayan tek alan gaz ve petrol endüstrilerindedir. Bu nedenle, firmalara Avrupa ülkelerinin dış pazarını fırtına ile almak istedikleri takdirde ortak girişimler için şiddetle tavsiye edilir (Mullen, 2009).

Ortak girişimler, işbirliği yapan işadamlarının reklam maliyetlerini azaltmalarına yardımcı olur, çünkü söz konusu masraflar taraflarca paylaşılacaktır. Diğer başarılı taraflarla işbirliği yoluyla, tüketicilerin tekliflere aşina olmalarına ve böylece gelecekteki pazarlar için itibar kazanmalarına yardımcı olabilecek indirimler verilebilir. Yeni başlayanlar için deneyimli pazarlamacılarla birlikte çalışmak ona birçok kazanç sağlar. Ancak, ortak girişimlerin bazı dezavantajları vardır. Örneğin, kötü şöhrete sahip bir bireyle ortak girişim başlatmak, aynı itibarı sadece dernek aracılığıyla da kazanabilir (Mefford, 2009).

Metod

Bu araştırmanın amacına ulaşmak için Avrupa Birliyindeki ülkelerin tüketicilerine Avrupa Birliyinin Ticaret Organizasyonları tarafından sorgu yapılmıştır. Tüketicilerin Avrupa Birliği'nin uluslararası ticaretteki rolünü nasıl değerlendirdiklerine genel bir bakış sunuyorlar. Son olarak, gelecekteki Avrupa ticaret politikasının ana önceliklerinin ne olması gerektiğini belirlememizi sağlıyorlar. Bu yüzden bu araştırma Avrupa Birlyindeki yerli tüketicilerin uluslararası pazarlamayla ilgili görüşlerini ölçe bilmektedir. Anketin genel görüşü şu şekildedir:

♦ Avrupalılar gıda (% 62), tekstil (% 50), elektronik cihazlar (% 50), otomobil / motosiklet (% 50) ve yüksek teknoloji hizmetlerinden (% 44) oldukça iyi haberdarlar. Ürünlerin menşei gıda (% 19), tekstil (% 22), elektronik cihazlar (% 21), otomobil / motosiklet (% 18) ve yüksek teknoloji hizmetleri (% 18) satın alma kararlarını etkilemektedir.

♦ Her on kişiden altısı, her hafta Avrupa Birliği dışında yapılan ürün veya hizmetleri satın aldıklarını düşünmektedir (% 60);

♦ Avrupa Birliği'ni (% 65) ve kendilerini (% 44) uluslararası ticaretten faydalandığını düşünüyorlar;

♦ Uluslararası ticaretten faydaları görmek söz konusu olduğunda, sosyal olarak bölünürler - eğitim, sosyal konumlandırma, sosyal zorluklar;

♦ Avrupalılar daha geniş ürün (% 49) ve daha ucuz ürün (% 47) görüyor

uluslararası ticaretin yararlı yönleri olarak;

♦ İşsizliğin (% 30), ürünlerin kalitesinin (% 29) ve bazı ürünlerin yüksek fiyatlarının (% 32) uluslararası ticaretin olumsuz yönleri olduğunu düşünüyorlar;

♦% 44'ü Avrupa Birliği'nin bugün uluslararası ticarette en büyük oyuncu olduğunu düşünmektedir;

♦ Avrupalılar, Avrupa ürünlerinin, mallarının ve hizmetlerinin uluslararası ticaret için yeterince rekabetçi olduğuna inanmaktadır (% 64);

♦ Uluslararası ticaretin şu anda ne sundukları konusunda bir ölçüde kararsızlar ve gelecekte bunları sunacaklar (yaklaşık beşte biri 'bilmiyorum');

♦ Çin, Brezilya ve Hindistan gibi gelişmekte olan ekonomilerin gelecekte uluslararası ticarette daha güçlü bir rol almasını bekliyorlar (% 71). Nispi çoğunluk ayrıca AB'nin gelecekte ikincil bir ekonomik güç olmasını beklemektedir (% 45);

♦ Gelecek için öncelikleri belirlerken, AB'nin Avrupa vatandaşları için istihdam fırsatları yaratmak için uluslararası ticaret politikasını kullanmasını bekliyorlar (% 61).

♦ Aynı zamanda tüketicilerin en geniş ürün ve hizmet seçimini en düşük fiyatlarla (% 39) ve aynı kurallar için dünyanın her yerinde (% 38) uygulanmasını istiyorlar.

Araşdırma Modeli

Araştırmanın amacı Avrupa Birliyine üvey olan ülkelerin tüketicilerin uluslararası pazarlama ve ticaret ile ilgili tüketici görüş ve davranışlarını belirlemektir. Bu doğrultuda, Avrupa Komisyonu Ticaret Genel Müdürlüğü (DG TRADE), uluslararası ticaretle ilgili kamuoyunu aşağıdaki amaçlarla ölçmek istemektedir:

- Uluslararası ticaretin AB tüketicilerinin yaşamları üzerindeki etkisini değerlendirmek

- AB'nin uluslararası ticaretteki rolünü değerlendirmek

- Avrupa Birliği ticaret politikasının gelecekteki zorluklarını değerlendirmek.

Anket TNS Opinion & Social network tarafından gerçekleştirildi. Görüşmeler, Avrupa Birliği'nin 27 Üye Devletindeki 26 635 AB vatandaşı arasında gerçekleştirildi. Kullanılan metodoloji, İletişim Genel Müdürlüğü (“Araştırma ve Konuşma Yazma” Birimi) tarafından yapılan Eurobarometre araştırmalarıdır. TNS Görüş ve Sosyal ağındaki Enstitüler tarafından mülakatların nasıl gerçekleştirildiğine ilişkin teknikler vardır. Görüşme yöntemleri ve güven aralıkları da dahildir.

Analiz

AB vatandaşları, satın alabilecekleri ürün ve hizmetlerin kökeninin oldukça farkındalar. Neredeyse üçte biri ve yiyecek durumunda, katılımcıların neredeyse yarısı sadece kökenlerini kontrol etmekle kalmaz, aynı zamanda kararlarını ürünün veya hizmetin kökenine göre verir. Katılımcıların yaklaşık %20'si menşei kontrol ediyor, ancak belirli bir ürünü satın alma kararlarını etkilemediğini

söylüyor. Günlük mal ve hizmetler için - gıda, tekstil ve elektronik cihazlar - katılımcıların konumlandırılmasında oldukça açık olması ve "bilmiyorum" kategorisinin oldukça küçük olması özellikle ilginçtir. Genel olarak, katılımcıların neredeyse yarısı satın aldıkları ürün ve hizmetlerin kökenlerini kontrol etmemektedir. Bazı ürünlerin, örneğin otomobillerin veya yüksek teknoloji hizmetlerinin kökenini belirlemek çok zor olabilir ve aslında günümüzde oldukça karmaşık bir kavramdır, çünkü köken, ürünün üretildiği yer anlamına mı gelir yoksa markanın nerede olduğu anlamına gelir. Kökeni kontrol etmeyen veya "bilmiyorum" yanıtını veren bazı kişiler bu karmaşıklıktan etkilenebilir. Ülkeler arasındaki farklılıklara daha yakından baktığımızda birçok farklılık ortaya çıkıyor. Bu farklılıklardan bazıları, yalnızca aynı zamanda istatistiksel olarak anlamlı. Gıda, menşeinin en sık kontrol edildiği ve karar verme üzerinde en büyük etkiye sahip olan ürün kategorisidir. Diğer iki yanıt kategorisi ("Hayır, kontrol etmiyorum" ve "bilmiyorum") diğer dört hizmet ve ürün öğesinden nispeten daha küçüktür. "Evet, menşei kontrol edersiniz ve bu da kararınızı etkiler" ifadesi için tüm ülkelerdeki yanıtları karşılaştırdığımızda, kuzeyden - İsveç, Danimarka ve Finlandiya - Fransa ile birlikte ülkelerin, İtalya ve bazı küçük ülkeler - Kıbrıs, Estonya, Avusturya, Macaristan, Lüksemburg, Slovenya ve Letonya - büyük olasılıkla ürün kökenlerinden haberdar olacaklar ve kararlarda, AB ortalamasından önemli ölçüde daha yüksek seviyelerde, kararlardan etkileneceklerdir. %43. Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Hollanda, İngiltere, Malta, Portekiz, Belçika ve İspanya bulunuyor. Sekiz ülkenin hepsi, bu ifade için AB ortalamasının %43'ünden önemli ölçüde daha düşük sonuçlar göstermektedir. Litvanya'dan İrlanda'ya listede yer alan diğer ülkeler AB ortalamasına yakın ve istatistiksel olarak benzer. Analiz, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili de farklılıklar olduğunu göstermektedir. Gıdanın kökenleri hakkında farkındalık özellikle kadınlar arasında iyi gelişmiştir; yaşlı insanlar, kökeni kontrol ettiklerini söyleme olasılıkları daha yüksektir ve bu onların kararlarını etkiler (Mullen, 2009). En önemli fark eğitim için ortaya çıkıyor. 20 yaş ve üstü için eğitim görenlerin %54'ü, kökenlerine ilişkin farkındalıklarına göre karar alırken, bu, 15 yaşında veya daha önce okuldan ayrılanların sadece %35'i için geçerlidir. Daha uzun yıllar örgün eğitimin daha yüksek bir eğitim seviyesine yol açtığını ve bunun daha yüksek bir sosyal ve ekonomik statüye yol açtığını varsayarsak, diğer sosyo-demografik özelliklerin bu ilk göstergeyi yansıttığı görülebilir: sosyal ölçek, daha az gelişmiş farkındalık temelli karar verme süreci ile el ele gider.

Tekstil ürünlerine geçildiğinde, ülkelerin sıralaması önemli ölçüde değişiyor. Farkındalıktan etkilenen karar almada en yüksek puanlar Kıbrıs için %39, Yunanistan için %38 ve Macaristan için %36 iken en düşük seviyeler %18 ile İspanya, İrlanda, Belçika ve Hollanda ve %17 ile Danimarka'dadır. Sadece %16. Orta kategorideki puanlar - "farkında ama etkilenmemiş" - neredeyse tüm ülkeler için aynı olduğundan, "hiç farkında değil" sonuçları bu sırayı tersine çevirir. Aşağıdaki grafikte sadece Estonya'dan Lüksemburg'a kadar olan ülkeler AB ortalaması olan% 28'e yakındır. Litvanya'dan Kıbrıs'a grafik konusunda ülkelerin farkındalık temelli kararların oranı oldukça yüksektir. En altta, önemli ölçüde düşük farkındalık düzeyine sahip ülkeler Slovenya'dan Danimarka'ya ülkeler. Kadınlar ve yaşlı insanlar gibi farkındalık temelli kararlar alma olasılıkları biraz daha yüksektir. Bir başka tutarlı gözlem, daha yüksek bir sosyal statüye sahip katılımcılar kararlarını kıyafetlerin ve tekstillerin kökenine dayandırmaya daha istekli olduğundan, eğitim seviyesinin ve sosyal statünün (kendi kendine konumlandırma) dağılımı anlamak için bazı ipuçları sunduğu gerçeğidir.

Otomobil ve motosikletlerin kökeni ile ilgili soruya verilen yanıtlara dönersek, Kıbrıs'ın tekrar en üst sırada olduğunu görüyoruz. Katılımcıların %66'sı otomobilin kökenini kontrol ettiklerini ve bunun kararları için önemli olduğunu söylüyor. Yunanistan'ın sonucu da %53 ile oldukça yüksek. Bazı ülkeler AB ortalamasına oldukça yakın kümelenmiş olsa da, AB ortalaması %32 oldukça düşük görünebilir. Ancak Üye Devletlerin çoğu bu kategoride daha yüksek puanlara sahiptir (%33 ile %66 arasında). Bu kategoride sadece Belçika, İtalya, Hollanda, Birleşik Krallık, Portekiz, İrlanda ve İspanya önemli ölçüde düşük puanlara sahiptir. Katılımlımcıların bu görüşleri bize bu araştırmanın sonucuna ulaşmaya ve genel durumu özetlemeye yardımcı oluyor.

Sonuç

Avrupalıların önemli bir kısmı çevreye, sosyal standartlara saygılı, gelişmekte olan ülkelere yardım eden veya ülkelerinde üretilen ürünler için daha fazla ödeme yapmaya isteklidir. Katılımcıların ince bir çoğunluğu etik konulara saygı gösteren şirketlerden gelen ürün veya hizmetler için daha fazla ödeme yapmaya hazır olmayacaklarını söylerse, katılımcıların yaklaşık yarısı daha küçük bir oranla (yaklaşık %5) daha fazla ödemeye hazır olacaklarını söyledi. Ancak, sonuçlar soruya göre analiz edilirse, bazı farklılıklar ortaya çıkar. Çevreye saygı, Avrupalıların mal ve hizmetler için daha fazla ödeme yapmaya hazır olmalarının önemli bir nedeni olarak öne çıkıyor. Gerçekten de, katılımcıların göreceli çoğunluğu, çevre (%47). Sosyal standartlara saygı göstermek, ulusal ürünlere destek olmak ve gelişmekte olan ülkelerde yaşayan insanlar için destek olmak gibi diğer üç neden Avrupalılar için biraz daha az önemlidir. Çoğunluk, bu nedenlerin her biri için daha fazla ödeme yapmaya hazır olmayacaklarını söylüyor (sırasıyla %51, %53 ve %52). Bu üç vakada, her on katılımcıdan dördünden fazlası, daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarına cevap vermektedir (sırasıyla %41, %41 ve %40). Ayrıca, katılımcıların açık bir şekilde önemli bir kısmının, bu koşullara uyan ürün veya hizmetler için daha fazla ödeme yapmaya hazırlanmasına rağmen,

%10'dan daha fazla ödeme yapmaya hazırlanan oranın nispeten küçük, yaklaşık %5 her kategori. Bu, Avrupalıların bir ölçüde daha fazla ödemeye hazır olduklarını gösteriyor, ancak oldukça temkinli satın alma tutumlarına sahipler.

Kaynakça

1. Buckley P.J. (2010) Stephen Hymer: Three Phases, One Approach?. In: Foreign Direct Investment, China and the World Economy. Palgrave Macmillan, London pp.237-253.
2. Buckley, F: (2005). Factors Affecting Foreign Markets: Oxford University Press 14, 17-20.
3. Buckley, P.J., 2011. International Integration and Coordination in the Global Factory. Management International Review: Wiesbaden. pp. 71–76.
4. Checkland, P., 2008. Soft Systems Methodology: A 30-year retrospective. In: Checkland, P., 2008. Systems Thinking, Systems Practice. John Wiley & Sons: Chichester. pp. 43–48.
5. Cholle, F.P., 2012. The intuitive compass: Why the best decisions balance reason and instinct. Jossey-Bass: San Francisco pp. 51–57.
6. Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan, D. (2018). International Business: environment and operations, 16th edition. Prentice Hall pp.87-99.
7. Hill, Charles W. L. (2014). International Business: Competing in the Global Marketplace(10 ed.). Boston: McGraw-Hill Higher Education. pp. 453–454.
8. Mefford,D:(2009). The Pros and Cons of Joint Venture: retrieved from http://www.edubook.com/the-pros-and-cons-of-joint-venture/9860/ on 04-02-2010. (27.03.2020)
9. Mullen, M: (2009). Foreign Market Analysis: retrieved from http://findarticles.com/p/articles/mi_qa5500/ on 04-02-2010 (27.03.2020)

10. Porter, M.E., 2008. The five Competitive Forces that Shape Strategy. Harvard Business Review: Boston. pp. 61–64.

Sosyal Medya ve Sosyal Medya Pazarlaması

Rüfət Rəsul

Rufetresul@gmail.com

Özet

Günümüzde internet kullanıcılarının büyük bir kısmı sosyal medya ve sosyal medya pazarlaması kavramlarıyla sıkça karşılaşmaktadır. Sosyal medya ve sosyal medya pazarlaması çoğu zaman birbirinin yerine kullanılır. Ancak sosyal medya ve sosyal medya pazarlaması kavamlarının ikisi de farklıdır. Sosyal medya ideolojik ve teknolojik Web 2.0 tekniklerini kullanarak kullanıcı tarafından oluşturulan içerik oluşturmayı ve paylaşmayı içeren internet tabanlı bir uygulama olmaktadır, sosyal medya pazarlaması ise sosyal medya siteleri aracılığıyla trafik kazanma ve ilgi çekme işlemiyle ilgilidir Yapılan bu araştırmanın esas amacı sosyal medya ve sosyal medya pazarlaması kavamlarının hakkındaki literatürü tekrar gözden geçirmek ve teknik terminolojilerle ilişkilendirmektir Bu çalışma, farklı sitelerin veritabanında içerik analizi gerçekleştirmekte ve sosyal medya ve sosyal medya pazarlamasıyla ilgili makaleleri sistemleştirmektedir. Bir çok çalışma, sentez ve yoruma dayalı değerlendirmeyi içeren sistematik inceleme yaklaşımındaki bir varyasyona göre analiz edilmiştir.. Bu çalışma yapılarken önce sosyal medyada bulunan literatürü incelenerek, temel işlevlerini belirlenmişdir.. Daha sonrakı aşamada sosyal medya ve sosyal medya pazarlamasıyla ilgili literatür, boyutlarını belirlememize yardımcı olmuşdur. Yapılan araştırmanın sonuç bölümünde, bu iki kavramı ilişkilendirilmiş ve sosyal medya pazarlamasını teknik terimlerle yeniden tanımlanmışdır. Çalışmaların çoğu niceldir ve son yıllarda yayınlanmıştır. Bu çalışma sadece hem teori hem de uygulama için belirli sonuçlara varmakla kalmamakta, aynı zamanda gelecekteki araştırma hatlarını da çalışmanın sonuçlarının tespit ettiği boşluklara göre tanımlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Sosyal medya pazarlaması, İnternet.

Giriş

Bugün neredeyse her internet kullanıcısı mesleği, uyruğu, kültürü, ırkı veya dini vs. ne olursa olsun bu iki kelimeye aşinadır. Bu kavram yeni bir kavram olmasına rağmen toplumumuzun her sosyal ve ekonomik sınıfına ulaşmıştır. Blackshaw ve Nazzaro (2004), sosyal medya çağının başlangıcında sosyal medyayı güzel bir şekilde tanımlamış, bu bilgiler bilginin kendisinin her biri yetiştirilmesi amacıyla tüketiciler tarafından yaratılması, başlatılması, dağıtılması ve kullanılması için yeni çevrimiçi bilgi kaynağı olarak tanımlanmıştır.. Chi'ye (2011) göre sosyal medya pazarlaması, kullanıcı merkezli ağ ve sosyal etkileşim için kişisel bir kanal ve para birimi sunan markalar ve tüketiciler arasında bir bağlantıdır.

Sosyal medyanın evrimi ile iletişim şekli değişti ve büyüklüğünden bağımsız olarak her işin sosyal medyada varlığı var. Bu derleme sosyal medya ve sosyal medya pazarlamasıyla ilgili güncel literatürü incelemektedir. Bu araştırmanın odağı iki kavram arasındaki ilişkiyi anlamak ve nihayet belli bir sonuca varmaktır. Bu araştırmanın amacı doğrultusunda makalenin başında sosyal medyada mevcut literatürü ve fonksiyonel blokları ve sosyal medya pazarlama araçları boyutunu incelenmiştir. Amaç, kavramı yeniden tanımlamak için sosyal medyanın işlevleri ile sosyal medya pazarlamasının boyutu arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Araştırma Yöntemi

Çalışma yapılırken zaman kazanmak ve daha verimli sonuca ulaşmak amacıyla literatür tarması yapılmış olup, daha öncede doğrulanmış bilgiler kullanılmıştır. Analizler sonucunda sosyal medyanın işlevleri ile sosyal medya pazarlamasının boyutu arasındaki ilişki incelenmiştir .

Analiz

Sosyal Medya Kavramı Ve Sosyal Medya Pazarlamacılığı

Günümüze kadar insanlar iletişimi ya bir kaynaktan bir alıcıya ya da bir kaynaktan toplu olarak yayılmıştır. Ancak internetin hızlı gelişimi iletişim şekillerini de hızla değiştirmiştir. İnternet sayesinde yaranan sosyal ağlar zamanla sosyal medya araçlarını oluşturmuş ve insanlara kendi düşüncelerini, fikir ve görüşlerini daha rahat paylaşma olanağı sunmuştur.

Son yıllarda Web 1.0 araçlarının gelişerek Web 2.0 araçlarına dönüşmesiyle ortaya çıkan sosyal medya araçlarının tanımı için ortak bir kanıya varılamamıştır. Ancak konunun daha iyi anlaşılabilmesi için önce Web 1.0'dan Web 2.0'a dönüşümünü açıklamakta fayda vardır. Web 1.0 ya da World Wide Web internet aracılığıyla yalnız bilgiyi okumaya ve onu araştırmaya yarar. Diğer kullanıcılarla iletişime geçme imkânı sunmaz. Web 2.0 ise bilgiye hem ulaşmayı hem de kendi görüşlerini paylaşmayı sağlar. Web 2.0 araçlarına bakıldığında bloglar, wikiler, podcastler görülmektedir (Mangold, W. G. ve Faulds, D.J, 2019).

Web 2.0 uygulamalarının üzerine kurulmuş sosyal medya kullanıcıların düşüncelerini özgürce ifade edebildiği internet tabanlı uygulamalar bütünüdür (Kaplan, Andreas M. ve Haenlein, 2010). Sosyal medyayı Vural ve Bat zaman ve mekân sınırlaması olmadan, tartışmanın, paylaşımın önde olduğu bir iletişim şekli olarak tanımlamıştır (Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya kelimeler, görseller ve çeşitli seslerin yapımına, ortak hareketine ve yayılım göstermesine olanak sağlayan teknolojiyi, telekomünikasyonu ve sosyal etkileşimi bir bütün haline getiren internet ve mobil temelli araçlar ve aletler olarak da tanımlanabilir (Güner, 2016).

Sosyal medya denildiğinde akla ilk gelen kullanıcılarının sosyal medyayı bilgi paylaşımı, eski arkadaşlarıyla yeniden irtibata geçebilmek veya başkalarından bir şeyler öğrenmek için kullandıklarıdır. Ancak sosyal medyanın pazarlama iletişimi için öneminin farkına varan firmalar sosyal medyayı tüketicilerle etkin bir iletişime girebilmek için kullanmaktadır (Parlak, 2010). Sosyal medya araçlarının sunduğu bu pazarlama hizmetleri kısa sürede firmalarının çok büyük bir çoğunluğunun dikkatini çekmiş ve böylece sosyal medya pazarlamanın tutundurma karması içerisindeki yerini almıştır.

Günümüzde IBM, Burger King Starbucks, gibi büyük işletmelerden yerel dükkânlara kadar herkes sosyal medya pazarlamasının üstünlüklerinden yararlanmak istemektedir Örnek olarak Starbucks ana sayfası 36 milyondan çok izleyiciye sahiptir. Ayrıca farklı ülkelere ait yerel sayfaları ve farklı ürünlerine ait sayfaları da mevcuttur. Bu sayfalarda ürünler ve menüler paylaşılarak müşterinin dikkati çekilmeye çalışılmakta ve görüşleri öğrenilmek istenmektedir (Taşdemir, 2017).

Tüm mobil ve web tabanlı teknolojileri kullanan sosyal medya, bireyleri bir araya getirerek ve topluluklar oluşturarak son derece etkileşimli platformlar oluşturur. İnternet'in birçok web sitesi vardır; her birinin farklı fonksiyonel özellikleri vardır ve toplumun farklı kesimlerine hitap eder. Facebook gibi web siteleri genel kitleler içindir, ancak LinkedIn profesyonel ağlara odaklanmıştır. Medya paylaşım siteleri (yani YouTube, Picassa ve Flickr) veya blog platformları (yani blogspot, wordpress), sosyal medya adı verilen bu ekosistemin üyeleridir (Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. & Silvestre. 2011). Hem kuruluşlar hem de tüketiciler, web sayfalarında içerik üretmekte özgürdür, bu da daha fazla konuşmaya ve tartışmaya yol açar. Kuruluşun bir ucunda,

bilgilerini geniş bir müşteri kitlesiyle paylaşma fırsatı bulunurken, diğer uçta tüketiciler de bilgilerle ilgili olumlu veya olumsuz her türlü içeriği yayınlamakta serbesttir.

Sosyal medya pazarlamasının 5 amacı vardır. Bunlar (Mohammadian ve Mohammadreza, 2012: s. 59) ;

a) *Müşteriyle ilişki kurabilmek;* sosyal medya pazarlamasının temel amaçlarından biri müşterileriyle sürekli iletişim halinde olabilmektedir.

b) *Marka inşa etmek;* sosyal medyada müşterilerle kurulan iletişim sayesinde markaya karşı ilgi arttırılabilir, markanın takibi sağlanabilir ve marka sadakati elde edilebilir.

c) *İşletmenin tanıtımı*; işletmeler sosyal medyada bulunarak işletmelerinin ve piyasaya sürdükleri tüm ürünlerinin tanıtımını yapabilirler.

d) *Yapılan promosyonların tanıtımı;* işletmenin tanıtım için yaptığı kısa dönemli indirimler ya da çeşitli hediyelerin durulması için kullanılabilir.

e) *Pazar araştırması;*sosyal medya araçları tüketicilerin kişisel bilgilerine ulaşmak için kullanılabilir, tüketicilerin kişisel ilgi alanları hakkında bilgi edinilebilir, tüketicilerin istek ve ihtiyaçları öğrenilebilir.

Sosyal medya pazarlaması, neredeyse her işletmenin sanal ağlarda tüketicilerine ulaşmak için benimsediği yeni bir pazarlama stratejisidir. Bir fikriniz varsa ve bunun çok az bir maliyetle milyonlara ulaşmasını istiyorsanız, sosyal medya tek çıkış yolu. Sosyal medyayı tanıtım aracı olarak ilk benimseyen eğlence şirketleri oldu. Weinberg (2009), sosyal medya pazarlamasını, bireylerin web sitelerini, ürünlerini veya hizmetlerini çevrimiçi sosyal kanallar aracılığıyla tanıtmalarını ve geleneksel kanallardan ulaşamayan daha büyük bir topluluğa girmelerini sağlayan bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu yüzden basit tutarsak, sosyal medya pazarlaması kuruluşların şirket resmi web sitelerine acele etmek için sosyal medya web sitelerini kullandıkları süreçtir. Burada bitmiyor, ancak organizasyonlar potansiyel müşterileri organizasyondaki gelişmeler, yeni model veya ürünün lansmanı ve sosyal medya uygulamaları yoluyla organizasyon hakkındaki en son haberleri bilgilendiriyor.

Gordhamer (2009) sosyal medya pazarlamasının, firmaların tüketicilerle "satmaya çalışmasından" "bağlantı kurmaya" geçmesi gereken ilişki pazarlamasıyla ilgili olduğunu göstermektedir. Sosyal medya pazarlamasının bu açıklamaları bizi potansiyel tüketicilerle ilişkiler kurmanın tekrarlanan satın alımlar ve gelişmiş marka sadakati için anahtar olduğu pazarlamanın diğer tarafına götürüyor. Sosyal Medya, kuruluşların sanal ağlardaki müşterilerle çok güçlü bir halk ilişkisi oluşturmak için kullandıkları yenilikçi bir araçtır (Jan 2014). Sosyal ağlar aracılığıyla halkla ilişkilerin sürdürülmesi kolaylaşmıştır, çünkü sanal ağlarda çok sayıda potansiyel tüketici bulunmaktadır. Ve sosyal medya kullanan tüketicilerle bağlantı kurmak sadece birkaç tık ötede. Günümüz müşterileri daha güçlü ve meşgul; bu nedenle, şirketlere Facebook, Twitter, Bloglar, Forumlar gibi her sosyal medya iletişim kanalında her an ulaşılabilir ve erişilebilir olmalıdır (Gordhamer, 2009). Sosyal medya iletişim kanallarının sunduğu fırsatlardan yararlanmak her kuruluş için önemlidir.

Sosyal medya pazarlamasının beş boyutu vardır; bu, tüketicilerle bağlantı kurmak veya şirket web sitelerine trafik oluşturmak için bu beş şeyin gerekli olduğu anlamına gelir. (Asa'ad ve Anas, 2014)

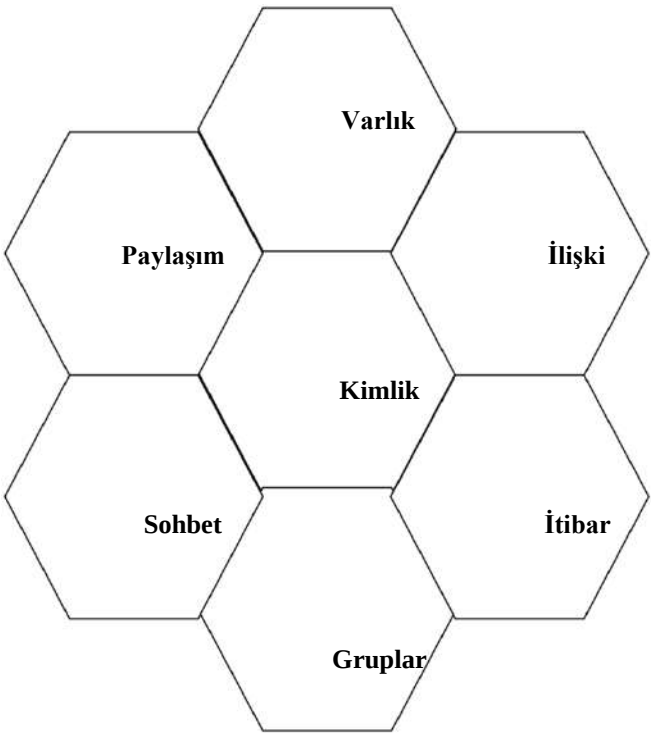
- **Çevrimiçi Topluluklar:** Bir şirket veya işletme, ürünleri / işleri etrafında bir topluluk oluşturmak için sosyal medyayı kullanabilir. Canlı topluluklar sadakat yaratır ve iş geliştirme ve iyileştirmeye katkıda bulunabilecek tartışmaları teşvik eder. (Taprial ve Kanwar, 2012)
- **Etkileşim:** Bir Facebook sayfası veya Twitter hesabı, belirli bir konudaki tüm takipçilerine hızlı ve aynı anda bildirimde bulunabilir (Berselli, Burger ve Close, 2012). Sosyal ağ siteleri, güncel ve tüketiciyle ilgili bilgiler yayınlayarak çevrimiçi toplulukla daha fazla etkileşim kurulmasını sağlar. (Fischer ve Reuber, 2011)
- **İçeriğin Paylaşılması:** Paylaşım boyutu, bir bireyin sosyal medya ortamında içeriği ne ölçüde değiştirdiği, dağıttığı ve aldığı düzeydedir. (Babac, 2011)
- **Erişilebilirlik:** Sosyal medyaya kolayca erişilebilir ve kullanımı minimum veya hiç maliyet gerektirmez. Sosyal medyayı kullanmak kolaydır ve kullanmak için herhangi bir özel beceri, bilgi gerektirmez. (Taprial ve Kanwar, 2012)
- **Güvenilirlik:** Her şey mesajınızı açıkça insanlara ulaştırmak, söylediklerinizi veya yaptığınız şeyler için güvenilirlik oluşturmak, hedef kitlenizle duygusal olarak bağlantı kurmak, alıcıyı motive etmek ve sadık müşteriler yaratmakla ilgilidir. Sosyal medya, tüm işletmelerin (büyük ya da küçük) ağ oluşturmaları ve hedef kitlelerine ulaşmaları, onlarla doğrudan bağlantı kurmaları ve söylediklerini dinleyerek güven üretmeleri için çok iyi bir platform sağlar. (Taprial ve Kanwar, 2012)

Petek Modeli

Smith'in petek modeli (2007) sosyal medya web sitelerinin yedi işlevsel bloğunu tanımlar: kimlik, konuşma, paylaşım, varlık, ilişkiler, itibar ve gruplar.

Her blok, kullanıcılarına sağladığı olanaklara dayanarak sosyal medya sitesinin yapısını anlamamızı sağlar. Bu çalışma, sosyal medya web sitelerinin işlevlerini ve sosyal medya pazarlamasındaki rollerini anlamaya çalışmaktadır. Bu yapı taşları birbirini dışlamaz ve ayrıca her sosyal medya sitesinin bir parçası değildir. Bu yapı taşları, farklı sosyal medya işlevselliği düzeylerinin nasıl yapılandırılabileceğini anlamamıza yardımcı olan yapılardır.

Şekil.1 Petek modeli



Kimlik

Kimlik boyutu, kişisel veya kurumsal bilgileri (yani ad, yaş, cinsiyet, meslek, konum) bir sosyal medya ortamında açıklayarak bireylerin veya kuruluşların kimliğini ne ölçüde kamuya açık hale getirdiği ile ilgilidir. Bireyler ayrıca, kendileri hakkında, düşünceler, duygular, beğeniler ve beğenmemeler gibi öznel bilgileri 'kendini ifşa' yoluyla belirli şekillerde tasvir eden diğer bilgileri - bilinçli veya bilinçsiz olarak - açıklama eğilimindedirler (Kietzmann vd., 2011).

Sohbet

Petek Modelin konuşma boyutu, her bireyin sosyal medya ortamında birbirleriyle ne ölçüde iletişim kurduğudur. Çoğu sosyal medya sitesi „öncelikli amaç bireyler ve çıkar grupları arasında konuşmayı kolaylaştırmaktır (Kietzmann vd., 2011).

Paylaşım

Paylaşım boyutu, bir bireyin sosyal medya ortamında içeriği değiştirme, dağıtma ve alma ölçüsü ile ilgilidir. Ocialsosyal „ifadesinin ifade ettiği gibi, bireyler arasındaki alışveriş sosyal medya sitelerinde çok önemli bir işlevdir. Günün sonunda, sosyal medya, ilgili içeriği (yani gruplar, metin, videolar, resimler, ses, bağlantılar) paylaşarak kimliklerini ve yaşamlarını paylaşan insanlarla ilgilidir (Kietzmann vd, 2011).

Varlık

Varlık boyutu, bir bireyin akranlarının çevrimiçi olup olmadığını ne ölçüde bildiğiyle ilgilidir. Varlık boyutu, her bir bireyin ağının sanal dünyada ve gerçek dünyada nerede olduğuna ilişkin bilgiler içerir. Bir bakıma varlık boyutu, gerçek ve sanal gerçekleri birbirine bağlayan bir köprü işlevi görür (Kietzmann vd., 2011).

İlişki

İlişki boyutu, her bir bireyin bir sosyal medya ortamındaki diğer bireylerle ne ölçüde ilişkilendirilebileceği ile ilgilidir. İlişkili kelimesi, bireyler arasında (yani arkadaş olma, gruplara katılma, sosyal medya sitesinde birlikte bulunma) oluşan ve sonuçta konuşmaya ve paylaşımlara yol açabilecek ilişki türünü belirtmek için kullanılır (Kietzmann vd., 2011).

İtibar

İtibar boyutu, her bireyin bir sosyal medya ortamında toplumdaki bir kişinin göreceli konumunu (bir kişinin kendi konumu dahil) ne ölçüde tanımlayabileceği ile ilgilidir. Sosyal medyada itibar, ifşa edilen kimlikleri aracılığıyla insanlara verilen bir şey değildir, ancak paylaşılan içerik, ifade edilen düşünceler, beğeniler ve beğenmemeler yoluyla kazanılabilecek bir şeydir. Aynı şey, sosyal medya stratejilerini uygulayarak itibarlarını arttırmak veya güçlendirmek isteyen kuruluşlar için de geçerlidir (Kietzmann vd., 2011).

Gruplar

Gruplar boyutu, her bir bireyin bir sosyal medya ortamında topluluk ve alt topluluk oluşturabilme düzeyidir. Bir sosyal ağ ne kadar fazlaysa grup, topluluk, takipçi ve temas sayısı da o kadar fazla olur (Kietzmann vd., 2011).

İki Kavram Arasindaki Korelasyon

Smith'in petek modelini (2007) incelediğimizde ve aynı zamanda sosyal medya pazarlamasının beş boyutuna baktığımızda, sosyal medya web sitelerinin yedi işlevselliğinin sosyal medya pazarlamasının temelini oluşturduğunu kolayca anlayabiliriz. Bu yedi fonksiyonel blok, bir firmanın sosyal medya pazarlama stratejisinin yapısını oluşturabildiği temel direklerdir. Sosyal medya pazarlaması ve sosyal medya hakkındaki yukarıdaki teorileri şu şekilde genelleştirdik:

- ✓ Grup işlevselliği ve sosyal medyanın ilişki işlevselliği Çevrimiçi Topluluklara yol açar.
- ✓ Sosyal medyanın konuşma işlevselliği Etkileşime yol açar.
- ✓ Sosyal medyanın işlevselliğini paylaşmak, içeriğin paylaşılmasına yol açar.
- ✓ Sosyal medyanın varlığı ve kimlik işlevselliği Erişilebilirliğe yol açar.
- ✓ Sosyal medyanın itibar işlevselliği güvenilirliğe yol açar

Sonuç

Bu yazıda sosyal medya ve sosyal medya pazarlaması kavramlarını anlamaya çalıştık. Önce sosyal medya literatürünü inceledik ve herhangi bir sosyal medya web sitesinin yedi temel işlevselliğini açıklayan bal peteği modelini analiz ettik. Sosyal medya pazarlamasıyla ilgili literatür taramamız bizi sosyal medya pazarlamasının beş ana boyutunu belirlememize yol açtı. Sosyal medyanın işlevselliği ile sosyal medya pazarlamasının boyutlarını ilişkilendirmeye çalıştığımız zaman, sosyal medyanın yedi işlevselliğinin sosyal medya pazarlamasının beş boyutunu da desteklediğini belirleyebileceğimiz bir sonuca varıyoruz. Bu nihayet sosyal medya pazarlamasını sosyal medya web sitelerinin fonksiyonel bloğu temelinde yeniden tanımlamaya yönlendiriyor. “Sosyal medya pazarlaması, bir sosyal medya web sitesinin yedi işlevsel bloğunun (kimlik, konuşma, paylaşım, varlık, ilişki, itibar ve gruplar) bir markanın, organizasyonun, siyasi partinin, bir kişiliğin, bir fikrin veya bir etkinliğinin kullandığı süreçtir. Dolayısıyla sosyal medyayı bir fikri veya ürünü tanıtmak için kullanmak sosyal medya pazarlamasıdır.

Kaynakça

1. As‟ad, H. Abu- Rumman & Alhadid, Anas Y . (2014).The impact of social media marketing on Brand Equity: An Empirical st udy on Mobile Service Providers in Jordan ,Review of Integrative Business & Economics Research, 31.
2. Babac, R. (2011). Impact of Social Media Use on Brand Equity of Magazine Brands, Unpublished Master Thesis, Halmstad University, Sweden, 25 .
3. Berselli, S. & Burger, S. & Close, J. (2012) .Crisis Mapping Community Social Media Information During and After Largescale Disasters, Unpublished master thesis, Victorian Emergency Services Foundation, Victoria, 23.
4. Blackshaw, P, Nazzaro, M. (2004), consumer-Generated (CGM) 101: Word Of Mouth In the age of the Web Fortified consumer, 85.
5. Chi, Hsu-Hsien. (2011). “Interactive Digital Advertising VS. Virtual Brand Community: Explorator Study of User Motivation and Social Media Marketing Responses in Taiwan.”Journal of Interactive Advertising, 46.
6. Fischer, E. & Reuber, R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior?, Journal of Business Venturing, 85.
7. Gordhamer, S. (2009), “4 ways Social media is changing Business”, http://Mashable.com /2009/09/22/Social - Media-Business/, 45.
8. Güner, Ö. (2016)Sosyal Medya ve Ağlarda Viral Pazarlama Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Mersin, 33.
9. Jan.M.Furqan.(2014).“Social Media Is Nothing but a Public Relation Tool.” The International Journal Of Business and Management (ISSN 2321 – 8916), Vol 2(12).,18.
10. Kaplan, Andreas M. and Michael Haenlein. 2010. “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunitiess of Social Media.” Business Horizons, 61 .
11. Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. & Slvestre, B.S. (2011), _Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media„, Business Horizons (Article in Press),33, 40-41.
12. Mangold, W. G. & Faulds, D.J. (2019), _Social media: The new hybrid element of the promotion mix„ Business Horizons, 13.
13. MOHAMMADIAN, M. MOHAMMADREZA, M. (2012) Identify The Success Factors of Social Media (Marketing Perspective),International Business and Management,).
14. Parlak, F. (2010) Sosyal Medya ve Tüketici Satın Alma Karar Sürecine Etkileri: Nitel Bir Uygulama. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
15. Taprial , V. & Kanwar, P. (2012). Understanding Social Media, United States: Vents Publishing, 43-44.
16. Taşdemir, N. H. (2017) Yeni Nesil Tutundurma Aracı Olan Sosyal Medyaya Perakendeci İşletmelerin Yaklaşımı: Kars İlinde Bir Uygulama. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kars, 23.
17. Weinberg, T (2009),”the New Community Rules: Marketing on the Social Web”, first Edition ,O‟Reilly: California, 37.
18. VURAL, Z.B.BAT, M. (2010) Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yaşar University, 20 (5): 128.

Azərbaycanda İnvestisiya Mühiti və Dövlət tənzimlənməsinin Müasir Vəziyyəti

Bənövşə Qəmbərova

banovshagambarova@gmail.com

Xülasə

İqtisadi nəzəryələrdən məlumdur ki, resuslar nə qədər məhdud olarsa onun daha da səmərəli istifadə edilməsinə tələb artar. Bu nöqteyi nəzərdən dövlətin investisiya qoyuluşlarını maliyyələşdirilməsi məhdudluğu aktuallıq kəsb edir. Müstəqilliyin ilk dövrlərində milli iqtisadiyyat böhran vəziyyətinə düşmüşdür. Bu şəraitdə yeganə yol xarici investisiyaların ölkəyə cəlb olunması yolu ilə milli iqtisadiyyatı yenidən dirçəltmək öz ayaqları üstünə qaldırmaq idi. Məhz bu amilə görə də həmin dövrdə Azərbaycanın investisiya siyasətinin əsas xarici investisiyaların daha çox neft sektoruna cəlb olunması idi. Xarici investorlar üçün investisiya mühitinin formalaşması sahəsində müəyyən tədbirlər görüldü. Bunun nəticəsidir ki, Azərbaycanın iqtisadiyyatına qoyulan investisiyaların həcmi milyard dollarlarla hesablanır. Ölkəmizin müasir investisiya siyasətinin əsas xüsusiyyəti isə iqtisadiyyatın neftdən aslılığını tamamilə azaldılması və neftdən gələn gəlirdən qeyri-neft sektoruna investisya şəklində yönləndirilməsi yolu ilə bu sektorun yüksək inkişafına nailolmaqla müəyyən olunur. Buna nail olmaq üçün isə mövcud istehsal obyektlərinə innovasion investisiyalar yönəltməklə onların istehsal gücünü artırmaq və elmi texniki tərəqqinin son nailiyyətlərindən istifadə etməklə yeni istehsal müəssisələri yaratmaq. İnvestisiya mühitinin formalaşmasına təsir edən əsas amillər aşağıdakılardır:

1. Siyasi amillər- buraya xarici investisiyalara münasibətdə dövlət siyasəti, beynəlxalq razılaşmaların şərtlərinə əməl olunması, dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsininsəviyyəsi, dövlət idarəetmə aparatının işinin səmərəliliyi kimi siyasi amilləri göstərə bilərik.
2. Iqtisadi amillər- burada iqtisadiyyatın ümumi vəziyyəti (böhran və yaxud yüksəliş), inflyasiyanın səviyyəsi, valyuta kursunun sabitliyi, vergi və gömrük imtiyazları, iş qüvvəsinin dəyəri əsas götürülür.
3. Sosial amillər- burada isə cəmiyyət üzvlərinin xarici kapitala və xüsusi mülkiyyətçiliyə münasibəti, cəmiyyət üzvlərinin ideoloji bilik səviyyəsi, işçilərin təşkilatçılıq qabiliyyəti araşdırılır.

Açar sözlər: qlobal iqtisadi bazar, xarici investisiyalar, müsbət artım, sənaye, investisiya mühiti.

Giriş

İnvestisiya iqtisadiyyatın sabitləşdirilməsinin və perspektiv inkişafının əsas vasitələrindən biri kimi çıxış etməklə, real ümumi kapitalın artırılmasında, iqtisadi səmərəliliyin yüksəldilməsində, bir sözlə, rəqabətqabiliyyətli milli iqtisadiyyatın formalaşdırılmasında mühüm rol oynayır.Son illərdə sahibkarlığın inkişafı, yoxsullğunu azaldılması, yeni iş yerlərinin yaradılması istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində sənayenin inkişafı sahəsində bir sıra uğurlar əldə edilmişdir. Belə ki, bir sıra sənaye müəssisələri bərpa edilmiş, Bakı şəhərində və regionlarda sənaye müəssisələri yaradılmış, sənayenin inkişafının maliyyəlşdirilməsi üçün bir sıra inkişaf institutları formalaşdırılmışdır. Hazırda sənayedə mövcud olan çağırışlar fonunda beynəlxalq bazarlarda qeyri-müəyyənliyin artması istər inkişaf etmiş, istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrin hökumətlərini iqtisadi tənzimləmə fəaliyyətini artırmağa sövq edir. Dünya təcrübəsində sənayenin inkişafı dörd əsas istiqamət üzrə təşviq edilir. Bu istiqamətlərə dövlətlərin tarif, fiskal imtiyazlar və ya subsidiyalar vasitəsilə tənzimləyici qismində, kredit bazarına təsir göstərərək dövlət və özəl resursları sənaye layihələrinə yönəldən maliyyə tənzimləyicisi qismində, iqtisadi aktivlikdə birbaşa iştirak edən istehsalçı qismində və hökumət satınalmaları vasitəsilə strateji sənaye sahələrinə bazarı təmin edən istehlakçı qismində fəaliyyətləri daxildir. Qeyd olunan istiqamətlərdə dövlətlər tərəfindən sənaye müəssisələrinin fəaliyyətinin dəstəklənməsi tədbirləri dünya təcrübəsində geniş yayılmışdır. Sənayeyə dəstək tədbirlərinin əsas məqsədi sənaye müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətini artırmaq və onların beynəlxalq bazarlara çıxışını asanlaşdıracaq potensiala qovuşmalarını təmin etməkdən

ibarətdir. Dünya təcrübəsində sənayeyə dəstək tədbirləri investisiyaların təşviqi və iş mühitinin yaxşılaşdırılması, beynəlxalq ticarət və ixracın təşviqi, bacarıqların artırılması və insan resurslarının inkişafı, infrastrukturun qurulması, xüsusi iqtisadi zonalar, sənaye parkları və sənaye klasterlərinin yaradılması, regionların inkişafı, sektorlara xüsusi yanaşma, texnologiyaların transferinin dəstəklənməsi və innovasiyaların təşviqini əhatə edir.

Metod

Tədqiqat işində nəzəri metodlardan istifadə olunmaqla, sənayedə investisiya problemləri göstərilmişdir. Tədqiqat prosesində sistemli-struktur, induksiya və deduksiya, analiz və sintez kimi metodlardan geniş istifadə olunmuşdur.

Son illərdə Azərbaycan respublikası iqtisadi artım tempinə görə dünya ölkələri arasında ön siralarda yer almaqdadır. Daha əvvəllər daim inkişafda olan neft sektoru hesabına əldə edilmiş gəlirlər infrastrukturun müasirləşməsinə, qeyri-neft sektorunun, eləcə də sənaye sahələrinin inkişafına yatırım edilmişdir. 16 mart 2016-cı il tarixli 1897 nömrəli Sərəncamına müvafiq olaraq iqtisadiyyat və milli iqtisadiyyatın11 sektoru üzrə ümumilikdə 12 strateji yol xəritəsi hazırlanmışdır. Göstərilən planlar qısa, orta və uzunmüddəti dövrləri əhatə etməklə 3 hissəyə bölünmüşdür. Bunlar tədbirlər planı və inkişaf strategiyası, uzunmüddətli baxış və hədəf baxışdan ibarətdir.

Son illərdə yeni iş yerlərinin yaradıması, yoxsulluğun azadılması, sahibkarlığın inkişafı sahəsində həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində sənayenin inkişafi sahəsində bir sıra uğurlar əldə edilmişdir.. Belə ki, bir sıra sənaye müəssisələri bərpa edilmiş, Bakı şəhərində və regionlarda sənaye müəssisələri yaradılmış, sənayenin inkişafının maliyyəlşdirilməsi üçün bir sıra inkişaf institutları formalaşdırılmışdır.

Hazırda dünya ölkələrində yaranan qeyri-sabitlik istər inkişaf etmiş ölkələri, istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələri ciddi təşvişə salmış və iqtisadi inkişfa nail olmaq üçün bir sıra tədbirlər görməyə sövq edir. Sənayenin inkişafı dünya təəcrübəsindən də görüldüyü kimi, əsasən, dörd istiqamət üzrə hərəkət etdirilir. Göstərillən istiqamətlərə dövlətlərin fiskal, tarif imtiyazları və subsidiyalar vasitasiyə kredit bazarlarına təsir göstərmələri, sənaye layihələrinə qoyulan investisiyları birbaşa və ya dolayı yolla idarəsi kimi istiqamətləri göstərmək olar. Qeyd olunanlar onu göstərir ki, dövlətlər sənaye sahələrinin inkişafı mövzusunda olduqca həssasdır. Belə ki, bu istiqamətlər əsasında sənaye müəssisələrinin fəaliyyərtinin dəstəkənməsi dünya təcrübəsində geniş yayılmışdır. Qeyri-neft sektorunun, yəni sənaye sahələrinin inkişafının əsas məqsədi iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması, onların beynəlxalq bazarlara çıxışının asanlaşdırılması üçün mövcud potensiala çatdırılmasına nail olmaqdan ibarətdir. Sənayeyə dəstək tədbirləri dünya təcrübəsində iş mühitinin yaxşılaçdırılması və investisiyaların tətbiqi, ixracın təşviqi və beynəlxalq ticarət, insan resurllarının inkişafı və bacarıqların artıırılması, regionlların inkişafı, xüsusi iqtisadi zonalar, sənaye parkları və sənaye klasterlərinin yaradılması, sektorlara xüsusi yanaşma, texnologiya transferlərinin dəstəklənməsi və innovasiyaların inkişafını təmin etmək.

Analiz

Ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahəsi kimi çıxış edən yanacaq-energetika sənayesi neft-qaz sahəsi, elektroenergetika və neft emalı sahələri xarakterizə olunur. Bura daxil olan neft-qaz sənayesi 1994-cü ildən etibarən respublikamızın aparıcı sahələrindən birinə çevrilmişdir. Təsadüfi deyil ki, həmin ilin sentybr ayında “Əsrin müqaviləsi” adı ilə tarixə düşün, ölkəmiz üçün çox önəm daşıyan müqavilə imzalanmışdır. Burada Xəzər dənizinin “Azəri”, “Çıraq” , “Günəşli” yataqları ilə birgə

işlənməsi nəzərdə tutulan və əldə olunan gəlirin bölgüsü haqqında dünyaca məşhur neft şirkətləri ilə birgə saziş imzalandı. Bu müqavilə ölkəmiz üçün olduqca əhəmiyyətli yeni neft sazişlərinin, müqavilələrinin imzalanmasına, dünya birliyində etibarlı tərəfdaş, eyni zamanda etibarlı ölkə kimi təqdim olunmasına önəmli tövhələr vermişdir. Belə ki, əsrin əvvələrində neft hasilatı 14 milyon tondan 2010-cu ildə 51 milyon tona qədər artmışdır. Qaz hasilatı 5.6 milyard kub metrdən 27 milyard kub metrə qədər artmışdır. 2018-ci ildə bu göstəricilər uyğun olaraq 30.5 mlrd. kub metr və 42.1 miyon tona bərabər olmuşdur. Göründüyü kimi, 2000-2010 tarixlərini müqayisə etmış olsaq xam neft hasilatı bu dövrdə özünün artımı ilə müşahidə olunur. Lakin bu göstəricilər 2010-cu ildən etibarən azalmağa doğru getmişdir.Bununla yanaşı, 2018-ci il 30 may tarixində SOCAR və "Equinor" şirkəti arasında bağlanmış iki hissəli neft sazişini misal göstərmək olar. Risk xidməti üzrə birinci saziş Xəzərin Azərbaycan hissəsində "Qaradağ" neft yatağının istifadəsi ilə, ikinci saziş Xəzər dənizinin Azərbaycana məxsus hissəsində "ƏşrəfiDan Ulduzu-Aypara" strukturlar üzrə hasilatın pay bölgüsünü ilə əlaqədardır. Sazişdə pay bölgüsünün 50/50 nisbətində olduğu göstərilmişdir.(https://www.oilfund.az/report-and-statistics/).

Qeyd edilənlərlə yanaşı, son illərdə sənayenin davamlı inkişafına nail olunmamış və onun strukturunda yanacaq-energetika kompleksinin, xüsusilə neft və qaz hasilatı sahəsinin payı yüksək olaraq qalır.(cədvəl 1).

Cədvəl 1. Sənayedə əsas kapitala yönəldilən investisiyalar (mln.man.)

	2010	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Bütün sənaye	**4 276**	**7639,5**	**8499,9**	**9949,8**	**10610,1**	**8497,2**
Mədənçıxarma sənayesi	**2 952**	**5947,9**	**7145,1**	**8576,7**	**8428,9**	**5702,3**
Emal sənayesi	**510,2**	**644,6**	**482,9**	**424,3**	**652,6**	**1431,9**
Qida məhsullarının istehsalı	27,1	92,4	87,9	63,6	125,5	196,6
İçki istehsalı	12,1	14,6	23,7	4,1	26,9	39,3
Tütün məmulatlarının istehsalı	32,5	0,0	-	0,8	0,4	60,7
Toxuculuq sənayesi	9,8	38,8	10,2	-	5,9	42,9
Geyim istehsalı	13,6	9,0	10,4	10,5	15,3	23,7
Ağac emalı və ağacdan məmulatların istehsalı	0,2	15,0	17,6	17,8	20,7	27,2
Kağız və karton istehsalı	-	21,1	4,1	-	5,7	7,8
Neft məhsullarının istehsalı	25,4	33,1	16,3	88,4	83,9	322,6
Kimya sənayesi	1,3	2,1	6,8	18,5	87,4	230,6
Rezin və plastik kütlə məmulatların istehsalı	0,0	16,4	22,2	17,1	30,7	36,9
Tikinti materiallarının istehsalı	195,2	56,5	37,3	27,6	33,3	138,4
Metallurgiya sənayesi	21,5	2,3	5,2	1,3	0,9	4,3
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	149,0	170,8	98,5	95,6	99,3	83,1
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	-	113,4	5,9	1,3	4,3	0,5
Mebellərin istehsalı	-	20,8	31,6	26,3	51,6	71,4
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	**422,6**	**423,7**	**287,2**	**370,2**	**870,5**	**602,9**
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	**391,5**	**623,3**	**584,7**	**578,6**	**658,1**	**760,1**

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (30.12.2019)

Cədvəl məlumatlarından göründüyü kimi, 2018-ci ildə ölkədə sənaye sahələrinə investisiya qoyuluşu 2010-cu ilə nisbətən 2 dəfəyədək artmışdır. Bu göstərici emal sənayesi üzrə isə 2.8 dəfəyə bərabər olmuşdur. Lakin bu artimların nisbətən aşağı olması neft sənayesində reallaşdırılan investisiya layihələrinin istismar mərhələsinə daxil olması ilə bağlıdır.

Əlverişli biznes mühitinin formalaşdırılması istiqamətində aparılan islahatların nəticəsində Azərbaycan aparıcı beynəlxalq nüfuzlu hesabatlarda mövqeyini ilbəil gücləndirir. Belə ki, hər il Dünya Bankı tərəfindən dərc edilən "Doing Business 2018" hesabatında 8 pillə irəliləyən Azərbaycan 190 ölkə arasında 57-mövqeyə yüksəlib, Avropa və Mərkəzi Asiyada 4 və daha çox islahat aparan 3 ölkədən biri olub. Həmçinin Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən nəşr olunan və rəqabətqabiliyyətlilik üzrə ən geniş qiymətləndirmə hesab olunan "Qlobal Rəqabətlilik Hesabatı"nda ölkəmizin mövqeyi ötən ilə nisbətən 2 pillə yaxşılaşaraq 35-ci yerə yüksəlib və 2009-cu ildən MDB məkanında liderlik mövqeyini qoruyub saxlayır.

Nəticə

Tədqiqatın yekunu olaraq aşağıdakı nəticələr əldə edilmişdir: Dövlətin investisiyanın mövcud siyasətinin, onun fəaiyyətinin müəyyənləşdirilməsində kənd təsərrüfatı və emal sənayesinə daha çox üstünlük verilməlidir. Keçdiyimiz illərdə kənd təsərrüfatına investisiya qoyuluşarının artırıması müahidə edilməkdədir. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi üçün lazimi şərtərin formalaşdırılması sənayenin bu sahəsinin də inkişafına müsbət təsir göstərəcəkdir. Çünki kənd təsərrüfatı sənayesi yüngül və yeyinti sənayesinin də əsas xamma mənbəyini əks etdirir, bu, sənaye məhsullarının əsas istehlakçılarındandır. Kənd təsərrüfatı sənayesinin inkişafı dolayısı, eləcə də birbaşa olaraq yüngül və yeyinti sənaye sahələrinin da inkişafına müsbət təsir göstərir. Bu məhsulların anbarlarının mövcudluğu, ixtisaslaşmış nəqliyyat təsərrüfatının varlığı yüngül və yeyinti sənayesi üçün müəssisə tikintisində əlavə xərclərin azaldılmasına gətirib çıxarmadadır. Eyni zamanda mövcud strukturun daha da sadələşməyinə gətirib çıxarır. Kənd təsərrüfatı məhsullarının çoxluğu bu müəssələr üçün ökədə dövriyyə vəsaitlərindən asılılığı azaldır və eyni zamanda tələbatı da azaldır. Bu o demekdir ki, əgər ökədə ixtisaslaşmış anbarlar mövcuddursa, orada saxlanılan kənd təsərrüfatı məhsullarının bolluğu sənaye müəssisələrində daha çox istehsal ehtiyatı yaraatma zərurətini aradan qaldırmış olur. Ən sonda isə sadalamış olduğumuz bütün sahələr investisiya səmərəliliyi artırırılmasına, emal sənyesi sahələrinin beynəxalq rəqabətliliyinin artmasına gətirib çıxarır.

Həmçinin, qeyri-neft sektorunun inkişaf prioritetlərinə uyğun olaraq idxalı əvəzləyici və ixrac yönümlü xarici investisyaların axınının stimullaşdırlması, qeyri-neft ixracının həcminin artırılması və yeni bazarlara çıxışların təmin olunması. Bu məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin həyata keçirilməsi vacibdir: Qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların cəlb edilməsi üçün əsas istiqamətlərin müəyyənləşdirilməsi; Ölkə iqtisadiyyatının yüksək əlavə dəyəri olan xarici investisiyaların həcminin artırılması və strukturunun təkmilləşdirilməsi; İnvestisiya mühitinin cəlbediciliyini yüksəldən kreativ iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi; xarici investisiyaların cəlb edilməsinin intensivləşdirilməsi məqsədi ilə stimullaşdırıcı mexanizmlərin tətbiq olunması, dövlət və özəl sector arasındakı investisiya əməkdaşlığını inkişaf etdirilməsi; Maliyyə bazarı vasitəsi ilə investisiyaların cəlb edilməsinin intensivləşdirilməsi; Xarici investisiyaların iqtisadiyatın şaxələndirilməsi məqsədi ilə qeyri-neft sektorunun prioritetləşdirilmiş sahələrinə daha intensiv cəlb edilməsi.

Fikrimcə, Azərbaycanın regionları üçün investisiya siyasətinin əsas istiqamətləri sadalananlar hesab edilə bilər:

- investisiyaların qeyri-neft sektorunun və regionların inkişafına yönəldilməsi, investisiya siyasətinin müasir inkişaf tendensiyalarına uyğun olaraq prioritetləşdirilməsi, ölkənin regionlarında investisiya fəaliyyətinin sosial istiqamətinin daha da gücləndirilməsi, insan kapitalına, infrastruktura qoyulan investisiyaların prioritetliyinin təmin edilməsi, regionlarda iqtisadiyyatın prioritet sahələrinə, o cümlədən ixracyönümlü və əlavə dəyərin xüsusi çəkisi yüksək olan sahələrə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi məqsədilə stimullaşdırıcı tədbirlərin sürətləndirilməsi. Hesab edirik ki, dövlət qeyri-neft sektorunun inkişafı prioritet istiqamətlərdən biri kimi dövlət proqramlarını, "Azərbaycan - 2020 gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasını həyata keçirməklə bir daha ölkədəki investisiya mühitini yaxşılaşdırılacaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?,(2005) NBER Working Paper, №5057,
2. G.Ə.Əhmədov. İnnovasiya sahibkarlığı,(2010) "Azərbaycan". Aqrar Elm jurnalı.
3. Əhmədov B.S.(2010)Milli iqtisadiyyatda investisiya qərarlarının qəbulu mexanizmi və ona təsir edən amillər / "İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika" jurnalı, № 2, s. 180-188.
4. Peter L. Bernstein, Aswath Damodaran (2017)"Investment management" s. 46-58.
5. G.A.Azizova,(2012) "Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti".
6. R.B.Əliyev, N.A.Novruzov, M.A.Məmmədov. "İnvestisiyanın maliyyələşdirilməsi və kreditləşdirilməsi". Bakı, 2003.
7. https://www.stat.gov.az/source/finance/ (2019)
8. https://www.oilfund.az/ (2018)
9. https://www.cbar.az/
10. https://economy.gov.az/

Milli İqtisadiyyatın İnkişafının Müasir Mərhələsində Birbaşa Xarici İnvestisiyaların Cəlb Edilməsinin Zəruriliyi və Əhəmiyyəti

Telman Hacıyev
telmanhaciyev@gmail.com

Xülasə

Ümumiyyətlə, investisiya fəaliyyəti hər bir ölkə üçün iqtisadi artımın və sosial-iqtisadi inkişafın ən mühüm və zəruri mənbəyidir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində cəmiyyətin dayanmadan artmaqda olan sosial-iqtisadi tələbatının ödənilməsi, mövcud istehsal potensialından tam və səmərəli istifadə edilməsi, elmi texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsalata tətbiqi və bu kimi başqa şərtlər birbaşa olaraq investisiya qoyuluşlarından asılıdır. Bu nəzərdən baxdıqda, cəmiyyətin həyatında birbaşa xarici investisiya qoyuluşlarının əhəmiyyəti və rolu son dərəcə artmış olur. Ümumiyyətlə, birbaşa xarici investisiyaların cəlb olunması dövlətin iqtisadi siyasətinin də önəmli bir hissəsidir. Dövlətin iqtisadi siyasəti dedikdə, ictimai məqsədlərə nail olunması üçün iqtisadiyyatın idarə olunması sahəsində həyata keçirilən tədbirlər sistemi başa düşülür. Dövlətin iqtisadi siyasətinə pul-kredit siyasəti, büdcə-vergi siyasəti, amortizasiya, investisiya-innovasiya siyasəti, antiinfilyasiya siyasəti və qiymət siyasəti aid edilir. İnvestisiya-innovasiya siyasəti daxilində qarşıya qoyulmuş ən önəmli məsələlərdən biri də ölkə iqtisadiyyatına birbaşa xarici investisiya qoyuluşlarının cəlb edilməsinin stimullaşdırılmasıdır. Bu məqalə dünyada və ölkəmizdə birbaşa xarici investisiya mühitindəki çatışmazlıqları görməyə, investisiya mühitinin əlverişliliyinin təmin olunması üçün onun rolunun və mahiyyətinin dərk olunmasına, bu sahədə əlavələrin və dəyişikliklərin zəruriliyinin tədqiq edilməsinə yönəldilmişdir. Bu məqalənin hazırlanmasında bir sıra iqtisadçı ekspertlərin yanaşmalarından istifadə olunmuşdur. Həmçinin, Azərbaycan Respublikasında birbaşa xarici investisiyaların potensialının müəyyən edilməsindəki rolu diqqət mərkəzindədir. Qeyd olunan həqiqətlər nəzərə alınaraq, birbaşa xarici investisiya fəaliyyətinin milli iqtisadiyyatın inkişafında zəruriliyi və əhəmiyyəti təhlil olunur.

Açar sözlər: İnvestisiya Fəaliyyəti, Birbaşa Xarici İnvestisiyalar, İnvestisiyaların Əhəmiyyəti

Giriş

Hər bir ölkənin iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların rolu çox böyükdür. Bəs bu investisiyaların rolu tam olaraq nədən ibarətdir? Birbaşa xarici investisiyaların mahiyyəti nədir? Birbaşa xarici investisiyaların ölkə iqtisadiyyatına nə kimi təsirləri var? Bütün bu suallara cavab tapmaq üçün mövzunun əhatəli və geniş analiz olunması tələb olunur. Bu məqalədə bütün bu suallardan yola çıxaraq, ətraflı təhlil parametrlərinin əks olunması nəzərdə tutulur. Zamanla xarici investisiya münasibətlərinin genişlənməsi və dövlətlər arası sferada işlənməsi, Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatına da gəlib çıxması üçün şərait yaratmışdır. Tarix boyu müxtəlif ölkələrin iqtisadçıları xarici investisiya fəaliyyətində üzləşdikləri problemləri aradan qaldırmaq və bu problemlərə çıxış yolları tapmaq üçün müxtəlif nəzəriyyələr irəli sürmüşlər. Bütün bu proseslər də birbaşa xarici investisiyaların rolunun artmasına səbəb olur. Məqalədə Dünyanın bir çox ölkələrinin iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların həcmi və analizi ümumi təhlil olunarkən, Azərbaycan iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların mahiyyətini daha dərin və regional yanaşma ilə edilir (Əzizova, 2012).

İnvestisiya anlayışı XXl əsrdə demək olar ki, “texnologiya” sözündən sonra bəlkə də ən çox eşitdiyimiz kəlmələrdən birinə çevrilib. Xarici investisiyaların cəlb edilməsi bütün dünya ölkələri tərəfindən milli iqtisadi inkişafın ən əsas vasitələrindən biri kimi çıxış edir. Ümumiyyətlə, investisiyalar maddi, qeyri-maddi və maliyyə ehtiyatlarının əldə edilməsi üçün mövcud resurslardan istifadə edilməsini xarakterizə edir. İnvestisiyalar mahiyyət etibarı ilə müxtəlif aspektlərdən xarakterizə edilir. Məsələn, mühasibat nöqteyi nəzərindən investisiyalar təsərrüfat fəaliyyətini əhatə edən bütün növ aktivləri, həmçinin maliyyə və real kapitalı göstərir. Real kapital formasında investisiyalar, birbaşa təkrar istehsala, həmçinin əsas fondların yaradılmasına və yenilənməsinə

yönləndirilir. Maliyyə kapitalı formasında göstərilən investisiyalar isə kreditlər və qiymətli kağızlar şəklində təzahür edən maliyyə vəsaitləri formasında xarakterizə edilir. Maliyyə kapitalı formasında investisiyalar gələcəkdə ölkə iqtisadiyyatında real kapital formasında investisiya yatırımlarının həyata keçirilməsi vasitəsi rolunu oynayır. Deməli, investisiyalar pul yatırmaqla bu pulun dəyərini saxlamaq və ya artırmaq, həmçinin gəlirliliyinin təmin edilməsi üçün istifadə olunan bir alət kimi də dəyərləndirilə bilir. Onda sərbəst pul kütləsi investisiya hesab olunmur. Çünki, infilyasiya nəticəsində nəğd pul kütləsinin heç bir gəlir gətirmədən dəyərini itirmək riski mövcuddur. Əgər, bu məbləğdə olan pul vəsaitləri sərbəst yox, hansısa banka yerləşdirilmiş olarsa, artıq o investisiyalar kimi dəyərləndirilir və müəyyən qədər gəlir gətirməsini təmin edə bilir (Sabiroğlu, 2006).

Makroiqtisadi səviyyədə iqtisadiyyatın inkişafının təmin edilməsi baxımından xarici investisiyalar ikili rola malikdir. Bir baxımdan məcmu xərclərin mühüm komponenti olan investisiyaların dinamikası birbaşa olaraq məcmu tələbə təsir göstərir. Məcmu tələbin dəyişməsi də son nəticədə ölkə iqtisadiyyatında məşğulluğun və işsizliyin səviyyəsinə təsirində öz əksini tapır. Həmçinin, investisiyalar kapital yığımlarına gətirib çıxarır. Əsas fondların artımı da son nəticədə ölkənin uzunmüddətli dövrdə iqtisadi inkişafını təmin edir. Deməli, investisiyalar qısamüddətli dövrdə məcmu tələbə təsir etməklə və kapital qoyuluşları formalaşdırmaqla uzunmüddətli iqtisadi inkişafa təsir etmə imkanı qazanmış olur.

Birbaşa xarici investisiya qoyuluşlarının həyata keçirilməsinin zəruriliyini bir çox amillər şərtləndirə bilər. Bu amilləri 3 qrupa bölmək olar:

1. Mövcud maddi və texniki bazanın yenilənməsi.

2. İstehsal fəaliyyəti sferasının genişləndirilməsi.

3. İnnovativ fəaliyyət növlərinin mənimsənilməsi.

Sadalanan faktorlar özlüyündə spesifik xüsusiyyətlərə malik olmasına baxmayaraq, nəticə etibarı ilə istehsal fəaliyyətinin cəmiyyətdə artmaqda olan tələbatın ödənilməsi barəsində proporsionallığın təmin edilməsinə imkan yaradır (İsayev, 2011).
Xarici investisiyaların təhlil olunması zamanı ilk növbədə onun yönəldiyi istiqamətlər dəqiq müəyyən olunmalıdır. Xarici investisiyalar əsasən, əsas fondların yaradılmasına, müxtəlif sahibkarlıq obyektlərinə, real aktivlərin alınmasına və əsas fondların geniş həcmdə təkrar istehsalına yönəldilən kapital qoyuluşları formasında həyata keçirilir. Dünya Bankının (Global Competitiveness Index 2019) hesabatına görə dünya ölkələrinin iqtisadiyyatında xarici investisiyaların əsasən cəlb olunduğu sahələr aşağıdakılardır:

1. Pul vəsaitlərinə - kreditlər, səhmlər, paylar, məqsədli bank əmanətləri və digər qiymətli kağızlara olunan birbaşa investiyia qoyuluşları.

2. Daşınan və daşınmaz əmlaka – binalara, avadanlıqlara, qurğulara və digər bu kimi maddi sərvətlərə yatırılan vəsaitlər.

3. İntellektual sərvətlərə və insan kapitalına – təhsil, elm, yeni texnika və texnologiya sahələrinə, innovativ layihələrə və s.

4. Sənaye sahələrinə - ölkənin təbii resurslarının çox olduğu ərazilərdə aparılan tədqiqat işlərinə.

5. “Nou-hau” – texniki sənədləşdirmə, patentləşdirmə, texniki, texnoloji, kommersiya və digər biliklərin məcmusuna.

6. Müxtəlif biznes sahələrinə – yüngül və yeyinti sənayesi (qida, geyim və s.)

7. Xidmət və turizm sektoruna – ölkənin turizm potensialına əsasən istirahət üçün nəzərdə tutulmuş kurortlar, əyləncə mərkəzləri və hətta təbii şəraitdən asılı olaraq müalicəvi sanatoriyalar və s. Bu iqtisadi proseslərin formalaşmadığı bir iqtisadiyyatda daim əsas fondların aşınması və köhnəlməsi, sahibkarlıq obyektlərinə tələbatın azalması və bunun nəticəsində ticarət məhsuldarlığının aşağı düşməsi və real aktivlərin dövriyyəsinin kəskin şəkildə azalacağı faktı qaçınılmazdır. Həmçinin, xarici investisiyaların zəif cəlb olunmasının yüngül və yeyinti sənayesinə, turizm və əyləncə sektoruna da təsiri labüddür. Deməli, ölkə iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiya yatırımlarının cəlb edilməsi əhəmiyyətli dərəcədə zəruridir. Dünya Bankı biznes və investisiya mühitini firmaların məhsuldar tərzdə investisiyalar yatırması, iş yerləri yaratması və fəaliyyətin genişlənməsinə yönəldilmiş imkanların və stimulların olması kimi tərif edir (Global Competitiveness Index 2019, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf).

Metod

Bu məqalənin hazırlanması zamanı aparılan tədqiqatda sintez, təhlil, müqayisəli təhlil və qruplaşdırma metodlarından istifadə olunacaqdır. Bunlarla yanaşı, müəyyən hissələrin tədqiqatının aparılmasında induksiya və deduksiya metodlarından da istifadə ediləcəkdir. Tədqiqatın aparılmasında və analiz hissəsində həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət metodlarından birlikdə istifadə ediləcəkdir. Məlumatlar əsasən ikincil mənbələrdən əldə olunacaq və informasiyaların toplanmasında qruplaşdırma və induksiya, deduksiya metodlarından istifadə olunacaqdır.Verilənləri isə təhlil edərkən ümumi bir fikir və ya nəzəriyyələrdən faktlara doğru informasiyaların təhlili həyata keçiriləcəkdir. Analiz mərhələsində də keyfiyyət metodlarından ən başlıcası, case study və SWOT analiz metodlarından da istifadə olunacaqdır. Case study metodu vasitəsilə mövcud tədqiqatda birbaşa xarici investisiyaların əhəmiyyəti və zəruriliyi milli iqtisadiyyatların real nümunələrində təhlil olunacaqdır.

Araşdırma modeli

Azərbaycan bu sahədə hələ yeni olsa da, müvafiq layihələri həyata keçirmək üçün maliyyə imkanları mövcuddur. Respublikamızın iqtisadiyyatının sürətli inkişafının səbəblərindən birini ölkəyə daxil olan xarici investisiyaların və büdcə gəlirlərinin səmərəli yerləşdirilməsini hesab etmək olar. İnvestisiya siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi nəticəsində davamlı iqtisadi artıma nail olunmuş, əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılasdırılmasında nəzərə çarpacaq nəticələr əldə olunmuşdur. İnvestisiya qoyuluşlarının reallasdırılması çox mürəkkəb bir proses olmaqla ciddi yanaşma tələb edir. Bu baxımdan investisiya anlayışını bir iqtisadi kateqoriya kimi nəzərdən keçirmək və onun mahiyyətini araşdırmaq məqsədə uyğun olardı. Bildiyimiz kimi investisiya qoyuluşlarını şərtləndirən mühüm amillərdən biri də müvafiq hüquqi bazanın formalaşdırılmasıdır. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” və “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları Azərbaycanda investisiya proseslərinin tənzimlənməsinin əsas hüquqi bazasını təşkil edir. “İnvestisiya fondları haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu Azərbaycan Respublikasında investisiya fondlarının hüquqi statusu, yaradılması və idarə edilməsinin əsasları, dövlət qeydiyyatına alınması və həmçinin, fəaliyyətinə nəzarət xüsusiyyətlərini, habelə tərəflərin hüquq və vəzifələrini müəyyən edir və bu sahədəki digər münasibətləri tənzimləyir. Bunlardan başqa başqa normativ-hüquqi aktlar da vardır ki, onlar da investisiya proseslərinin tənzimlənməsində bu və ya digər dərəcədə istifadə olunur. Müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatına xarici investisiyaların cəlb edilməsi ölkə

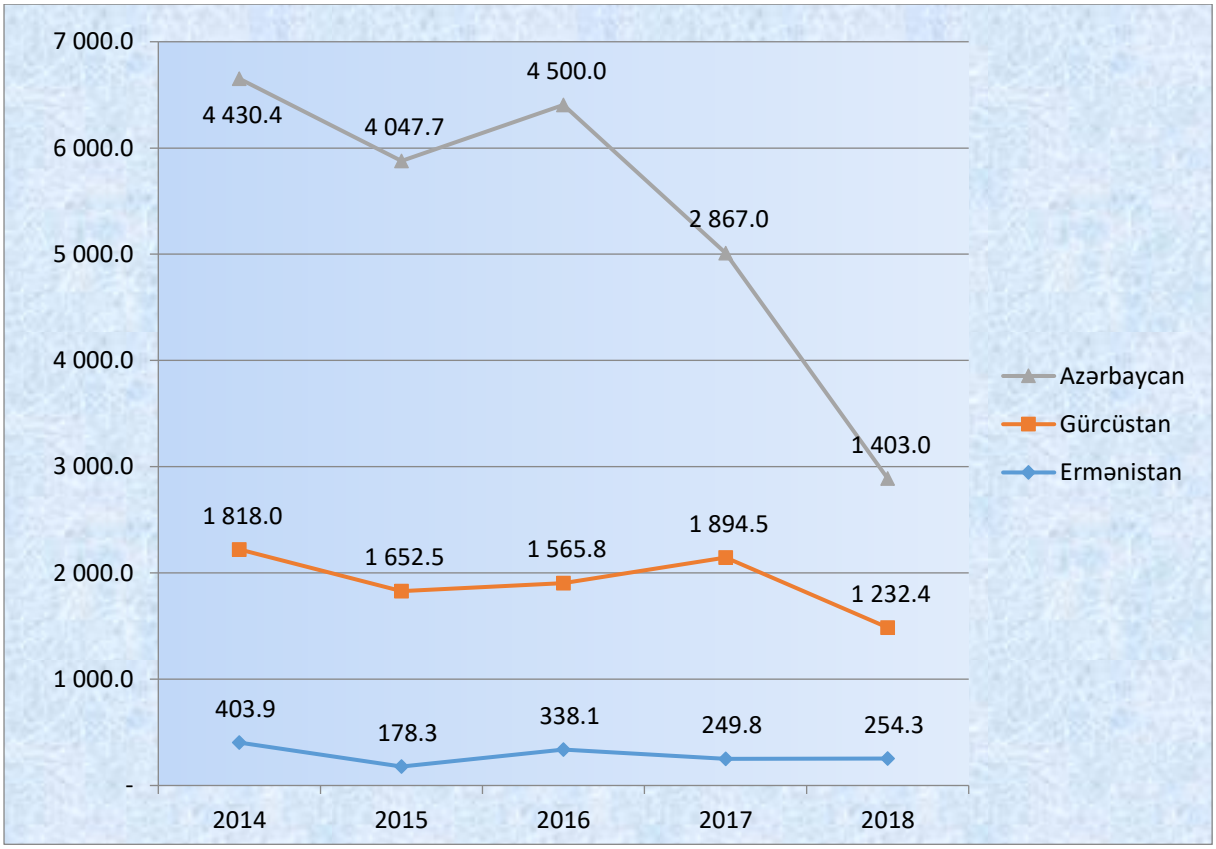
hökümətinin qarşısında duran və həlli vacib olan məsələlərdən biri hesab olunur. Bu istiqamətdə görülməli ən önəmli işlərdən biri xarici investorlar üçün milli rejimin formalaşdırılmasıdır. Əlverişli və səmərəli investisiya mühitinin formalaşdırılması üçün hüquqi-normativ bazanın təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə mövcud qanunvericilik təhlil olunmalı və xarici investorlar üçün nəzərdə tutulmuş dövlət təminatları yenidən dəyərləndirilməlidir (Şəkərəliyeva, 2013).

Analiz

Ümumiyyətlə, xarici iqtisadi əlaqələrin artması və coğrafiyasının daha genişlənməsi milli iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə birbaşa xarici investisiyaların cəlbini və bu sahələrə xarici investorların cəlb edilməsi proseslərini sürətləndirir. Azərbaycan 2018-ci il ərzində Gürcüstan iqtisadiyyatına ümumi olaraq 240 mln.dollar miqdarında investisiya qoymuşdur. Bu haqda Gürcüstanın Milli Statistika İdarəsinin başlıca hesabatında məlumat verilir. Həmçinin, sənəddə qeyd olunur ki, xarici investisiyalarda ölkəmizin payı 19,5 faiz təşkil edib və Azərbaycan 2015-ci ildən "Gürcüstanın bir nömrəli investoru" fikrini qoruyub saxlamaqdadır. 2019-cu il Azərbaycanla Gürcüstan arasında ticarət dövriyyəsi artaraq 580 mln. dollara çatıb. 700-dən çox Azərbaycan şirkətinin Gürcüstanda uğurlu fəaliyyətini vurğulayan iqtisadiyyat naziri diqqətə çatdırıb ki, Azərbaycanda 300-dən artıq Gürcüstan şirkəti fəaliyyət göstərir. İndiyədək Azərbaycandan Gürcüstana 3,2 mlrd. ABŞ dolları investisiya yatırılıb və Azərbaycan şirkətləri qonşu ölkədə əsas vergi ödəyicilərindəndir(İstinadlar: Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi saytı https://economy.gov.az/, https://banker.az/az%C9%99rbaycan-turkiy%C9%99-iqtisadiyyatina-14,5-milyard-dollar-investisiya-yerl%C9%99sdirib/ , Gürcüstanın Milli Statistika İdarəsinin rəsmi saytı https://www.geostat.ge/en).

Ümumilikdə, Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatında cəlb olunmuş birbaşa xarici investisiyaların neft-qaz və qeyri neft-qaz sektorları üzrə müqayisə apardıqda daim kıskin fərq yaranırdı. Lakin, son illərdə aparılan iqtisadi islahatlar nəticəsində birbaşa xarici investisiyaların qeyri-neft sektorunda ötən illərə nisbətən qismən payının artığını müşahidə etmək mümkündür. Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların həcmini müəyyən etmək üçün bir sıra əlavə təhlillər aparılmalıdır. Bunun üçün Dünya İnvestisiya Statistikasına nəzər salmaq lazımdır. 2019-cu ildə açıqlanan statistik hesabata əsasən, Azərbaycan Respublikasının və Cənubi Qafqazın digər 2 ölkəsi Gürcüstan və Ermənistan iqtisadiyyatında qeydə alınan birbaşa xarici investisiyaların həcminə və onların müqayisəsinə nəzər salaq. Aşağıdakı diaqramda Cənubi Qafqaz regionun bu 3 ölkəsinin 2014-cü və 2018-ci illər aralığında qeydə alınan birbaşa xarici investisiyaların həcmi qeyd olunmuşdur (mln. dollar ilə):

Diaqram 1. Cənubi Qafqaz regionu üzrə 2014-2019-cu illər üzrə ölkələrin iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların həcmi (mln. dollar ilə).



Mənbə: "World Investment Report 2019" https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2460 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır. (31.03.2020)

"World Investment Report 2019" –un məlumatları əsasında hazırlanan Diaqram 2-də Cənubi Qafqaz regionu üzrə birbaşa xarici investisiyaların 2014-2019-cu illər ərzində beşillik statistikası əks olunmuşdur. Bu diaqram əsasında Cənubi Qafqaz regionu ölkələri olan Azərbaycan, Gürcüstan və Ermənistanın illər ərzində ölkə iqtisadiyyatına cəlb etdiyi birbaşa xarici investisiyaların miqdarını müqayisə etmək mümkündür. Buradan göründüyü kimi, Azərbaycan Respublikası öz iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların həcminə görə digər ölkələrə nisbətən aşkar fərqlə irəlidədir. Bu investisiyaların böyük miqdarı neft-qaz sektoruna yatırılmışdır. Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatına birbaşa xarici investisiyaların miqdarı 2014-cü ildə 4430.4 mln. dollar həcmində olmuşdur. 2015-ci ildə isə bu məbləğ azalaraq, 4047.7 mln. ABŞ dollarına enmişdir. Ümumiyyətlə, 2014-cü ildən etibarən dayanmadan neftin qiymətlərinin düşməsini nəzərə alsaq bu çox yaxşı göstəricidir. 2016-cı ildə isə son 5 ilin ən yüksək göstəricisi 4500.0 mln. ABŞ dolları məbləği qeydə alınmışdır. Sonrakı illər ərzində isə 2017-ci ildə 2867.0 mln. dollar və 2018-ci ildə 1403.0 mln. dollar həcmində olaraq, eniş yaşamışdır. Gürcüstana nəzər saldıqda isə birbaşa xarici investisiyaların daha çox xidmət və turizm sahələrinə yönləndirildiyini müşahidə etmək mümkündür və bunun nəticəsidir ki, 5 il ərzində birbaşa xarici investisiyaların həcminə kəskin fərqlər müşahidə olunmayıb. Gürcüstan iqtisadiyyatına 2014-cü ildə 1818.0 mln. dollar məbləğində, 2015-ci ildə 1652.5 mln. dollar məbləğində və 2016-cı ildə isə 1565.8 mln. ABŞ dolları miqdarında birbaşa xarici investisiya yatırımları olmuşdur. Bu 3 il ərzində birbaşa xarici investisiyaların həcminin azalan meyildə olduğunu görmək mümkündür. Lakin, 2017-ci ildə 5 ilin ən yüksək göstəricisi 1894.5 mln. ABŞ dolları məbləğində birbaşa xarici investisiyalar qeydə alınmışdır. Maraqlıdır ki, 2018-ci ildə

Gürcüstanda da eynilə Azərbaycanda olduğu kimi 5 ilin ən aşağı göstəricisi 1232.4 mln ABŞ dolları məbləğində birbaşa xarici investisiyalar qeydə alınmışdır. Bu regionda ən aşağı göstəricilər Ermənistan iqtisadiyyatında birbaşa xarici investisiyaların həcmində qeydə alınmışdır. Rəqəmlərə baxdıqda və regionun digər ölkələri ilə müqayisə etdikdə burada mövcud vəziyyətin necə acınacaqlı olmasını görmək mümkündür. 2014-cü il üçün 403.9 mln. ABŞ dolları, 2015-ci il üçün 5 ilin ən aşağı göstəricisi 178.3 mln. ABŞ dolları qeydə alınmışdır. 2016-cı il üçün 5 ilin ən yüksək göstəricisi olaraq 338.1 mln. dollar, 2017-ci il 249.8 mln. , 2018-ci ildə isə 254.3 mln. ABŞ dolları həcmində birbaşa xarici investisiyaların həcmi qeydə alınmışdır (https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2460,https://www.geostat.ge/en).

Nəticə

Azərbaycan dövləti hal-hazırda ölkə iqtisadiyyatının hər hansısa sahələrinin rekonstruksiya olunması layihələrini maliyyələşdirmək üçün yetərli xarici investisiya ehtiyatlarına malik deyil. Ümumilikdə, Cənubi Qafqaz regionu üzrə üstün mövqedə olsa da iqtisadiyyatın neftdən asılı olması və birbaşa xarici investisiyaların əksər hissəsinin məhz neft-qaz sektoruna yönəldilməsi bunları söyləməyə əsas verir. Məhz buna görə də, neft gəlirlərinin daha səmərəli istifadə olunması, onun perspektiv imkanlarını artırır. Neft gəlirlərinin dövlət proqramları əsasında prioritet sahələrə - qeyri-neft sənayesi sahələrinə və Azərbaycanda sahibkarlıq müəssisələrinin səhmlərinə yönəldilməsi optimal variant hesab olunur. Neft sektoru dövlət gəlirləri və əhali gəlirlərinin formalaşmasında əsas bölgü və yenidən bölgü mexanizmləri vasitəsilə formalaşır və inkişaf edir. Neft gəlirləri yığım və istehlak məqsədi ilə bölündükdə təkrar istehsal prinsipi formalaşır. Bugünkü istehlak və perspektiv gəlirlər arasında keçidin formaları və məzmunu, onun bölgüsü və yenidən bölgüsü mexanizmlərinin effektini əks etdirir. Neft sahəsi perspektiv gəlirlərin yaranması üçün ilkin kapital rolunu oynamalıdır. Əgər Azərbaycan iqtisadiyyatında istehlak sferasında sırf neft gəlirləri istifadə olunsa, onda perspektiv gəlirlərin mənbəyi azalmaq təhlükəsi ilə üz-üzə qalar və bu da ölkə iqtisadiyyatında geriləməyə səbəb olar. Bunun üçün də neft gəlirlərinin səmərəliliyi onun perspektiv gəlirlərdəki rolu ilə hesablanır. Bu gün Azərbaycanda neft gəlirləri dövlət büdcəsinin Sosial Müdafiə Fondunun qaçqınlar və köçkünlər üçün birdəfəlik xərcləri kimi və yaxud müntəzəm maliyyə mənbəyinin oynadığı kimi onun özünün sahə kimi təkrar istehsalı bölgü sistemində qlobal və yerli proporsiyaları yaradır. Xarici və daxili investisiyaların daim dəyişməyə meyilli olması gəlirlərin bölgüsünün xarakterinin formalaşmasında da müstəsna əhəmiyyət kəsb edir. Neft gəlirlərinin istifadə olunmasından əvvəl onun həcmini və artımını nəzərə almaqla qorunması üsullarının səmərəli variantlarını tərtib etmək metodologiyasını hazırlamaq çox vacibdir. Neft gəlirlərinin həcminin müəyyən olunması və onun məqsədli istifadə olunması ölkə iqtisadiyyatının kompleks inkişafı və strateji məqsədlərinin əsasında özünün spesifik xüsusiyyətlərini kəsb edir. Xüsusilə də, neft gəlirlərinin qeyri-neft sektorunun inkişafında və birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində effektivliyinin təmin olunması bu plan və strateji məqsədlərin əsas istiqamətini müəyyən edir. Onun artım tempinə uyğun olaraq istifadə tempini artırmaq və onun istifadəsi zamanı əldə edilən effektini dünya banklarında saxlamaqdan əldə olunan gəlirlərdən çox olması məqamlarını da qiymətləndirmək və bu gəlirlərin birbaşa xarici investisiyaların cəlb olunması istiqamətinə yönləndirmək vacibdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əzizova, G. (2012). Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti. Bakı, "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı.
2. Sabiroğlu, N. (2006). Qloballaşma və xarici investisiyalar. Bakı, "Qloballaşan Azərbaycan" Sivil İnkişaf Mərkəzinin Kitabxanası.
3. Şəkərəliyeva, Z. (2013). Keçid iqtisadiyyatında xarici investisiya qoyuluşunun zəruriliyi və onun nəzəri aspektləri. Bakı, "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı.
4. İsayev, S. (2011) İnvestisiya fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi. Bakı, "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı.
5. "World Investment Report 2019"
6. https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2460
7. Gürcüstan Rəsmi Statistika Komitəsinin elektron portalı - https://www.geostat.ge/en
8. https://www.worldbank.org/
9. https://economy.gov.az/
10. https://banker.az/

Milli İqtisadiyyatın Təhlükəsizlik Problemləri

Kənan Məmmədov

kananmammadli1@gmail.com

Xülasə

Dövlətin iqtisadiyyatı güclüdürsə o dövlət hər şeyə qadirdir. Modern dünya siyasi-iqtisadi anlayışında da artıq dövlətlərə keçmiş şöhrəti, qüdrəti, tarixi varisliyi ilə yox, onun bu günə mövcud olduğu hazırki iqtisadi vəziyyəti və inkişaf perspektivləri ilə yanaşırlar. Belə dövlətlərə beynəlxalq iqtisadi-maliyyə korporasiyaların, beynəlxalq təşkilatların münasibəti və etimadı da başqa formadadır. Qeyd edək ki, çoxprizmalı yanaşmaların mövcudluğu, beynəlxalq münasibətlərdə (istər iqtisadi, istər siyasi, istər humanitar, ümumiyyətlə bütün sahələrdə) tərəflərin-dövlətlərin hər an rəylərində öz mənfəətlərini əsas tutduğu, beynəlxalq münasibət və dövlətlərarası münasibətlər standartların zaman, məkan və tərəfdaşlara görə tez-tez dəyişdiyi bir dünyada ömür sürürük. Milli iqtisadiyyatın canlanması Azərbaycan Respublikasında iqtisadi islahatları sürətləndirmək, sahibkarlığın inkişafına kömək və dövlətin iqtisadi siyasətinin aparılmasında sahibkarların səmərəli iştirakını həvəsləndirmək baxımından Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun yaradılması, düzgün və uzunmüddətli neft və qaz sazişlərinin icrası nəticəsində böyük miqdarda valyuta sərvətlərinin ölkəyə gəlişini və digər gəlirlərin toplanması və səmərəli idarə edilməsi, bu vəsaitlərin öncül sahələrin inkişafına və sosial-iqtisadi cəhətdən vacib önəm daşıyan layihələrin həyata keçirilməsinə yönəldilməsini təmin etmək məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının Dövlət Neft Fondu yaradılmasının məntiqi nəticəsi olaraq mümkün olmuşdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, milli iqtisadiyyatın inkişafı təhlükəsizlik baxımından problemlərlə doludur.Bu problemi məhz inkişafın dinamikası müəyyən edir. Məqalədə milli iqtisadiyyatın təhlükəsizlik problemləri araşdırılmışdır.

Açar sözlər: İqtisadiyyat, Beynəlxalq Münasibətlər, Dövlət, İnkişaf.

Giriş

İqtisadi inkişaf Azərbaycanda davamlı xarakter daşıyır. Ölkənin xarici borcu onun strateji maliyyə ehtiyatlarından olduqca çoxdur. Yeni iş yerləri iri dövlət investisiyaları hesabına açılır, bu da öz növbəsində işsizliyi əhəmiyyətli dərəcədə azaldır. Azərbaycanda aparılan nəqliyyat infrastrukturunun yenilənməsi, geniş abadlıq-quruculuq işləri, sahibkarlara və iş adamlarına dövlətin güzəştli kreditlər verməsi kənd təsərrüfatı və sənayenin inkişafına səbəb olur. Həyata keçirilən bütün bu tədbirlər hökumətin böhrana qarşı səmərəli tədbirlərindən xəbər verir. Dövlət investisiyalarının artırılması və qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəldilməsi onu deməyə əsas verir ki, hökumət neftdən gələn gəlirlərdən çox düzgün istifadə edir.

Təbii sistemlər, milli iqtisadiyyat kimi, əldə edə biləcəkləri inkişafın məhdud olduğu bir mühitdə fəaliyyət göstərir. 1970-ci illərin əvvəllərində Forrester, Con Sterman və digər sistem mütəxəssisləri bu konsepsiyanı sənaye və dünya məsələlərini modelləşdirmək üçün istifadə etdilər. Burada tükənən qaynaqlar, çirklənmə kimi şərtlərin iqtisadi inkişafa mane ola biləcəyini tapdılar. Bu analitiklər təhsil, məşğulluq, sosial sabitlik və texnoloji tərəqqi kimi “sosial ehtiyaclar” a məhdudiyyətlər tətbiq etdilər. Sistem dinamikası mütəxəssisi Con Sterman izah etmişdilər ki, bu hədlər bir mühitin “daşıma qabiliyyətinin ekoloji konsepsiyası” kimi nəzərdən keçirilir. Burada iqtisadiyyatın və xüsusilə, milli iqtisadiyyatın problemlərindən biri hər hansı bir çətinliyi tam şəkildə daşıya bilməməsinin səbəbi onun yetərincə rəqabətə qabil olmamasındadır.

İqtisadi sistemdəki məhdudiyyətlər pul, qiymətlər və ya inam kimi bir emosional resurs daxil olmaqla bir çox elementə tətbiq olunur. Gördüyümüz kimi, iqtisadi böhran zamanı bəzi məhdudiyyətlər ləğv edildi.

İndiki qlobal iqtisadi dövrdə milli sərhədlər azalmaqdadır və təkcə bir bölgənin sərhədləri arasında deyil, həm də ölkələr boyu baş verir. Bununla birlikdə, iqtisadi rəqabətin məkan çərçivəsində regional imkanlar aspekti də əhəmiyyət qazanmışdır. İqtisadi qarşılıqlı əlaqənin sosial bağlılığının fərqində olması (Grabher, 1993) bölgələrin öyrənmə və biliklərə əsaslanan iqtisadi böyümə üçün əsas ərazi bazası kimi tanınmasına daha bir təkan verir.

Milli iqtisadiyyatın inkişafında neft və digər sektorlar mühüm yer tutur. XXI əsrin onuncu illərində iqtisadiyyatın artım səviyyəsinə görə dünya öncülü olmuş, milli inkişafın bütün istiqamətlərində önəmli uğurlara imza atmış Azərbaycan zamanın iqtisadi gerçəkliklərinə hər zaman çevik münasibəti ilə fərqlənmişdir.

Qloballaşma, milli iqtisadiyyatların ticarət, kapital axını, xarici birbaşa sərmayə, miqrasiya və texnologiyanın yayılması yolu ilə beynəlxalq iqtisadiyyata inteqrasiyası kimi qiymətləndirilir (Bhagwati, 2007). Qloballaşma yeni bazarlar, xammal mənbələri və daha ucuz işçi qüvvəsi üçün inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyata genişlənməyə çalışan inkişaf etmiş ölkələrdəki təşkilatlarla başladı (Rowley and Benson, 2000). Tənqidçilər əvvəlcə qaydaları müəyyən edən şirkətlər və ölkələrin üstünlüklərin çox hissəsini qazanacağını proqnozlaşdırmışdılar.

İqtisadi inkişaf, sadə, az gəlirli milli iqtisadiyyatların müasir sənaye iqtisadiyyatlarına çevrildiyi prosesdir. Termin bəzən iqtisadi böyümənin sinonimi kimi istifadə olunsa da, ümumilikdə keyfiyyət və kəmiyyət yaxşılaşdırmaları daxil olmaqla bir ölkənin iqtisadiyyatındakı bir dəyişikliyi təsvir etmək üçün istifadə olunur. İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsində primitiv və kasıb iqtisadiyyatların inkişaf etmiş və nisbətən çiçəklənən ölkələrə necə çevrilə bilməsi, inkişaf etməmiş ölkələr üçün çox vacibdir və ümumiyyətlə bu baxımdan iqtisadi inkişafla bağlı məsələlər qeyd edilmişdir.

Metod

Milli iqtisadiyyatın inkişafı cəmiyyət və dövlətin qarşılıqlı əlaqəsi olmadan baş verə bilməz. Belə ki, maliyyə sisteminin təkmilləşməsi, alış-veriş imkanının genişliyi buna təkan vermiş olur. Bir ölkənin milli iqtisadiyyatı əslində kiçik və orta sahələrə əsaslanır. Bunlar bütün milli iqtisadiyyatların əsaslarıdır. Milli iqtisadiyyatlar genişlənən qlobal iqtisadiyyatla əlaqəlidir. İqtisadi inkişafın qısamüddətli faydaları açıq-aydın görünür: qazanc əldə edən müəssisə və millətlər nə qədər çox olsa, fərdlərin iş yeri və mənbələri bir o qədər çoxdur və həyat səviyyəsi daha yüksəkdir. İş yerləri olan insanlar daha çox mal və xidmətlər istehlak edir. İstehlak olunan daha çox mal və xidmətlər iqtisadiyyatı bəsləyir və dövr davam edir.

Bu araşdırmanın məqsədi milli iqtisadiyyatın təhlükəsizlik problemlərini, milli iqtisadiyyatın inkişafını aşkar etməkdir. Bu zaman analiz, sintez, sistemli əlaqəlilik, müqayisəli təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

Milli iqtisadiyyatın təhlükəsizlik problemlərini müəyyən etmək üçün araşdırmada qurulan fərziyyələr aşağıdakılardır:

1.Milli iqtisadiyyatın inkişafı dövlətin inkişafına müsbət təsir göstərir.

2.Milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyinin təmin edilməsi beynəlxalq münasibətlərin inkişafına təkan verir.

3.Milli iqtisadiyyatda əsas yeri tutan idxal və ixrac prosesləri təhlükəsizlik baxımdan daim nəzərdə saxlanılmalıdır.

4.Milli iqtisadiyyatın dinamik inkişafı onun təhlükəsizlik problemlərinin həllinə kömək edir.

Tədqiqatın məqsədi milli iqtisadiyyatın inkişafı və təhlükəsizlik problemlərini başa düşməkdir. Bu məqsədlə Qərb iqtisadi ədəbiyyatında iqtisadi təhlükəsizlik anlayışı araşdırılmışdır. "Bazar modeli"nin əsas xüsusiyyətləri və rolu təhlil edilmişdir.

İqtisadi təhlükəsizlik adətən milli iqtisadiyyatın dünya iqtisadi böhranları şəraitinə dözümlülüyünün təmin edilməsi kimi izah edilir. Son onilliklərdə, inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatlarında qloballaşma prosesi ilə əlaqədar baş verən dərin struktur dəyişiklikləri nəticəsində iqtisadi təhlükəsizlik anlayışına milli iqtisadiyyatın və ya onun aparıcı sahələrinin dünya bazarlarında rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin edilməsi kimi vacib əlamət də əlavə edilmişdir. Digər tərəfdən, "bazar modeli"nin bir sıra tərəfdarları hesab edir ki, cəmiyyətin normal (ekstremal yox) inkişafı şəraitində "iqtisadi təhlükəsizlik" anlayışından istifadə etməyin mənası yoxdur, çünki, "iqtisadi təhlükələr"in mövcudluğu bazar iqtisadiyyatının inkişafının zəruri şərtlərindən biridir (Əliyev, 2007).

Analiz

Milli iqtisadiyyat gələcək iqtisadiyyatın arzuolunan vəziyyəti, bu dövlətin əldə ediləcəyi müddət çərçivəsində və resursların səfərbər edilməsinə və bölüşdürülməsinə təsir göstərən bir sıra siyasi institutlardan ibarətdir.

İqtisadi strategiyalar resursların (təklifin) həcminə və quruluşuna, tələbatın həcmi və quruluşuna və / və ya gəlirlərin bölüşdürülməsinə təsir göstərməklə iqtisadi göstəricilərə təsir edə bilər. Dünyadakı ümumi daxili məhsulun (ÜDM) 10-30 faizini istehlak edən və köçürmə ödəmələri olaraq əlavə miqdar xərcləyən hökumətlərlə, hökumətlərin qaynaqların səfərbər edilməsində əhəmiyyətli bir təsiri olmayan bir vəziyyəti təsəvvür etmək çətindir. Bu iştirakın qaçılmaz olduğunu nəzərə alaraq, əsas strategiya, resursların səfərbər edilməsinə və ya ayrılmasına dair fərdi qərarlara minimum təsir göstərməsi üçün hökumətin bu vəsaiti toplamağı və xərcləməsini hədəflədiyi strategiya ola bilər.

Milli iqtisadiyyatın inkişafı bir millətin aztəminatlı (yoxsul) iqtisadiyyatından yüksək gəlirli (zəngin) iqtisadiyyata yüksəlməsidir. Yerli həyat keyfiyyəti yaxşılaşdıqda, daha çox iqtisadi inkişaf olur. Sosial elm adamları iqtisadi inkişafı öyrənəndə çox şeyə baxırlar. Burada ölkənin strukturu, beynəlxalq əlaqələri əsas yer tutur.

Milli iqtisadi inkişaf ümumi iqtisadi inkişafın bir qoludur. Milli iqtisadi inkişaf iki vacib anlayışa əsaslanır. Birincisi, ümumi iqtisadi inkişaf insan, sosial və fiziki ehtiyatların inkişafında əsas yer olmalıdır. İkincisi, yerli mənbələr, xüsusən insan və təşkilati, hər hansı bir inkişaf fəaliyyətinin əsası olmalıdır. Cəmiyyətdə iqtisadi inkişaf ideyası, bu aktivləri kapital cəlb edici olaraq dəyişdirərək əsas yerli qaynaqlardan yeni sərvət toplamaqdır. Bu, yerli sənətkarları və sahibkarları inkubasiya etmək üçün yerli binanı yenidən istifadə etməklə və qüruru bərpa edən və yerli insanlara öz iqtisadi taleyinə nəzarət etmək üçün daha çox iqtisadi güc verən digər strategiyalarla həyata keçirilə bilər.

Milli iqtisadi inkişafın öz qaydaları var. İnsanlar iqtisadi inkişafın təbii qanununu bildikdən sonra dövlətin iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün tədbirləri var. Birincisi, iqtisadiyyatın təbii inkişaf

qanunlarına uyğunlaşmaq və onun müsbət funksiyalarını işə salmaq; ikincisi, milli güc vasitəsilə mənfi təsirlərini məğlub etməkdir. Bunun səbəbi, bir ölkənin üst quruluşu bütün cəmiyyətin ümumi iqtisadi bazasını, ümumi məhsuldarlığı və ümumi istehsal münasibətlərini ifadə edir, buna görə məsuliyyət daşıyır. Buna görə, ölkə makro istehlak zəncirini (dəyər zəncirini) əlaqələndirə bilən və istehlak zəncirinin yaxın əlaqələrinin əlaqələndirilmiş və elmi inkişafını təmin edə biləcək yeganə qüvvədir. Digər tərəfdən, biz də bilməliyik ki, bir ölkə iqtisadiyyatın təbii qanuna elmi şəkildə müdaxilə edə bilmədikdə istehlak zənciri tarazlıqdan çıxır və iqtisadi böhran baş verir (Əliyev, 2002).

Milli iqtisadi inkişaf yalnız mülkiyyət hüququ və alıcıların və satıcıların bazarlarda mal mübadiləsi edə biləcəyi qanunlar kimi rəsmi qurumların mövcudluğunu deyil, həm də mübadilə, əmanət və investisiya qoyuluşunu təşviq edən müəyyən normaları və ya sosial dəyərləri nəzərdə tutur. Beləliklə, iqtisadi davranış üçün mədəni bir ölçü var. Mədəniyyətə müxtəlif tərifl ər verilmişdir, lakin burada insan cəmiyyətlərini xarakterizə edən qeyri-rəsmi ortaq dəyərləri, normaları, mənaları və davranışları ifadə etmək üçün istifadə ediləcəkdir. İnkişafın mədəni tərkib hissəsinin nə qədər vacib olduğu uzun müddət ictimai elmlər arasında mübahisə mövzusu olmuşdur.

Bizim fikirimizcə, iqtisadi təhlükəsizliyin ənənəvi göstəriciləri aşağıdakılardır:

1.Həyat səviyyəsi və keyfiyyəti;

2.İnflyasiyanın tempi;

3.İşsizlik norması;

4.İqtisadi artım;

5.Büdcə kəsirliyi;

6.Dövlət borcu;

7.Dünya iqtisadiyyatına qovuşmaq səviyyəsi;

8.Qızıl-valyuta ehtiyatlarının səviyyəsi.

Milli iqtisadi inkişaf, əksər insanların çox məhdud resursları və seçimləri olan yerlərdən, daha çox qaynaq və seçim sahibi olduqları ölkələrdən iqtisadiyyatların çevrilməsi prosesidir. Buna görə iqtisadi inkişaf, inkişaf etməkdə olan ölkələrin konkret vəziyyətlərini əks etdirmək üçün dəyişikliklərlə, demək olar ki, bütün sahələri əhatə edir.

Milli iqtisadi inkişaf, əmək məhsuldarlığını artıran və əməliyyat xərclərini azaltan infrastruktur və qurumda yaxşılaşdırılmış davamlı texnoloji yenilik və sənaye yenilənməsi ilə struktur çevrilmə prosesidir. Orta gəlirli bir ölkənin hökuməti üçün texnoloji yenilik və sənaye yenilənməsini asanlaşdırmaq üçün məhdud dəyişikliklərdən istifadəni prioritetləşdirmək üçün sənaye siyasəti struktur dəyişikliyində xas xarici və koordinasiya məsələlərini aradan qaldırmaqla vacibdir. Orta gəlirli bir ölkədəki sənaye sahələri qlobal texnologiya sərhədinə qədər olan məsafədən asılı olaraq beş müxtəlif növə təsnif edilə bilər: cəlbedici sənaye, qabaqcıl sənaye, müqayisəli üstünlük itirən sənaye, qısa innovasiya dövrü sənayesi, müqayisəli üstünlük - strateji sahələrə kömək etmək. Sənaye siyasəti buna uyğun aparılmalıdır.

Müstəqilliyimizin ilk illərində dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin dövlət proqramlarına uyğun olaraq Azərbaycan Respublikasında mülkiyyətin 30%- nin dövlətin sərəncamında saxlanılması,70%-

nin isə özəl sektorda formalaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Bu vəzifə dövlət proqramlarında nəzərdə tutulduğu müddətdə reallaşdırılmışdır (Əliyev, 2003).

Bu gün Azərbaycan iqtisadiyyatında quruluş dəyişikliyi baxımından gündəmdə olan mühüm məsələlərdən ən mühümü qeyri-neft sektorunun üstün inkişaf etdirilməsi, neftdən asılılığı minimuma endirməkdən ibarətdir. 2015-ci ilin III kvartalının nəticələrinə görə ÜDM-də qeyri-neft sektorunun payı 70% -i ötüb keçmişdir, qeyri-neft sektorunda artım 7%, bütövlükdə iqtisadiyyatda artım isə 4% təşkil etmişdir. Dünya bazarında neftin qiymətinin 2 dəfədən çox aşağı düşməsinə və Respublikamızda onun hasilatının azalmasına baxmayaraq ixracatımızın əhəmiyyətli hissəsi (90%-dən çoxu) yenə də neft sektorunun payına düşür.

Milli iqtisadiyyatın strateji yol xəritəsinə uyğun olaraq qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı bu sahədə ixrac yönümlü məhsulların istehalının təçkil edilməsi strateji istiqamət olmaqla yanaşı iqtisadiyyatının rəqabətə dözümlülüyünün və milli iqtisadiyatın iqtisadi təhlukəsizliyinin təmin edilməsinin mühüm amillərindən birinə çevriləcək.

Ölkəmizdə nəqliyyat sektorunun inkişaf etdirilməsi, Qədim “İpək yolunun” bərpası, Neft-qaz boru kəməri şəbəkələrinin genişləndirilməsi, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir işinin başa çatdırılması, Azərbaycanın Asiyanı Avropaya birləşdirən nəqliyyat dəhlizi rolu oynaması nəqliyyat sektorunun ÜDM-də payını artırmaqla ümumi iqtisadi inkişafa təkan verəcək.

Milli iqtisadiyyatın strateji yol xəritəsinə uyğun olaraq İnkişaf etdirilməsi prespektivli hesab olunan qeyri-neft sektorunun struktur sahələrindən biri də turizmdir. Azərbaycanın təbii-coğrafi şəraiti imkan verir ki, ilin bütün fəsillərində qış-yay turizmi təşkil edilsin. Turizmin təşkili ayrı-ayrı insanların fərdi təşəbbüsü şəklində deyil, dövlət proqramlarına uyğun həyata keçirilməlidir.

Bu gün iqtisadi ədəbiyyatda xarici dövlət borcunun ölkənin ÜDM-ə nisbətinin təhlükəliliyinin kəmiyyət müəyyənliyi haqqında yekdil fikir yoxdur. Hətta bəzi ölkələrin xarici borcları onların ÜDM-ə bərabər bir səviyyədədir. Azərbaycan Respublikasının prezidenti cənab İ.H.Əliyev 2015-ci ildə bir sıra mötəbər tədbirlərdə çıxışlarında qeyd etmişdir ki, Azərbaycan Respublkasının xarici dövlət borcu ölkənin ÜDM-nin 10 faizindən bir az çoxdur. Bu borcu qısa bir müddətdə mənim bir sərəncamımla (İ.H.Əliyev) ödəmək mümkündür. Lakin, xarici dövlət borcu beynəlxalq maliyyə qurumları, digər ölkə və təşkilatlarla səmərəli əməkdaşlığın bir forması olduğundan Azərbaycan Respublikası da bu mexanizmdən öz real gerçəkliyinə və tələbatına uyğun istifadəni məqsədəuyğun hesab edir.

Yol xəritəsində nəzərdə tutulduğu kimi milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi də iqtisadi təhlükəsizliyini təmin edən amillərdən hesb oluna bilər. Davos beynəlxalq forumunda qeyd edilmişdir ki, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabətə dözümlülüyünə görə 38-ci yerdədir.

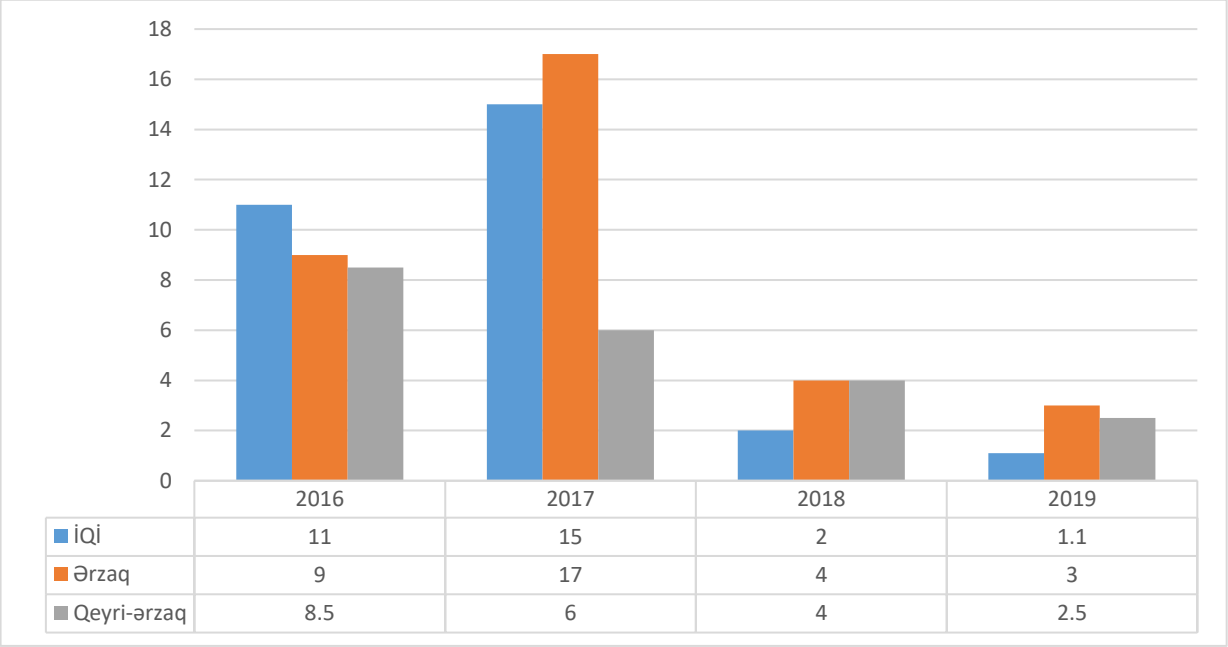
Dünyada kifayət dərəcədə inteqrasiya birlikləri var. Bu inteqrasiya birlikləri müxtəlif xarakterlidir: siyasi, hərbi, iqtisadi. Bu və ya digər beynəlxalq birliklərə inteqrasiya edən hər bir ölkə ilk öncə milli maraqlarını, hərbi-siyasi maraqlarını, bütövlükdə milli təhlükəsizliyini nəzərə almalıdır. Balanslaşdırılmış siyasət yeritməklə bir neçə birlikdə təmsil olunmaq da istisna deyil.Azərbaycan resbuplikası MDB, Avropa İttifaqının müxtəlif qurumları, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, İslam Konfransı Təşkilatı və digər qurumlarda təmsil olunmaqla bir sıra ciddi təhlükəsizlik problemlərini həll etməyə nail olmaq mümkündür.

Ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə təsir imkanına malik olan amillərdən biri kimi investisiyalar da diqqəti cəlb edir. Azərbaycan artıq investisiya idxal edən bir ölkədən investisiya ixrac edən bir ölkəyə çevrilib. Ölkəmiz bir sıra iqtisadi layhiələrin investoru kimi çıxış etmək öhdəliyini öz üzərinə götürmüşdür.

Azərbaycan Respublikasının prezidenti cənab İ.H.Əliyev xüsusi ilə iri həcmli kapital qoyuluşu tələb edən TANAP və TAP layihələrinin əsas investoru olmaq təşəbbüsü ilə çıxış etmişdi. Müstəqillik illərimizdə Respublika iqtisadiyyatına təxminən 200 mld. ABŞ dolları civarında investisiya qoyulmuşdur. Ilk dövrlər investisiyaların ümumi həcmində xarici investisiyalar üstünlük təşkil edirdisə də 2007-ci ildən başlayaraq daxili investisiyaların daha çox xüsusi çəkiyə malik olması müşahidə olunur. 2014-cü ildə Azərbaycan iqtisadiyyatına bütövlükdə 27 mld. dollarlıq investisiya qoyulmuşdur ki, onun da təxminən 65-70%-i daxili investisiyanın payına düşmüşdür (Əlirzayev,2005).

İnvestisiyanın təsir imkanlarını araşdırarkən sərmayə qoyulan sahələrin ÜDM-də xüsusi çəkisi də diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. Sərmayə qoyuluşu həmin sahənin məhsul və xidmətinin ÜDM-də xüsusi çəkisinin artımı ilə müşahidə olunmalıdır.

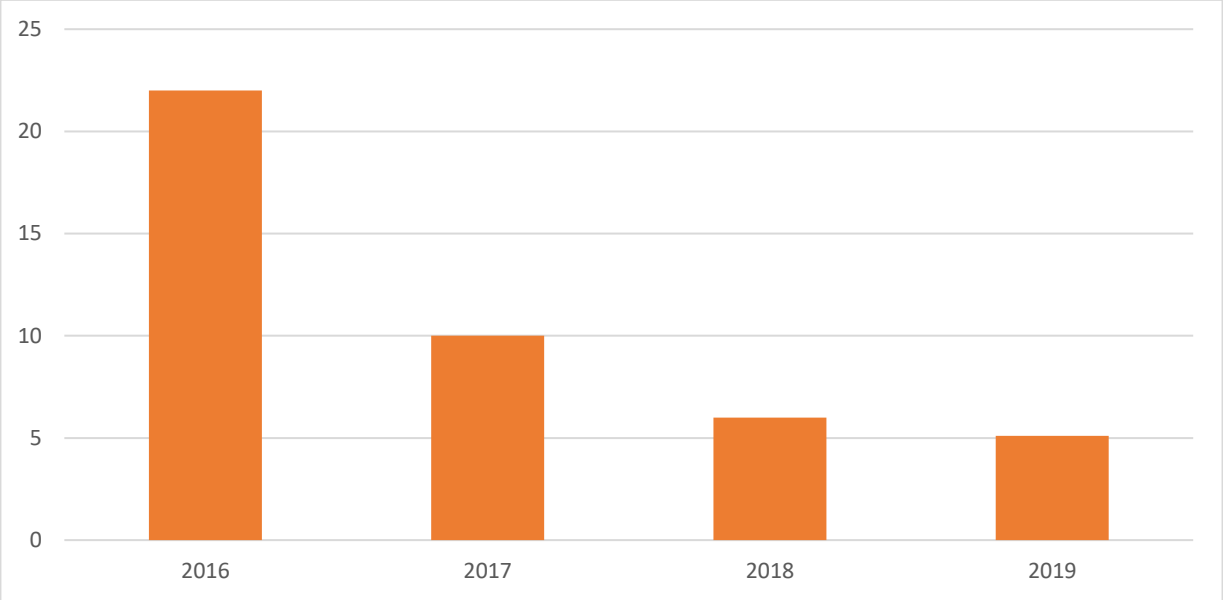
Qrafik 1. İnflyasiya milli iqtisadiyyatın təhlükəsizlik problemi kimi



	2016	2017	2018	2019
İQİ	11	15	2	1.1
Ərzaq	9	17	4	3
Qeyri-ərzaq	8.5	6	4	2.5

Mənbə: https://www.customs.gov.az/ (01.09.2019)

Qrafik 2. İşsizlik milli iqtisadiyyatın təhlükəsizlik problemi kimi



Mənbə: https://www.economy.gov.az/ (01.09.2019)

Nəticə

Nəticələrə əsasən, Azərbaycan Respublikasında bazar mühitinin formalaşdığı indiki şəraitdə dövlət quruculuğunun möhkəmləndirilməsinin əsas şərtlərindən biri həm ölkənin, həm də mülkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi olduğu müəyyən olundu.

Milli təhlükəsizlik, o cümlədən iqtisadi təhlükəsizliklə əlaqədar dövlət başçısı cənab İlham Əliyevin siyasi-hüquqi mövqeyi son vaxtlarda ümummilli maraqlar prizmasından bir sıra direktiv sənədlərdə birmənalı şəkildə öz əksini tapmışdır. Bir neçə il öncə qəbul edilmiş "Milli təhlükəsizlik haqqında", "Korrupsiyaya qarşı mübarizə haqqında", "Kəşfiyyat və əks-kəşfiyyat fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunları və digər normativ hüquqi aktlar bu qəbildəndir.

İqtisadi təhlükəsizliyə milli iqtisadiyyatımızın, ən azı, aşağıdakı problemlərini həll etməklə nail olmaq mümkündür:

- ictimai tələbatların mümkün qədər maksimum dərəcədə ödənilməsi;

- texniki-iqtisadi və texnoloji müstəqillik, eyni zamanda, daxili və xarici hədələrdən ölkənin toxunulmazlığının qorunması;

- dövlətin cari məqsədlərinin dəyişməsindən və onlara uyğun xarici və daxili təhlükələrin müvafiq transformasiyasından asılı olmayaraq, daxili və xarici bazarlarda Azərbaycanın iqtisadi maraqlarının müdafiəsi.

Bizə elə gəlir ki, səbəbindən və miqyasından asılı olmayaraq, iqtisadiyyatı normal məcrasından çıxara biləcək əsas təhlükələri kənarda yox, daxili mühitdə axtarmaq lazımdır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, daxili təhdidlərin müxtəlif olmasına baxmayaraq, iqtisadiyyatın inkişafına daha çox dağıdıcı təsir göstərən faktorlar aşağıdakılardır:

- ölkə iqtisadiyyatının siyasi elitalar, partiyalar və hərəkatlar tərəfindən siyasi qarşıdurma obyektinə çevrilməsi;

- üfqi və şaquli təsərrüfat əlaqələrinin qırılması, bu əlaqələrin idarə olunmasının itirilməsi;

- iqtisadiyyatın texniki-texnoloji bazasının tənəzzülü;

- işsizlik (inflyasiya ilə üst-üstə düşəndə daha təhlükəli olur);

- inflyasiya.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.B., (2005)" Biznesin əsasları".,Bakı, 655 səh.
2. Abbasov A.B., (2010) "Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri". Bakı, 365 s.
3. Abbasov A.B.,(2011) "Biznesin təşkili və idarəedilməsi"- Bakı
4. Ağamalıyev M.Q., Məmmədrzayev M.M., (2011) "Kommersiya fəaliyyətinin təşkili". Dərslik. Bakı, "Səda" nəşriyyatı,
5. Əlirzayev, Ə. (2005). İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər, Bakı, Adiloğlu mətbəəsi.
6. Əliyev, A. (2007). Menecmentin müasir problemləri, Bakı, Şərq – Qərb mətbəəsi.
7. Əliyev, A. (2003). Gömrük işi və dünya iqtisadiyyatının inkişafı, Bakı, Çaşıoğlu mətbəəsi.
8. Əliyev, A. (2003). Azərbaycanın iqtisadi siyasəti. Azərbaycanın xarici ticarət-iqtisadi əlaqələri., Bakı, Qanun mətbəəsi.
9. Əliyev A., Şəkərəliyev Ş. (2002), Bazar iqtisadiyyatına keçid: Dövlətin iqtisadi siyasəti. Bakı, Şərq-Qərb mətbəəsi.
10. Плотников Д.А. (2017) "Инвестирование инновационной деятельности наукоемких высокотехнологичных предприятий". Москва, "ИНФРА-М", 319 с.

Azərbaycan Respublikasında İqtisadi Artımın Təmin Edilməsində Dövlət Siyasətinin Əsas İstiqamətləri

Jalə Şəfizadə

jale.shafizade@gmail.com

Xülasə

İqtisadi artım ölkədə iqtisadi vəziyyəti müəyyən etməyə yardım edən əsas göstəricilərdən biridir. İqtisadi sistemin xarakterindən asılı olmayaraq hər bir ölkə iqtisadi artıma nail olmağa çalışır və bunun nəticəsində müəyyən iqtisadi problemlərin həlli mümkün olur. İqtisadi artım ölkədə iqtisadi inkişafın təminatçısı kimi çıxış edir və iqtisadi inkişafı şərtləndirən əsas amillərdəndir. Bundan əlavə o, sosial məsələlərin operativ həllinin təminatçısıdır və istehsalın genişlənməsində maliyyə imkanı və təminatı yaradır. İqtisadi inkişafa nail olmaq üçün iqtisadi artımın davamlılığı və dinamik tarazlılığının təmin edilməsi vacibdir. İqtisadi artım müəyyən zaman çərçivəsində bir iqtisadiyyatın mal və xidmətlər istehsal etmək gücünün artması deməkdir və cəmiyyət üzvlərinin tələbatlarını ödəmək üçün iqtisadiyyatın məhsuldar potensialının uzunmüddətli genişlənməsini nəzərdə tutur. İqtisadi inkişafa nail olmaq üçün uzunmüddətli iqtisadi artımın təmin edilməsi hər bir dövlətin qarşısında duran önəmli məsələlərdəndir. Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonrakı dövrdə bağlanmış neft müqavilələri ölkənin iqtisadi dirçəlməsi və inkişafı yolunda mühüm rol oynamışdır. 2010-2014-cü illərdə iqtisadi artımın əsas hərəkətverici qüvvəsi qeyri-neft sektoru olmuşdur. Bu dövrdə həyata keçirilən iqtisadi artım modeli sayəsində ölkəmizdə iqtisadi artım tempi yüksəlmiş, qlobal iqtisadi əlaqələr yaxşılaşmış və ölkədə adambaşına düşən milli gəlir artmışdır. Hal-hazırki dövrdə iqtisadi inkişaf yolunda prioritet məsələlər xarici investisiyaların cəlb olunması, əlverişli biznes mühitinin inkişaf etdirilməsi, innovasiya fəaliyyətinə investisiya qoyuluşunun təşviq edilməsi, insan kapitalının inkişafının stimullaşdırılması və s. bu kimi məsələlərdir.

Açar sözlər: İqtisadi artım, İqtisadi inkişaf, İqtisadi siyasət, İnvestisiya

Giriş

İqtisadi artım dedikdə müəyyən zaman çərçivəsində iqtisadi faktorların dəyişməsi nəzərdə tutulur ki, bu göstəricilər sırasında ən önəmliləri Ümumi Daxili Məhsul, Ümumi Milli Məhsul, Milli Gəlir, həmçinin adambaşına düşən Ümumi Daxili Məhsul, Ümumi Milli Məhsul və Milli Gəlir hesab olunur. İqtisadi artım həmişə uzunmüddətli iqtisadi inkişafı təmin edə bilməz. Belə ki, iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün dinamik tarazlı iqtisadi artım əldə edilməlidir.

Bildiyimiz kimi dünyada müxtəlif formada və müxtəlif gücdə iqtisadiyyatı olan ölkələr vardır. Bəzi iqtisadiyyatlar sürətlə böyüyür, bəziləri isə ümumiyyətlə böyümür. Bunun nəticəsində isə müəyyən ölkələr çox zəngin, digərləri isə çox kasıb ola bilir. (Jones&Vollrath,2013).

İqtisadi artım prosesində əsas məqsəd istehsalın real həcminin artırılmasından, rifah vəviyyəsinin yüksəldilməsindən ibarətdir ki, bütün bunlar da iqtisadi inkişafa yol açır. Ölkənin davamlı olaraq iqtisadi böyüməsi milli gəlirə və məşğulluq səviyyəsinə müsbət təsir göstərir və bu da daha yüksək yaşayış səviyyəsinə səbəb olur. İqtisadi artıma təsir edən bir sıra amillər vardır ki, buraya iqtisadi amillər, insan kapitalı, texnoloji inkişaf, təbii ehtiyatlar, coğrafi mövqe və iqlim, demoqrafik amillər, siyasi, sosial və mədəni faktorlar və s. aid edilir.

İxtisaslı işçi çatışmazlığı iqtisadiyyatın böyüməsinə mane olan amillərdəndir. İxtisaslı işçi qüvvəsinin artması isə iqtisadi artım üçün önəmli əhəmiyyət kəsb edir və ölkənin insan kapitalını təşkil edir. İnsan resursu və ya insan kapitalı bir ölkənin iqtisadi böyüməsinə təsir göstərən ən vacib amillərdən biridir. İnsan kapitalının həm keyfiyyəti, həm də kəmiyyəti iqtisadiyyatın böyüməsinə birbaşa təsir göstərə bilər. İnsan resursunun keyfiyyəti onun bilik və bacarıqları, təcrübə və dinamizmi, yaradıcılıq qabiliyyəti, təlim və təhsilindən asılıdır. Əgər bir ölkənin insan resursları

bacarıqlı və təhsilli olarsa, iqtisadi böyümə nəticələri də yüksək olacaqdır. Bu səbəbdən bir ölkənin insan resursları lazımi bilik və bacarıqlara kifayət qədər yiyələnməlidir ki, iqtisadi artım əldə olunsun.

Texnoloji inkişaf və iqtisadi inkişaf bir-biri ilə əlaqəli anlayışlardır. Texnoloji inkişaf hər hansı bir ölkənin iqtisadiyyatının böyüməsinə təsir edən önəmli amillərdən biridir. Belə ki, texnoloji yeniliklər və texnoloji tərəqqi inkişaf etməmiş ölkələrin belə inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir. Texnologiya amilli özündə elmi metodların və istehsal texnikalarının tətbiqini ehtiva edir. Başqa sözlə, texnologiya müəyyən bir əmək miqdarı ilə istifadə olunan texniki vasitələrin təbiəti və növü kimi müəyyən edilə bilər. Yaşadığımız müasir dövrdə texnoloji yeniliklər, iqtisadi böyümə və ümumilikdə insan rifahı bir-biri ilə sıx əlaqəli anlayışlardır. Doğru texnologiyanın seçilməsi iqtisadiyyatın böyüməsində mühüm rol oynayan faktordur. Hətta bir sıra mənbələrdə qeyd edilmişdir ki, Şumpeterin fikirlərinə görə innovasiya və ya texnoloji inkişaf iqtisadi tərəqqinin və inkişafın yeganə müəyyənedicisidir. Bir çox araşdırmaların nəticələrinə görə texnoloji inkişafa diqqət edən ölkələr texnoloji inkişafa az diqqət ayıran ölkələrə nisbətən daha sürətlə böyüyür.

Ölkənin təbii ehtiyyatlarının, coğrafi mövqeyi və iqlim şəraitinin də iqtisadi böyüməyə təsirləri vardır. Hekşer-Ohlin nəzəriyyəsinə görə istehsal amillərinin təchizatı baxımından ölkələr fərqlidirlər. Belə ki, müəyyən ölkələrdə konkret amillərin nisbi bolluğu müşahidə olunur. Bu nəzəriyyəyə görə, hər hansı bir amilin geniş yayıldığı bir ölkənin həmin amilin geniş istifadə olunduğu məhsullar üzrə ixtisaslaşmağı və bu məhsulları ixrac etməyə səy göstərməsi daha səmərəli olacaqdır. Belə ki, gəmi sənayesi və dənizi olmayan bir ölkədə balıqçılıq, meşə ərazisi olmayan bir ölkədə kağız istehsalı ilə məşğul olmaq çətin prosesdir. Bir ölkənin təbii sərvətlərlə zəngin olması, əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi onun iqtisadi inkişafı üçün səmərəlidir, lakin bu artımın yeganə müəyyənedicisi deyildir. Elə ölkələr vardır ki, zəngin təbii sərvətlərə sahib olmasına baxmayaraq yüksək inkişaf səviyyəsinə çatmamışdır. Burdan da belə nəticəyə gəlmək olar ki, iqtisadi artıma və iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün bütün amillərin kompleks şəkildə prosesdə iştirak etməsi önəmli məsələdir.

İqtisadi artıma təsir edən iqtisadi amillər bir neçə qrupda təzahür edir ki, bu da özündə makroiqtisadi sabitliyi, kapital yığımı və investisiyaları, beynəlxalq ticarəti, açıq iqtisadiyyatı, struktur islahatlarını və s. əks etdirir. İnvestisiya iqtisadi sistemin və iqtisadi inkişafın ayrılmaz tərkib hissəsidir. İnvestisiyalar daxili investisiyalar və birbaşa xarici investisiyalar olmaqla ölkə iqtisadiyyatında həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi səviyyədə təsir göstərir. İqtisadi artım göstəricisi olan Ümumi daxili məhsul və investisiya anlayışları qarşılıqlı əlaqəli anlayışlardır. Belə ki, həyata keçirilən investisiya qoyuluşları birbaşa ölkənin Ümumi daxili məhsuluna təsir göstərir.

Metod

Məqalədə müşahidə, sistemli və müqayisəli təhlil, statistik və qruplaşdırma metodlarından istifadə olunmuşdur. Araşdırmanın məqsədi davamlı iqtisadi artımın təmin olunmasında dövlət siyasətinin səmərəliliyini təhlil etmək və dayanıqlı inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Analiz

İqtisadi artıma nail olmaq üçün intensiv və ekstensiv yollar vardır. Ekstensiv yol özündə resurslardan istifadə miqyasının genişlənməsi hesabına ÜDM-in artmasını əks etdirir. Buraya maşın sayının artması, əlavə işçilərin qəbulu, istehsal texnologiyasının dəyişməz saxlanması, artan əkin sahələri və s. aiddir. İntensiv yol isə istehsal amillərinin keyfiyyətcə yaxşılaşması və səmərəliliyinin artması

hesabına ÜDM-in artmasını təmin edir ki, buraya elmi və texnoloji tərəqqi, iqtisadiyyatın miqyasının genişlənməsi aiddir.

Ümumiyyətlə artımın ekstensiv tipi əgər onun kəmiyyət tərəfini daha çox əks etdirirsə, intensiv tipi isə onun keyfiyyət göstəricilərini əks etdirir. Məhz bu baxımdan bəzən iqtisadi artımın amillərini və ya mənbələrini göstərərkən, bir qayda olaraq onun ekstensiv və intensiv amillərinin adı çəkilir (Vəliyev, Babayev, Meybullayev, 2001).

Dövlətimiz müstəqilliyini bərpa etdikdən sonrakı ilk 4 il ərzində ölkədə regional qeyri-sabitlik, yüksək inflyasiya və işsizliyin hökm sürməsinə, o cümlədən iqtisadi əlaqələrin zəifləməsinə baxmayaraq 1995-2013-cü illəri əhatə edən dövrdə həyata keçirilən islahatlar nəticəsində ölkədə makroiqtisadi sabitlik təmin olunmuş və iqtisadi artım üçün əsaslı zəmin formalaşdırılmışdır. Dövlət büdcəsinin dayanıqlı maliyyələşmə mənbələrinin təmin edilməsində "Əsrin müqaviləsi"nin müstəsna əhəmiyyəti olmuşdur. 2000-ci ilə qədərki dövrdə ölkə iqtisadiyyatının qarşısında üç əsas məsələ dururdu ki, bunlar mülkiyyətdə struktur islahatlarının aparılması yolu ilə xüsusi mülkiyyətin genişləndirilməsi, bazar institutlarının qurulması vasitəsi ilə keçid dövrünün sürətləndirilməsi və neft sektorunda qarşılıqlı iqtisadi əməkdaşlığın gücləndirilməsi yolu ilə xarici investisiyaların cəlb edilməsi olmuşdur. 2007-ci ildə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilmiş investisiyaların əsas tərkib hissəsini birbaşa xarici investisiyalar təşkil etmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, birbaşa xarici investisiya axını texnologiyaya, biliyə, məşğulluğa, daxili investisiyalara və ölkənin xarici ticarətinə müsbət təsir göstərir. Bundan əlavə, bu investisiyalar bir ölkənin rəqabət qabiliyyətini artırmaqda və uzunmüddətli davamlı böyüməsində təsirli olur. Buna görə də inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr, birbaşa xarici investisiya axınını bilik və texnologiya qazanmaq, istehsal proseslərini inkişaf etdirmək, idarəetmə bacarıqlarını artırmaq üçün bir vasitə olaraq görür.

Respublikamızda xarici investisiyaların cəlb edilməsi və səmərəliliyinin artırılması məsələlərinə qəbul olunan qanunlarda, normativ-hüquqi aktlarda yer verilməsi dövlətin bu sahəyə verdiyi önəmin göstəricisidir. Ölkəyə investisiyaların cəlb edilməsi məqsədilə Respublikamızda "açıq qapı" siyasəti həyata keçirilir.

Cədvəl 1-də 2016-2018-ci illəri əhatə edən dövrdə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilmiş investisiyalar göstərilmişdir. Bu dövr ərzində ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyaların ümumi həcmində artım müşahidə olunsa da qeyri-neft qaz sektoruna yönəldilən investisiyalarda azalma müşahidə olunmuşdur.

Cədvəl 1: Ölkə iqtisadiyyatına yönəldilmiş investisiyalar (milyon ABŞ dolları ilə)

	2016	2017	2018
Cari investisiyalar	14,228.0	14,213.3	15,221.7
neft-qaz sektoruna	6,983.4	6,959.2	6,701.1
Qeyri neft-qaz sektoruna	7,244.6	7,254.1	8,520.6
Daxili investisiyalar	4,066.9	5,092.8	6,985.2
neft-qaz sektoruna	1,155.1	1,275.4	1,468.6
Qeyri neft-qaz sektoruna	2,911.8	3,817.4	5,516.6
Xarici investisiyalar	10,161.1	9,120.5	8,236.5
neft-qaz sektoruna	5,828.3	5,683.8	5,232.5
Qeyri neft-qaz sektoruna	4,332.8	3,436.7	3,004.0

Mənbə : Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi www.stat.gov.az

2018-ci ildə Azərbaycana 1.4 milyard ABŞ dolları məbləğində birbaşa xarici investisiyalar daxil olmuşdur ki, bu da 2017-ci ilin göstəricisindən əhəmiyyətli dərəcədə azdır. 2017-ci ildə bu göstərici 2.86 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu azalma Cənub-Şərqi Avropa və Müstəqil Dövlətlər Birliyindəki keçid iqtisadiyyatı ölkələrinə birbaşa xarici investisiyaların daxil olma göstəriciləri ilə uyğunluq təşkil edir (World İnvestment Report, 2019). 2015-ci ildə xaricə yönəldilmiş birbaşa investisiyalar, portfel investisiyaları, və digər investisiyalar hesabına xalis maliyyə aktivlərimiz 13.7 milyard dollar artmışdır. Bu dövrdə birbaşa xarici investisiyalar 7.5 milyard təşkil etmişdir ki, bunun 860.4 milyon dolları qeyri-neft sektoruna cəlb edilmiş birbaşa xarici investisiyalar, 6.6 milyard dolları isə neft-qaz sektoruna edilən investisiyalar olmuşdur.

2004-2014-cü illərdə həyata keçirilən iqtisadi artım modeli sayəsində ölkəmizdə iqtisadi artım tempi yüksəlmiş, qlobal iqtisadi əlaqələr yaxşılaşmış və ölkədə adambaşına düşən milli gəlir artmışdır. Həyata keçirilmiş iqtisadi siyasət nəticəsində ölkəmiz hər nəfərə düşən milli gəlirə görə dünya ölkələri sırasında əhəmiyyətli irəliləyişə nail olmuşdur. 2004-2010-cu illəri əhatə edən sıçrayış artım dövründə iqtisadi artımın əsas mənbəyi neft sektorundan əldə olunan gəlirlər olmasına baxmayaraq, 2010-2014-cü illərdə iqtisadi artımın əsas hərəkətverici qüvvəsi qeyri-neft sektoru olmuşdur. Belə ki, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən bu dövrdə neft sektorunda 2.9% geriləmə olduğu halda, qeyri-neft sektoruna qoyulmuş investisiyalar sayəsində bu sahədə 8.8% artım müşahidə edilmişdir.

İqtisadi artımın təmin olunmasında dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri davamlı makroiqtisadi siyasətin həyata keçirilməsidir. Belə ki, həm fiskal (büdcə-vergi), həm də monetar (pul-kredit) siyasət iqtisadi artımın təmin olunmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Sıçrayışlı artım dövrünün başlanğıcından etibarən həyata keçirilən makroiqtisadi siyasət nəticəsində ölkəyə cəlb olunan investisiyalarda artım müşahidə olunmuşdur. Ölkənin iqtisadi artımında önəmli payı olan investisiyaların əsas maliyyə mənbəyini neftdən gələn gəlirlər təşkil etmişdir. Dünya İqtisadi Forumunun 2016-2017-ci illər üzrə qlobal rəqabətlilik hesabatına görə qlobal rəqabətqabiliyyətliliyinə görə Azərbaycan dünyada 37-ci yerdə qərarlaşmışdır.

2019-cu ildə ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən ÜDM-in qeyri-neft sektoru real ifadədə 3.5% artmışdır. Neft-qaz sektoru üzrə isə 2019-cu ildə 2018-ci ilin müvafiq dövrünə nisbətən 0.4% artım qeydə alınmışdır. Bu sektorun ÜDM-də xüsusi çəkisi 38.3% olmuşdur. 2019-cu ildə ölkədə əsas kapitala yönəldilmiş ümumi investisiyaların 68.1%-i qeyri-neft bölməsinin, 31.9%-i isə neft bölməsinin inkişafında istifadə edilmişdir.

İqtisadi artımın təmin olunmasında dövlət siyasətinin istiqamətlərindən danışarkən iqtisadi artıma təsir edən mühüm amillərdən biri kimi ixrac potensialını da qeyd etmək lazımdır. Ölkənin ixrac potensialının əsasını neft ixracı təşkil edir və Azərbaycanda neft ixracının mühüm dərəcədə artmasına səbəb neft müqavilələri olmuşdur. İxracın iqtisadi artıma stimullaşdırıcı təsiri vardır ki, bu əldə edilən gəlirlərin artım potensialı yüksək olan sahələrin canlandırılmasına və qabaqcıl texnologiyalı yeni istehsalların qurulmasına yönəldilməsi şərti daxilində baş verə bilər. Başqa sözlə desək, sırf xarici iqtisadi tənzimləmə tədbirləri vasitəsilə dünya təsərrüfatına inteqrasiyanın struktur problemlərinin həll edilməsi mümkün deyildir. Həmin vəzifənin icrası sahə-struktur prioritetlərinin reallaşdırılmasını hədəfləyən sənaye siyasətinə əsaslanmalıdır. Yəni, ölkəmizin qarşısında duran vəzifə nəyin bahasına olursa-olsun beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlığı genişləndirmək deyil, mövcud

potensialımıza uyğun olaraq dinamik müqayisəli üstünlüklərə əsaslanaraq, qlobal təsərrüfata üzvi şəkildə qovuşmaq olmalıdır. (Şəkərəliyev, 2009)

Azərbaycan iqtisadiyyatının dünya iqtisadiyyatına dinamik inteqrasiya etmək üçün düşünülmüş səyləri ayrı-ayrı ölkələrin dünya iqtisadiyyatında baş verən qlobal proseslərdə iştirakının, ilk növbədə isə rəqabətqabiliyyətliliyin və elmi texniki tərəqqinin dünya birliyi tərəfindən qəbul edilmiş effektivlik göstəricilərindən istifadə edilməsini zəruri edir. (Ələsgərov, 2015)

Müstəqillik əldə olunduğu dövrdən bugünə kimi iqtisadi inkişafın təmin olunması məqsədilə dövlət tərəfindən müxtəlif islahatlar həyata keçirilmişdir. 2007-2008-ci illərdə Azərbaycanın lider islahatçı dövlət kimi qiymətləndirilmişdir. (World Bank Group: Doing Business Report, 2009). Hazırki dövrdə də Azərbaycan Respublikasının iqtisadi inkişafının davamlılığının və dayanıqlılığının təmin edilməsi yolunda bir sıra islahatlar həyata keçirilməkdə və konsepsiyalar qəbul olunmaqdadır.

Ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın hüquqi şəxs kimi qeydiyyata alınması Azərbaycan hökuməti tərəfindən təklif olunan vahid bir pəncərə sisteminin tətbiqi ilə asanlaşdırıldı (Hubner, 2011).

2012-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı ilə "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" inkişaf konsepsiyası təsdiq edilmişdir. Milli iqtisadi inkişafın təmin olunması istiqamətində həmçinin milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair, kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına, ağır sənaye və maşınqayırmanın inkişafına dair, Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına, logistika və ticarətin, maliyyə xidmətlərinin, həmçinin telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair strateji yol xəritələri tərtib edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsinə əsasən vacib strateji hədəflər aşağıdakılardır:

1. Fiskal dayanıqlılığın gücləndirilməsi və davamlı monetar siyasətin qəbul edilməsi;
2. Özəlləşdirmə ilə bağlı islahatların həyata keçirilməsi;
3. İnsan kapitalının inkişaf etdirilməsi;
4. Biznes mühitinin yaxşılaşdırılması.

2018-ci ilin aprelində prezident seçkisindən bəri Azərbaycanda əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir. Sabit neft hasilatı və daxili tələbatın mülayim sürətlənməsi ilə dəstəklənən real ÜDM, 2018-ci ildə 1,4 faiz artmışdır. Qeyri-enerji iqtisadiyyatı əksər iqtisadi sahələrdən daha yüksək dinamiklik əks etdirərək 1,8 faiz artmışdır. 2018-ci ildə istehlak qiymətləri inflyasiyası kəskin şəkildə azalsa da, 2017-ci ildəki 7,9 faizdən 1,6 faizə düşməsi müşahidə olunmuşdur.

Hazırda ölkədə özəl sektora qoyulan sərmayənin artırılması, dövlət səviyyəsinin azaldılması, rəqabətqabiliyyətlilik problemlərinin həlli və insan kapitalının yaxşılaşdırılması üçün islahatlar lazımdır.

2019-cu il üzrə büdcə ayırmalarında nəzərə çarpan artım təhsil (13 faiz) və səhiyyə (44.5 faiz) insan kapitalının yaxşılaşdırılması üçün vacibdir. Bununla birlikdə, büdcə xərclərinin, orta müddətli büdcənin gücləndirilməsi və dövlət sərmayələrinin idarə edilməsi sistemi də daxil olmaqla inkişaf ehtiyacları ilə uyğunlaşdırılması üçün əlavə səylərin göstərilməsi tələb olunur. (World Bank, 2019)

Cədvəl 2: Dünya bankının Azərbaycan üçün inkişaf göstəriciləri (2018)

Azərbaycan	2018
Əhali, milyon	10.0
ÜDM, cari milyard ABŞ dolları	46.9
Adambaşına düşən ÜDM, cari ABŞ dolları	4.780
Ömrün uzunluğu, illər (2017)	72

Mənbə : World Bank, www.worldbank.org

Azərbaycanın gələcək iqtisadi modeli innovasiya təyinatlı model kimi xarakterizə olunmalıdır. Bu məqsədlə ixrac - innovasiya təyinatlı iqtisadi inkişaf modelinin formalaşması və səmərəliliyinin yüksəldilməsi tələb olunur (Hüseynov, 2015).

Son illərdə iqtisadi artım və inkişafla bağlı qəbul olunan yeni konsepsiyalarda əsas diqqət edilən məqamlar iqtisadi artımın keyfiyyət parametrlərinə yönəldilir. Artımın keyfiyyət parametrlərindən danışarkən əsas iki məfhum göz önündə tutulur ki, bunlar inkluzivlik və davamlılıqdır. İnklüziv böyümə, cəmiyyətin hər təbəqəsinin verdiyi fayda ilə iqtisadi artım dövründə iqtisadi iştirakçılara bərabər imkanlar təqdim edən bir anlayışdır. Burada səhiyyə, təhsil, sosial müdafiə tədbirləri, ətraf mühit amilləri, texnologiya, insan kapitalı, təhlükəsik tədbirləri, sosial siyasi amillər nəzərə alınır.

Nəticə

Qloballaşma dünya iqtisadiyyatına təsir göstərən ən vacib amillərdən biridir. Belə bir şəraitdə iqtisadi artımın davamlılığı və dayanıqlılığına, iqtisadi inkişafa nail olmaq çətin və bir o qədər də mühüm məsələlərdən biridir. Son dövrdəki iqtisadi göstəricilərimizə diqqət yetirdikdə inkişaf yolunda mühüm addımlar atıldığını və xeyli yol qət edildiyini görərik. Ölkənin müharibə şəraitində olması uzun illər iqtisadiyyata mənfi təsir göstərsə də keçirilən siyasi-iqtisadi islahatlar və düzgün iqtisadi siyasət nəticəsində Azərbaycanda yüksək iqtisadi artım göstəricilərinə nail olunmuşdur. Lakin ixrac potensialının əsasını neftin təşkil etməsi, ölkənin xammal ixracatçısı olması, idxalın yüksək olmasını nəzərə alsaq davamlı iqtisadi artımın təmin olunması çətindir. Ölkəyə xarici investisiyaların daha çox cəlb olunması, investisiyalardan, həmçinin neftdən əldə olunan gəlirlərin qeyri-neft sektoruna yönəldilməsi, elmi texniki tərəqqi, texnoloji yeniliklərdən istifadə edərək məhsuldarlığın artırılması, rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalına nail olunması və ixrac edilməsi və beləliklə də xarici ticarət strukturunda qeyri-neft sektoru məhsulları üzrə ixrac potensialını gücləndirmək önəmli məsələlərdəndir.

İqtisadi artım əsas məqsədlərə çatmaq üçün bir vasitə rolunu oynayır və onun təmin olunması ilə cəmiyyətin sosial iqtisadi problemləri öz həllini tapmış və resursların məhdudluğu probleminin həlli yüngülləşmiş olur. Beləliklə bunun nəticəsində iqtisadiyyatın əsas ziddiyyəti öz həllini tapmış olur ki, buradan da iqtisadin artımın nə dərəcədə zəruri olduğunu anlamış oluruq. Əhali sayı artdıqca iqtisadiyyat da böyüməlidir. İqtisadiyyat əhaliyə nisbətən daha yavaş sürətlə böyüyərsə, həyat səviyyəsi azalacaqdır.

Nəticə etibarilə iqtisadi artım balanslaşdırılmış bir sıra məqsədə çatdıqda məna kəsb edir: ömür uzunluğunu artırmaq, xəstəlik və xəsarətləri azaltmaq, təhsil və mədəniyyət səviyyəsini yüksəltmək, ehtiyacları tam qarşılamaq, korrupsiyanın qarşısını almaq, sosial sabitliyi və cəmiyyətə inamı rasionallaşdırmaq, maksimum məşğulluq təmin etmək, ətraf mühiti qorumaq, cinayətləri azaltmaq və s.

Dayanıqlı iqtisadi artıma nail olmaq üçün aşağıdakı prioritet addımlar təklif edilə bilər:

1. Sahibkarlara dəstək və biznesin təşkili istiqamətində islahatlar həyata keçirməklə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması;
2. İnvestisiyaların stimullaşdırılması;
3. Neft gəlirlərinin qeyri-neft sektoruna yönəldilməsi və qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi;
4. Makroiqtisadi koordinasiyanın təmin edilməsi;
5. Özəlləşdirmə ilə bağlı islahatların həyata keçirilməsi;
6. İdarəetmənin təkmilləşdirilməsi;
7. Təhsilin keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
8. İnnovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması;
9. Fiskal və pul-məzənnə siyasətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi,
10. Özəl yığımların investisiyaya yönəldilməsi,
11. Xarici maliyyələşmə mənbələrinin genişləndirilməsi,
12. Qanunun aliliyinin gücləndirilməsi və s.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. (2016).
2. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası (2012).
3. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin statistik məlumatları. www.stat.gov.az
4. Bayulgen, O. (2010), Foreign İnvestment and political regimes: The oil sector in Azerbaijan, Russia, and Norway, Cambrıdge Unıversıty Press, 290.
5. Charles, I.J. and Dietrich,V. (2013), Introduction to economic growth, W. W. Norton & Company, 324.
6. Ələsgərov A.K (2015)Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələri : Problemlər və perspektivlər, Bakı, Avropa nəşriyyatı, 332s.
7. Hubner, G. (2011) Foreign Direct Investment in Azerbaijan—the Quality of Quantity, Caucasus Analytıcal Dıgest, İssue 28; Page No. 2-6.
8. Hüseynov, T. (2015), Azərbaycan milli iqtisadi inkişaf modeli: nəzəriyyə və praktika , Elm, 466s.
9. Şəkərəliyev, A.Ş. (2009), Dövlətin iqtisadi siyasəti: reallıqlar və perspektivlər, Bakı, 415s.
10. United Nations Conference on Trade and Development World Investment Report (2019), United Nations Publications.
11. Vəliyev, T.S., Babayev, Ə.P. və Meybullayev M.X. (2001), İqtisadi nəzəriyyə, Çaşıoğlu, 684s.
12. World Bank Group Doing Business (2009), A publication of the World Bank and the International Finance Corporation.
13. World Bank Group Doing Business (2010), A publication of the World Bank and the International Finance Corporation.

Azərbaycanın Turizm Bazarında İstehlakçı Davranışlarının Stimullaşdırılması

Gülmira Qarayeva

qarayevaqulmira@gmail.com

Xülasə

İndiki vaxtda sürətlə dəyişən şərtlər hökm sürməkdədir. Hemin dəyişən şərtlərlə uygunlaşmağın ən yaxşı yolu, loyal müştərilərin qorunub saxlanması kimi görünür, çünki yeni bir müştəri əldə etmək üçün çəkilən xərc loyal müştərilərin saxlanması üçün çəkilən xərclərdən olduqca çox ola bilər. Bu baxımdan, istehlakçı davranış və istehlak normalarının təyin olunması, müştəriləri yenidən istehlaka və istədiyimiz məhsul və xidmətlərin istehlakına istiqamətləndirmədə müştəri məmnuniyyəti anlayışı bir addım önə çıxmaqdadır.

Milli iqtisadiyyatın inkişaf strategiyasında prioritet istiqamətlərdən biri kimi ixtisaslaşmış turizmin müəyyənləşdirilməsi turizmin inkişafı istiqamətində görülən işlərin davamlılığına xidmət etməklə yanaşı, Azərbaycan Respublikasının cəlbedici turizm məkanı kimi qabaqcıl mövqe tutmasına imkan yaradacaq, eyni zamanda qarşılıqlı əlaqələrdən və mövcud turizm potensialından səmərəli istifadə edilməklə turizm sektorunun iştirakçıları arasında əməkdaşlığın inkişafına və Azərbaycanda turizm xidmətləri üzrə keyfiyyətin yüksəldilməsinə gətirib çıxaracaqdır. Turizm sektorunun inkişafının dəstəklənməsi, milli dəyərlərə uyğun turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, beynəlxalq və yerli bazarlarda yüksək keyfiyyətli və rəqabətədavamlı turizm xidmətlərinin təmin edilməsi, turizmin inkişafı ilə əlaqədar aidiyyəti orqanların qarşılıqlı koordinasiyası və müasir ideya və innovasiyalara əsaslanan yeni investisiya layihələrinin cəlb edilməsi kimi tədbirləri özündə birləşdirir.

Qloballaşan dünyada müəssisələr arasındakı rəqabət mühiti getdikcə artmışdır. Davamlılığı təmin etmək və fəaliyyətlərində qazancı artırmaq istəyən müəssisələr istehlakçının xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq mal və xidmətlər təklif etməli oldular. Beləcə istehlakçının davranışlarını yaxşı tanıya bilən müəssisələr, sadiq müştəri meydana gətirərək müvəffəqiyyətli nəticələr əldə edə biləcəklər. Bu işdə turizm sektorunda istehlakçı davranışına təsir edən amillər nəzəri çərçivədə izah ediləcək; Əldə edilən nəticələr nəticəsində sektordakı maraqlı tərəflər üçün həllər hazırlanacaqdır.

Açar sözlər: Turizm, istehlakçı davranışı, rəqabət.

Giriş

Turizm - insanların müxtəlif səbəblərdən bir yerdən başqa bir yerə səyahət etmesi basa dusulur. XX əsrdən bəri dünya iqtisadiyyatında payı artan turizm sektoru ölkələrin üzləşdiyi iqtisadi problemlərin həllində mühüm vasitəyə çevrilmişdir. Dünyanın ən sürətli inkişaf edən sektorlarından biri olan turizm sektoru, valyuta və yeni məşğulluq imkanları yaratma potensialına görə xüsusilə inkişaf etməmiş ölkələr üçün çox vacibdir. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən verilen açıqlamaya görə, turizmin inkişaf etməkdə olan ölkələrə öhfəsinin 2030-cu ildə 57% -ə qədər artacağı bildirilir. Əslində, dünya əhalisinin artması turizm sektorunda istehlakçıların artmasına səbəb olsa da, son vaxtlar müəssisələr arasında rəqabət daha da gücləndi və nəticədə müvəffəqiyyəti təmin etmək istəyən təşkilatlar üçün istehlakçı davranışlarını nəzərə almaq çox önəmli hala çevrildi.

Turizm Azərbaycanda daim inkişaf edən və etməkdə olan sektorlardan biri olmuşdur. Azərbaycanda son 5 ildə turizm məqsədilə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının və turizm sektorunda xidmət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin sayında müvafiq olaraq 8,5% və 4,5% ortaillik sabit artım müşahidə edilmişdir. Hal hazırda turizm sənayesinin məşğulluqda və ölkə üzrə ÜDM-də birbaşa payı müvafiq olaraq 3,3% və 4,5% təşkil edir. Bakı şəhəri beynəlxalq səviyyədə tanınan turizm məkanları ilə istirahət və biznesi üstün tutan turistləri cəlb etmək üçün hər zaman turizm sektorunun inkişafının əsas qüvvəsi olmuşdur.

Azərbaycan özündə olan potensial və imkandan düzgün şəkildə istifadə etməklə 2025-ci ilə qədər həm dünya ölkələri arasında, həm də regionda cəlbedici turizm məkanlarından birinə çevriləcəkdir. 2025-ci ildən sonrakı dövrdə isə mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə göstəricilərini maksimuma çatdırmaqla Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdikləri 20 turizm məkanından birinə çevirməkdir. Həmin bu məqsədlərə çatmaq üçün yerli dəyərlərin beynəlxalq aləmdə uğurlu təbliği, çoxsaylı turizm növləri üzrə fiziki və sosial infrastrukturun və s. təkmilləşdirilməsi, hava əlaqəsinin və əlçatanlığın artırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksi ya metodu ilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. So nra isə deduksiya metodu ilə həmin toplanmış faktlara əsasən nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müə yyən edilmişdir.

Analiz

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) Dünya Turizm üzrə nəşr etdiyi "Dünya Turizm Barometri" hesabatına əsasən keçən il beynəlxalq aləmdə turistlərin sayı 3,8 faiz artımla (54 milyon turist artımı) 1,5 milyarda çatmışdır. 2017-ci ildə 7% və 2018-ci ildə 6% artan dünya turizmi, 2019-cu ildə 4% böyüdü. Bu məlumatlara əsasən, 2019-cu ildə dünya turizmi artım tempi azaldı. 2019-cu ildə dünyanın bütün bölgələrində turistlərin sayında artım müşahidə olunmuşdur. Yaxın Şərq 8% artım göstəricisinə birinci yeri tutmuşdur. Yaxın Şərqin ardınca isə Asiya və Sakit okean regionu 5%, Avropa və Afrika 4%, Amerika qitəsi 4% artım templəri ilə inkişaf ediblər (https://www.turizmgunlugu.com/2020/01/20/dunya-turizmi-2019-rakamlari/, 2020).

Ən çox turist qəbul edən ölkə 90.2 milyon insan ilə Fransa olmuşdur. Fransanı sırasıyla İspaniya 83,8 milyon, ABŞ-ın 78,7 milyon, Çin 67,5 milyon, İtaliya 64,6 mln, Türkiyə 52,5 mln, Meksika 44,9 milyon, Tayland 39,7 milyon, Almaniya 39,4 milyon, böyük Britaniya 36,9 milyon ölkələri təqib etmişdir (https://www.haberturk.com/turkiye-gecen-yil-en-cok-turist-agirlayan-6-ulke-oldu-2579663-ekonomi, 2020).

Turizm sektoru, məşğulluq yaratmaq və valyuta gəlirləri təmin etmək xüsusiyyəti səbəbiylə ölkə iqtisadiyyatlarının inkişafına ciddi töhfə verir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün turizmə diqqət ayırmaq xüsusilə vacibdir. Bu çərçivədə turizmin inkişafı layihələri yüksək potensiala malik bölgələrdə turizm sektorunun canlanmasına zəmin yaradır. Turizm layihələrinin uğuruna təsir edən bəzi amilləri aşağıdakı kimi sıralamaq olar: (Richardson, 2014).

- Layihələrin planlaşdırılması, inkişafı və idarə olunmasında yerli icmanın iştirakı,
- Partnyorlar arasında əməkdaşlıq,
- Layihə tərəfdarlarının öhdəlikləri,
- Layihə fəaliyyətinin davamlı monitorinqi

Turizm sektorunun inkişafına görə ölkəmizin geniş imkanları vardır. Həmin imkanları ölkəmizin qədim tarixi mədəni irsinin, müalicəvi əhəmiyyətə malik resurslarının, gözəl və zəngin təbiətə malik ərazilərinin, sosial-siyasi sabitliyinin, denizkənarı mövqeyinin, xalqımızın qonaqpərvərlik

ənənələrinin olmasiyla əlaqələndirmək mümkündür. Turizm sektorunun inkişaf etməsi ölkəmizdə müxtəlif amillərinin araşdırılmasına əsaslandırıla bilər. Buraya həm məşğulluğun artmasına təsir edən sahə kimi, həm də ümumi iqtisadiyyatın və qeyri-neft sektorunun inkişafi kimi turizm sektoru nəzərdən keçirilə bilər. Həmçinin beynəlxalq turizm bazarında güclu və sağlam yer tutmaq üçün turizm sektorumuzdakı inkişaf problemlərini müəyyən edib aradan qaldırılması üçün lazım və zəruri olan sahə olaraq tədqiqat obyekti kimi nəzərdən keçirmək lazımdır.

Turizmin inkişafı ölkənin ayrı-ayrı regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi ilə ölkə daxilində inkişaf baxımından geri qalan regionlarda iqtisadi göstəricilərin yeksəldilməsinə şərait yaradan vacib sahələrdəndir. Lakin hansısa bir regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün həmin regionda bir sıra amillərin təhlili aparılmalıdır. Bunlara aşağıdakıları misal göstərə bilərik:

- Regionun tarixi, mədəniyyət nümunələrinin, ənənələrinin xüsusiyyətləri;

- Regionun infrastruktur, coğrafi və təbii iqlim şəraiti;

- Regionda otel və mehmanxanaların mövcudluğu, mövcud olan otel və mehmanxanaların mövcud vəziyyəti, yenilərinin yaradılma imkanları və perspektivləri;

- Regionda mövcud olan turizmlə istər birbaşa, istərsə də dolayı əlaqəli olan məhsullar istehsal edən, xidmət göstərən, həmçinin satışını həyata keçirən müəssisələrin mövcudluğu;

- Regiona dövlət tərəfindən investisiya qoyuluşlarının vəziyyəti;

- Regionda turizm sektoru üzrə beynəlxalq bazarlarda mövcud olan tələbin xüsusiyyətləri;

- Regionun yerli sakinlərinin turizmi mənimsəmə səviyyəsi;

- Regionda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin regionun sakinlərinin məşğulluğunda rolu;

- Regionun digər sahələri ilə turizmin qarşılıqlı əlaqəsi;

- Regionda qeyri-hökumət təşkilatlarının fəaliyyəti.

Müxtəlif məqsədlər üçün həyata keçirilən turizm fəaliyyətləri istehlakçılar üçün aşağıdakı kimi təsnif edilə bilər:

1. İstirahət Turizmi: istirahət məqsədiylə edilən seyahatlerdir.
2. Mədəni Turizm: Tarixi abidələr, muzeylər və s. görmək məqsədiylə edilən seyahatlerdir.
3. Sosial Turizm: Qohumları ziyarət etmək, bal ayı keçirmək və s. məqsədli seyahatlerdir.
4. İqtisadi Turizm: Yarmarkalarda və ya sərgilərdə iştirak etmək və ya ziyarət etmək üçün edilən səyahətlər.
5. Siyasi turizm: siyasətçilərin və dövlət xadimlərinin səyahətidir.
6. İdman Turizmi: Bunlar idman fəaliyyətlərində iştirak etmək və ya izləmək üçün edilən səyahətlərdir.
7. Dini Turizm: Müqəddəs yerlərə dini məqsədlərlə edilən seyahatlerdir.
8. Sağlamlıq Turizmi: Müalicə görmək məqsədiylə edilən seyahatlerdir.

Ölkəmizdə turizm sektorunun bir çox istiqamətlər üzrə inkişaf potensialı mövcuddur. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair Strateji Yol Xəritəsində mədəni, dağ və qış, mədəni, sağlamlıq, ov, ekoloji, işgüzar və çimərlik turizmi daha yüksək potensialı olan turizm növləri kimi qeyd edilmişdir. Bu turizm növlərinin potensialı yerli təbii-coğrafi, millimədəni,

dini, sosial-iqtisadi və siyasi amillərin təsiri altında formalaşmışdır. Belə ki, ölkəmizdə çimərlik turizminin inkişafı əsasən ölkə ərazisinin bir hissəsinin Xəzər dənizi ilə əhatə olunmasına əsaslanır. Mədəni turizm potensialının inkişafı baxımından Bakıda yaradılmış mədəniyyət və incəsənət mərkəzləri, muzeylərlə yanaşı, milli rəqsləri, musiqisi, mətbəxi, dini abidələr və ənənələri, incəsənət əsərləri, multikultural dəyərlərin qorunması, həmçinin hər bir regionun özünə xas xüsusiyyətləri fərqlənir. Səyahətçilərin zövqlərinə və istəklərinə uyğun başqa bir çox xüsusiyyətləri də özündə birləşdirən tarixi və mədəni marşrutların olması Azrbaycanın turizm potensialını artırır.

Azərbaycanın sağlamlıq turizmində hazırda müalicəvi əhəmiyyətə malik Naftalan nefti daha geniş istifadə edilir. "Report" agentliyə istinadən xəbər verir ki, Azərbaycan Turizm Bürosunun 2020-ci ildə Naftalan şəhəri üçün lazım olan fəaliyyət planı müəyyənləşib. Bildirilib ki, fəaliyyət planının məqsədi Naftalan şəhərini turistlər üçün daha cəlbedici etmək, həmçinin Naftalanın mövcud turizm potensialından səmərəli istifadə etməklə bütövlükdə şəhəri turizm məhsuluna çevirmək, müvafiq infrastruktura uyğun xidmətlər təklif etməkdir (https://report.az/turizm/naftalanda-turzimin-inkisaf-plani-teqdim-olunub/, 2019). Həmçinin müalicəvi əhəmiyyətli İstisu, Badamlı, Suraxanı, Şıxburnu, Qalaaltı, Turşsu, suları ən çox tanınmış müalicəvi əhəmiyyətə malik olan su mənbələrindəndir. Təbii ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasının duz dağını unutmaq olmaz. Ölkəmizdə sağlamlıq turizmi təbii ehtiyatlara görə inkişaf etməkdədir.

Dağ və qış turizmi ölkəmizdə inkişaf imkanları yüksək hesab olunan sahələrdən hesab edilir. Gözəl təbiətə malik dağlıq ərazilərin olması həm dağ idman növlərini sevənlərin, təbiət həvəskarlarının diqqətini cəlb edir. Qış aylarında qarla örtülü dağlıq ərazilərin olması burada qış turizminin həvəskarlarının turizm məqsədilə seçimində ölkəmizə olan diqqətini artırır. Son dövrlərdə ölkəmizdə turizmin bu növünün inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli şərait yaradılmışdır. “Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi və “Şahdağ” Turizm Mərkəzi QSC kimi istirahət zonaları məşhur istirahət mərkəzlərinə çevrilmişdir. Azərbaycanın həmin iki dağ-xizək kurortu MDB məkanında ən yaxşılar arasındadır. “Report” bildirir ki, MDB-nin qış kurortlarına tətil təkliflərinin və turlar təhlilinə əsasən “TurStat” agentliyinin tərtib etdiyi reytinqdə, “Şahdağ” (Qəbələ rayonu) və “Tufandağ” (Qusar rayonu) dağ-xizək kurortları “TOP-10”a daxil edilib. Reytinqin tərtibatçıları MDB məkanında snoubord və xizək üzrə ən yaxşı kurortların Azərbaycan, Qazaxıstan, Belarus, Özbəkistan, Qırğız Respublikasında yerləşdiyini vurğulayıb (https://report.az/turizm/azerbaycanin-dag-xizek-kurortlari-mdb-de-top-10-a-daxil-edilib/, 2020).

Son illərdə ölkəmizdə ən çox diqqət çəkən turizm növlərindən biri də idman turizmidir. Bu turizminin inkişafı üçün ölkəmizin bütün regionlarında idman infrastrukturunun qurulmasına böyük miqdarda maliyyə vəsait sərf olunmuşdur. Bütün rayon mərkəzlərində və şəhərlərdə idman mərkəzləri, idman olimpiya kompleksləri yaradılmış, mövcud infrastrukturlar yenilənmişdir. Ölkəmizdə təşkil olunan bir çox beynəlxalq miqyaslı yarışlar həmin sahədə görülən işlərin nəticəsidir. Həmçinin idman tədbirləri zamanı ölkəmizin bu sahədə yerləşdirmə, təşkilatçılıq, koordinasiya və s. kimi məsələlərin həllində müsbət imici formalaşmışdır.

Ölkəmizin ekoloji turizmi zəngin fauna və florasının olması, iqlim tiplərinin çoxluğu və bundan irəli gələn landşaft zənginliyi, təbii zənginlikləri ilə öz potensialı ilə fərqlənən turizm növlərindəndir. Ölkəmizdə 4100-dən çox bitki növü, təbiət qoruqları, zəngin meşələrinin olması, səfalı bulaqları, gölləri, çayları, təbiətsevərləri cəlb edir. Bu təbii zənginliklərin pozulmadan turistlərin ziyarətinə açılması, tanıdılması turizmin bu növünə əsasən ölkəmiz üçün böyük imkanlar yarada bilər.

İqtisadiyyatın digər sahələri kimi turizm sahəsinin inkişafında da dövlətin yeritdiyi sosial-iqtisadi siyasət önəmli rola malikdir. Dövlət dəstəyi turizmdə həm turistlərin turizm xidmətlərinə olan tələbini artıra bilər, həm də turizm xidməti göstərən subyektlərin sayının artmasına, turizm xidmətlərinin qiymət səviyyəsinin aşağı düşməsinə, xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsinə, turizm potensialından istifadə imkanlarının genişlənməsinə imkan yarada bilər.

İstehlakçı davranışı, turizm məhsullarını tanıtmaq və satmaq məqsədiylə bütün marketinq fəaliyyətləri üçün son dərəcə əhəmiyyətli bir mövzudur. Turizmdə istehlakçı davranışı; Turizm məhsulları və xidmətlərinin seçilməsi, alınması və istehlakı ilə əlaqəli istehlakçı davranışlarının, münasibətlərinin və qərarlarının birləşməsi olaraq təyin edilə bilər.

Daha geniş qiymətləndirmə baxımından istehlakçılar; iqtisadi, sosial və mədəni ehtiyaclarını aradan qaldırmaq üçün mal və xidmət satın alan kəslər olaraq təyin edə bilərik. Bu səbəbdən mal və xidmətlərin alınması və istifadəsi istehlak adlanır və bu əməliyyatları həyata keçirənlər istehlakçı adlanır. Bütün insanlar istehlakçı mövqeyində olduğundan çox müxtəlif istehlakçı davranışı vardır. İnsanların bir məhsula və ya xidmətə nə dərəcədə ehtiyac duyduğunu, satın almadan əvvəl etdikləri qiymətləndirmələri, məhsul və xidmətlər əldə etmələri, əldə etdikləri məhsul və ya xidmətlərdən istifadə qaydaları və istifadə etdikdən sonrakı münasibətlər istehlakçı davranışı olaraq təyin olunur.

İstehlakçı davranışları hansı mal və xidmətlərin satın alınacağına kimdən, necə, haradan, nə vaxt satın alınacağına və ya satın alınıb alınmayacağına bağlı, fərdlərin qərar verməsi prosesidir. Bu prosesə təsir edən amillərin hər birinin alış davranışı digərinə görə dəyişir.

İstehlakçıların satın alma davranışları bir qərar vermə prosesi və ya əməliyyatı olaraq xarakterizə edilir və bu proses müxtəlif mərhələlərdən ibarətdir. İstehlakçılar, ehtiyac duyduqları və gələcəkdə ehtiyac hissedeceklerini düşündükləri məhsul və xidmətlərlə əlaqədar bir çox istehlak qərarı verirlər və bu qərarları verərkən də fərqli istehlak davranışları nümayiş etdirirlər.

Turizm sektorunun ən vacib hissəsi istehlakçının turistlik məhsulu nə üçün satın aldığını başa düşməkdən ibarətdir. Müəssisələr istehlakçını məmnun etmək və uğurlu nəticələr əldə etmək üçün yüksək xərclər çəkirlər (Wright, 2006). Turistik istehlakçıların davranışlarını anlamaq və məlumat sahibi olmaq müəssisələrə bir çox fayda verir. Bu faydalar aşağıdakılardır (Rızaoğlu, 2003).

- Turizm bazarının yeni imkanlarının qiymətləndirilməsi
- Bazar seqmentlərini müəyyənləşdirmək
- Turizm marketinq strategiyalarının funksiyasını artırmaq
- Turizm istehlakçısının qorunması və yaxşı dövlət siyasətinin hazırlanması
- Yerli xalq ilə turist əlaqələrini tarazlıqda tutmaq

Bir turistin hər hansı bir turizm məhsulu satın alması mürəkkəb prosesdir. Bu prosesə çox sayda alt qərarlar: hansı turizm bölgəsinin seçiləcəyi, necə yerləşmə ediləcəyi, tətil müddətinin nə qədər olacağı və hansı operatorla birlikdə getməsi daxildir (Swarbrooke ve Horner, 2001). İstehlakçı, satınalma prosesində dəqiq və rasional qərarlar qəbul etmək üçün məlumatdan istifadə etməlidir və onlar əldə etdikləri məlumatlarla məhsul haqqındakı qərarlarını və qiymətləndirmələrini edirlər.

Turizm sektorunda istehlakçıların alıcı davranışlarını araşdıran araşdırmaların əsası 1970-ci illərə təsadüf edir. Schmoll (1977) tərəfindən təklif olunan modeldə fərdlərin qərar prosesləri dörd mərhələdə toplanır: səyahət istəyi, məlumatların araşdırılması, alternativlərin qiymətləndirilməsi və qərar qəbul edilməsi. Malthieson and Wall (1982) həmin modellərə səyahət hazırlıqları və səyahət təcrübələri mərhələlərini əlavə etdi. Moutinho (1987) və Correia (2002) fərdlərin davranış modellərini üç qrupa bölürlər. Bunlar; qərardan əvvəl mərhələ, qərar vermə mərhələsi və qərar vermə sonrası mərhələdir.

Engel (1968) tərəfindən hazırlanan model son illərdə ən çox istifadə olunan modellər sırasındadır. Bu modeldə istehlakçıların alış davranışı beş mərhələdən ibarətdir; ehtiyacın ortaya çıxması, məlumat axtarışı, variantların qiymətləndirilərək qərar vermə, təcrübə və satın alma sonrası davranışlardır (Demir və Kozak, 2011). Demir və Kozak (2011), xarici amillər olan motivasiya faktorlarının daxili amillərə (məlumat axtarışı, alternativlərin qiymətləndirilməsi, tətil təcrübəsi və trend) müsbət təsir göstərməsi qənaətinə gəliblər.

Nəticə Və Təkliflər

Bu gün müasir marketinqdə marketinqin rolu istehlakçıların və digər istifadəçilərin ehtiyac və istəklərini müəyyənləşdirmək və ehtiyac və istəklərini ən qənaətcil şəkildə qarşılamaqdır. Marketinq sistemi, müasir bir iqtisadiyyatın bazara çıxara biləcəyi sonsuz sayda malların daim dəyişən tələb və istəkləri ilə uyğunlaşdırmağı hədəfləyir.

Turizm sektorundakı bir çox amillərin təsiri altına düşə biləcək istehlakçı davranışının dəqiq təhlili, müəssisə və firmalara rəqabət üstünlüyü təmin edəcəkdir. Bu çərçivədə aşağıdakı tövsiyələri nəzərə alaraq turizm gəlirlərinin artmasına kömək edə bilər:

- İstehlakçı davranışının dəqiq və effektiv təhlili,
- Şəxslərin xüsusiyyətlərini (ölkə, demoqrafik xüsusiyyətləri, mədəniyyəti, yaşı və s.) nəzərə alaraq fərqli alternativlər təqdim etmək,
- Oteldən kənarda və bölgəyə xas olan vacib yerləri tanıtmaq,
- Müəssisələrdə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini və işçilərin köməkliyini artıraraq,
- Tətil təcrübəsindən sonra istehlakçıların tətil haqqında fikirlərini almaq.

Müştəri məmnuniyyətinin nəticəsi yenidən satın alınmasıdır. Müştərilərlə davamlı əlaqənin qurulmasının əsası onları mümkün qədər məmnun etməkdir və bu məmnuniyyətlə biznes üçün çox vacib olan bazar məlumatlarına və müştəri məmnunluğuna dair ölçülərə çatmaq asan olacaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. https://static.president.az/pdf/38542.pdf- Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, (2016) 437-447.
2. Ali ACAR, (2018) TURİZMDE TÜKETİCİ DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER, Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi.
3. Şirvan Şen Demir, Metin Kozak. (2011) Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki. Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 22.
4. Önder YAYLA, (2014) TÜKETİCİLERİN TURİZM AMAÇLI SATIN ALMA KARAR SÜRECİNE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ, AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
5. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Davranış. Ankara: Detay Yayıncılık, 17.
6. Demir, Ş. Ş. ve Kozak, M. (2011). Turizmde Tüketici Davranışı Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 22 (1), 19-34.

7. Wright, R. (2006). Consumer Behavior. UK: Cengage Learning EMEA, 208.
8. Richardson, R. R. (2014) The Contribution of Tourism to Economic Growth and Food Security. United States Agency International Development, Mali. 2-3.
9. Engel, J. F., Kollat ,D. T. ve Blackwell, R. D. (1968). Consumer Behavior. Holt, Rinehart and Winston, New York.
10. Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). Tourism: Economic, Physical and Social Impact. Harlow, Londra.
11. Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2001). Business, Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann Linacre House, 73.
12. https://www.turizmgunlugu.com/2020/01/20/dunya-turizmi-2019-rakamlari/, Cem Bişkin 2020
13. https://www.haberturk.com/turkiye-gecen-yil-en-cok-turist-agirlayan-6-ulke-oldu-2579663-ekonomi 11.02.2020
14. https://report.az/turizm/naftalanda-turzimin-inkisaf-plani-teqdim-olunub/, 2019.
15. https://report.az/turizm/azerbaycanin-dag-xizek-kurortlari-mdb-de-top-10-a-daxil-edilib/, 2020.

Gəncə-Qazax Regionunda Turizmin Mövcud Vəziyyəti

Elvin Əliyev

elvin250271@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Gəncə-Qazax regionunda turizmin mövcud vəziyyəti, inkişaf perspektivləri öz əksini tapmışdır. Bu bölgədə turizm sektorunun inkişafının təkmilləşdirilməsi yolları təhlil edilmişdir.

Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunun təbii-iqtisadi potensialının mühüm bir hissəsini ölkənin turizm-rekreasiya ehtiyatları təşkil edir. Dağ, meşə, şirin, mineral və termal su mənbələri və s. bu kimi təbii ehtiyatlar və qədim tarixi-mədəni abidələr burada geniş istirahət və müalicə-sağlamlıq şəbəkələri yaratmağa və xarici turizmi inkişaf etdirməyə imkan verir. Nəinki respublikamızda, həmçinin dünyada məşhur olan müalicəvi Naftalan nefti burada yerləşir. Gəncə-Qazax bölgəsində yerləşən Göygöl və Hacıkənd ətrafında sanatoriya-kurort və müalicə sağlamlıq müəssisələri şəbəkəsini genişləndirməklə regionda turizmi inkişaf etdirmək olar.

Ölkə əhalisinin 13,6%-nin yaşadığı Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda kənd təsərrüfatının, sənayenin, turizmin inkişafı diqqət mərkəzindədir. Bu regionda kənd təsərrüfatı ilə yanaşı turizmin, maşınqayırma sənayesinin, qara və əlvan metallurgiyanın inkişaf etdirilməsinin böyük potensialı var.

Məqalədə xüsusilə Gəncə-Qazax bölgəsində kənd turziminin mövcud vəziyyəti məsələsinə də toxunulmuşdur. Gəncə-Qazax bölgəsində kənd turizmi üçün əlverişli olan yaşayış məntəqələri əsasən dağlıq və dağətəyi bölgələrdə cəmlənib. Kənd turizmi üçün əlverişli olan bölgələrə Göygöl, Daşkəsən, Gədəbəy, Goranboy rayonlarını qeyd etmək olar. Bununda səbəbi həmin bölgələrdə landşaft ekzotikliyi ilə seçilən təbii zənginliklərin olması və yaşayış məntəqələrinin özünəməxsus adət-ənənələrinin olmasıdır. Burada kənd turizminin inkişafı həm bölgənin, həm də ölkənin iqtisadiyyatının güclənməsində xüsusi rol oynayır. Bu səbəbdən də regionda kənd turizminin inkişafı labüddür.

Açar sözlər: Gəncə-Qazax bölgəsi, Naftalan, kənd turizmi, turizm potesialı

Giriş

Ölkəmizdə turizm üçün çox əlverişli şərait mövcuddur. Buna səbəb odur ki, respublikamızın hər cür landşaft şəraiti, təbii iqlimi, iqtisadi imkanları, turizm obyektləri var. Ölkənin turizminin xidmətinin inkişafı yeni yolların, nəqliyyat vasitələrinin xarici sahibkarların bölgəyə marağını artırmaqla, gələn turistlərin qarşılanması, yerləşdirilməsi, onlar üçün gəzinti planlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi kimi bir çox fəaliyyət komplekslərinin inkişaf perspektivlərini müəyyən edir.

Yeni hava və dəniz limanlarının istifadəyə verilməsi, yeni dəniz, hava, minik avtomobilləri və avtobusların alınması və istifadəyə buraxılması bu inkişafın elementlərindəndir. Həmçinin turizmin inkişafı ölkənin regionlarının da inkişafına səbəb olur, yüzlərlə iş yerlərinin açılmasına və son nəticədə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına öz töhfələrini verir. Beləliklə xarici iqtisadi əlaqələrin möhkəmlənməsində də turizm xidməti mühüm rol oynayır.

Ölkəmizdə mineral suların, müalicə nefti və palçığın olması kurort yerlərinin əhəmiyyətini artırmaqla yanaşı, buraya turist axınını da gücləndirir. Xəzər dənizi sahilləri, Quba-Xaçmaz, Lənkəran-Astara, Şəki-Zaqatala, Gəncə-Qazax iqtisadi rayonları turizmin inkişaf etdirilməsi üçün çox yararlıdır. Məhz bu zonalara turist axını daha çoxdur. Bundan əlavə, müxtəlif arxeoloji, tariximemarlıq abidələri, incəsənət obyektləri də xarici turistləri cəlb edir.

Gəncə-Qazax turizm bölgəsi ölkəmizin qərbində, Bakı-Qazax marşrutunun üstündə yerləşir. Burada turizmin ixtisaslaşması əsasən istirahət-müalicə istiqamətindədir. Çox əlverişli iqlim şəraitinə sahib mineral su ehtiyatları, dağ-meşə landşaftı ilə zəngin bu bölgə turizmin inkişaf etməsi baxımından çox

perspektivlidir. N. Gəncəvinin məqbərəsi, İmamzadə tikililər kompleksi, Cümə məscidi, Karvansara, Şeyx İbrahim məqbərəsi və b. Gəncənin maraqlı turizm obyektlərindəndir (Həsənov, 2016: 132).

İqtisadi əhəmiyyətinə və böyüklüyünə görə respublikanın 2-ci şəhəri olan Gəncənin cənub zonasında dəniz səviyyəsindən 1556 m hündürlükdə yerləşən Göygölün ətrafında Hacıkənd və Göygül istirahət zonaları və Göygöl DTQ təsis edilmişdir. Beynəlxalq əhəmiyyətli olan Naftalan kurortu bu bölgədədir. Qazax rayonu memarlıq abidələriylə zəngindir. İbtidai insanların məskənləri olan Aveyadağ mağarası maraqlı təbiət abidələrindəndir. Mingəçevir şəhərinin yaxınlığında arxeoloji kompleks yerləşir. Mingəçevirdə respublika əhəmiyyətli olan avarçəkmə bazası var. Gəncədə "Kəpəz", "Gəncə" mehmanxanalarında, "Lüks" hotelində turistlərin vəə gələn qonaqların istirahəti üçün hər şərait yaradılmışdır (Soltanova, Hüseynova, 2007: 178).

Gəncə-Qazax bölgəsində turizmin mövcud vəziyyəti və onun inkişafı ilə bağlı bir çox tədqiqat işləri aparılmışdır. Yeni tədqiqatların aparılması və alınan nəticələr regionda turizmin daha da inkişaf etməsinə təsir göstərər. Bu səbəbdən də hal-hazırda bu mövzuda yeni tədqiqatlara ehtiyac duyulur.

Azərbaycan Turizmin Mövcud Vəziyyəti

Turizm sektoru keçmişdən bu günümüzə qədər inkişaf etmiş, həmçinin inkişafda olan dövlətlər tərəfindən maraq göstərilən sektor olmuşdur. Bunun əsas səbəbi dünyada sürətli şəkildə inkişaf edən sektorlardan olmasıdır. DTT 2020-ci il ərzində turizmin ümumi gəlirinin 2 trilyon dollar olacağına və bunun da 20 faizə qədəri kənd turizminin payına düşməsi planlaşdırır. Zəngin turizm potensialına malik Azərbaycan üçün işsizlik probleminin həll edilməsində kömək etməsinin təmin olunması nöqtəsində turizm sektorunun əhəmiyyətini çoxaltmaqdadır. Turizm sektorunun əsas struktur xüsusiyyətləri, məşğulluq yarada bilmə potensialı baxımından onu başqa sektorlardan fərqləndirir.

Turizm bütün dünyada ən gəlirli sahələrdən birinə, sürətlə inkişaf edən iqtisadi bir sektora çevrilib. Ölkəmizdə turizmin inkişaf etdirilməsi dövlətin başlıca prioritet sahələrindəndir. Turizmdə ölkəmizin rəqabət imkanları yüksəkdir (Soltanova, 2015:90). Rəngarəng iqlimimiz, təbii sərvətlərimiz, zəngin mədəni və tarixi irsimiz yararlı turizm məhsulu yaratmaq məqsədilə mühüm zəmindir. Bununla yanaşı, ölkəmiz turizm sahəsinin inkişaf etməsini iqtisadiyyatın qeyri-neft sahəsi üzrə prioritet istiqamət elan etmişdir.

Son illərdə ölkədə turizmin təşviqiylə əlaqədar aparılan islahatlar, görülən işlər, qəbul olunan dövlət proqramları və normativ-hüquqi bazanın daha da təkmilləşdirilməsi bunu növbəti dəfə sübut edir. Burada əsas məqsəd turizmin ölkə iqtisadiyyatının səmərəli, rəqabətə davamlı və dayanıqlı sahəsinə çevrilməsindən ibarətdir.

Gəncə-Qazax Regionunda Bölgələr Üzrə Turizmin İnkişaf Perspektivləri

Gəncə şəhərinin yerləşdiyi təbii coğrafi şərait, onun tarixi-mədəni abidələri və başqa infrastruktur obyektləri bu regionda turizm sahəsinin inkişaf etməsi üçün lazımi şərait yaratmışdır. Özünəməxsus turizm imkanlarına sahib Gəncə şəhərinin İpək Yolu beynəlxalq marşrutunun üzərində yerləşməsi bu potensialı çox artırıb (Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunun pasportu, 2015: 7).

Gəncənin ətrafında Göygöl, Maralgöl və Hacıkənd kimi təbiətin yurdumuza bəxş etmiş olduğu təbiət möcüzələri yerləşir. Çox əsrlərdir ki, rəssamlar, bəstəkarlar, şairlər bu gözəllikdən ilham almış, onu əsərlərində vurğulayaraq vəsf edirlər. Hər gün yüzlərlə, minlərlə xarici və yerli qonaq, turist təbiətin yaratmış olduğu bu əvəzedilməz mənzərəni seyr edir və zövq alırlar. Burada bir çox turist bazaları, istirahət evləri və turist marşrutları fəaliyyət göstərir (Cəfərli, 2009: 3).

Cədvəl 1. İqtisadi rayonlar zürə yük dövriyyəsi, mln, ton km (2013-2018)

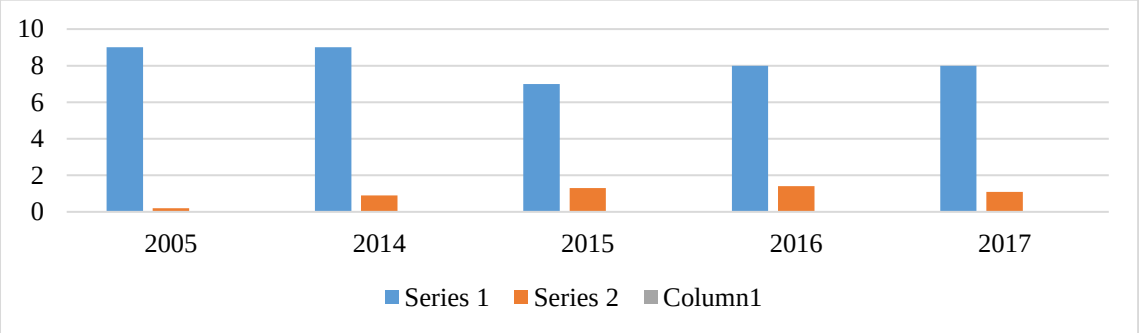
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bakı şəhəri	620.2	2450	2794.3	3179.7	3755	4241.2
Abşeron iqtisadi rayonu	148.2	224.2	246.2	252.7	262.6	280.3
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	452.4	689.7	753.6	803.5	860.9	918.9
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	336.1	550.7	573.2	593.1	623.3	655.2
Lənkəran iqtisadi rayonu	361.9	557.8	587.8	620.8	690.1	722.4
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	128.1	196.3	212.2	237.9	257.1	271.4
Aran iqtisadi rayonu	630.3	1064.2	1146	1210.4	1274.4	1350.9
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	121.3	225.8	235.8	246.2	266.4	279.9
Naxçıvan iqtisadi rayonu	236	406.1	423.7	497.5	552.8	598.2

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2010-2017-ci illərdə ölkə üzrə elmin əsas göstəricilərinə nəzər salsaq görərik ki, görərik ki, dövlət büdcəsindən elmə çəkilən xərclərdə 2010-cu illə müqayisədə 2017-ci ildə 1,2 dəfə, tədqiqat və işləmələrə çəkilən ümumi xərclərdə isə 1,4 dəfə artım baş vermişdir. Həm elmə çəkilən xərclərin, həm də tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin ÜDM-də payı cəmi 0,2% təşkil etmişdir.

Gəncə-Qazax regionu üzrə elmin əsas göstəriciləri üzrə aparılmış təhlil qrafik 1-də verilmişdir.

Qrafik 1. Gəncə-Qazax regionu üzrə elmin əsas göstəriciləri



Qeyd: Tədqiqat və işləmələri yerinə yetirtən təşkilatların sayı

Tədqiqat və işləmələrdə istifadə olunan əsas vəsaitlər dəyəri (milyon manat)

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi, 2017

Qrafik 1-dən göründüyü kimi, Gəncə-Qazax regionu üzrə tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən təşkilatların sayında 2005-2014-cü ildə dəyişiklik olmamış, 2015-ci ildə isə əksinə azalma baş vermiş, 2016-2017-ci illərdə isə nisbətən artım olduğu müşahidə edilir. Həmçinin, tədqiqatla məşğul olan heyətin sayında azalma müşahidə olunmuşdur.

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin sifarişiylə Gəncə şəhərinin mədəni və tarixi abidələriylə yanaşı, restoranlar, mehmanxanalar və digər vacib məlumatlar barədə Azərbaycan, ingilis və rus dillərində turist xəritəsi hazırlanmışdır. Xarici və yerli qonaqlar bu xəritədən istifadə edərək məlumatlar əldə etmək imkanı qazanacaqlar. Tezliklə, Gəncə şəhərində turizm sektoru sahəsində görülmüş işlər nəticəsində buraya gələn turistlərin sayı artacaq, Nizaminin yurdu turizm üçün cəlbedici şəhərə çevriləcəkdir. Qonşu bölgələrdə, rayonlarda istirahət edən turistlər də Gəncə şəhərində vaxt keçirməyə gəlirlər. Son vaxtlar yaradılmış istirahət yerləri, muzeylər və əsasən də Gəncə Beynəlxalq Aeroportunun növbəti dəfə yenidən qurulması burada başlıca amildir (https://ikisahil.az/post/news-56455, 2017).

Turizmin inkişafı üçün Tovuz rayonunun təbii rekreasiya potensialı böyükdür. Tovuz rayonu hər tərəfdən dağlarla, meşələrlə əhatə olunduğuna görə, flora və faunası ilə digər rayonlardan fərqlənir. Tovuzun əsas rekreasiya yeri və turizm mərkəzi rayonun dağlıq ərazisidir. Kiçik Qafqazın şimal yamacı Tovuz rayonunun ərazisinə düşür. Əsrik, Qoşa, Fmdıqlı, Çataq, Böyük Qışlaq, Kiıən kiçik və ya böyük kəndləri ilboyu ən çox turist qəbul edən kəndlərdir. Dağların hətta ən hündür zirvələrinədək sıx meşələr, sərin sulu bulaqlar (Maral bulağı, Atan bulaq, Fmdıqlı bulağı, Turşsu, Böyrək suyu bulağı və s.), dağ yamaclarında it boyu mövcud olan yaşıllıqlar istirahət üçün çox əlverişli imkanlardır.

Bu gün Tovuzda 4 istiqamətdə turizm marşrutları müəyyənləşdirilmişdir. Turizmin inkişafı ilə əlaqədar Tovuz şəhərinin girəcəyində 5 hektar ərazidə Olimpiya İdman Kompleksi, onun yaxınlığında 5,2 hektar sahədə 5 ulduzlu otel, Karvansara tipli "Qala", "Şələlə", "Bayraq meydanı", rəmzi "Üç qala" kompleksi tikilmiş, 10,4 hektar sahəsi olan Heydər Əliyev adına mədəniyyət və istirahət parkı salınmışdır. Bu obyektlər müasir tələblərə cavab verən istirahət və idman imkanlarına görə istirahət-rekreasiya obyektləri kimi turistlərin xidmətindədir. Bundan əlavə, Xınna və Əsrik dərələri boyunca 50-yə yaxın istirahət-rekreasiya obyektləri fəaliyyət göstərir.

Rayonun Aşağı Quşçu kəndi ərazisində yerləşən, bizim eradan əvvəl VI minilliyə aid Göytəpə yaşayış məskəni və onlarla digər qədim tarixi abidələr də rayonun turizm marşrutlarına daxil edilmişdir. Rayona gələn turistlərin məlumatlandırılması məqsədilə turizm potensiallı yaşayış məntəqələrində müxtəlif məlumatlar, turizm, ictimai-iaşə obyektləri, poçt, tibb məntəqələri haqqında göstəricilər yerləşdirilmişdir. Rayon ərazisində yerləşən bütün tarixi abidələrə gedən yollar təmir olunmuşdur. Bir sözlə, gözəl təbiəti olan Tovuzun turizm imkanlarının genişləndirilməsi istiqamətində işlər uğurla davam etdirilir (https://azertag.az/xeber/Tovuzda_turizm_obyektlerinin_sayi_artir-178622, 2019).

Şəmkir Azərbaycanın qərb zonasında yerləşən qədim bir şəhərdir. Gözəl təbiətə, münasib iqlimə, zəngin tarixi və mədəni irsə, inkişaf edən infrastruktura sahib olan Şəmkir turistlər üçün cəlbedicidir.

Şəmkirdə yerləşən turizm obyektləri-Şəmkirin beş əsas-Səməd Vurğun, Nizami, Həzi Aslanov, Sabir və İsraffil Məmmədov küçəsi alman həyat tərzinin , yaxud Almaniyanin bir növ memoriyalıdır. Keçmişdə bu küçələr sadəcə I, II, III və s. adlandırılırdı. Burada evlər, çəpərlər, ağaclar, arxların küçələr boyu düzlüşü, parklar, ümumiyyətlə hər detal, hər bir məkan insanda elə təəssürat əmələ gətirir ki, sanki burada tarix canlıdır, dünən heç bir şey olmayıb və almanlar Şəmkirdə qonaqdır.

Regionların sosial-iqtisadi inkişaf etməsi Dövlət proqramları daxilində həyata keçirilən tədbirlərin nəticəsində Naftalan özünün yeni inkişaf zamanına qədəm qoymuşdur. Qısa zaman müddətində Naftalanda üç böyük sanatoriya ("Qaşaltı", "Qarabağ", "Çinar") yenidən tikilmiş, əsaslı şəkildə təmir olunmuş və istifadəyə verilmişdir. Hazırda Naftalanda üçü beş ulduzlu olmaqla on sanatoriya fəaliyyətdədir. Yaxın zamanda bu şəhərdə yeni mehmanxananın, həmçinin böyük olmayan başqa istirahət zonalarının, mərkəzlərinin təşkili gözlənilir.

Son 10 il ərzində Naftalanda görülmüş işləri həmçinin ümumi inkişaf dinamikamızın əsas göstəricisi olaraq da qəbul etmək olar. Naftalanda yeni iş yerlərinin, obyektlərin yaradılması son illərdə çox sürətlə gedib. Bütün bunlar sabaha olan ümidləri daha da çoxaldır. Bundan sonra Naftalanda işlərin yaxşı gedəcəyi və şəhərin inkişaf etməsi uğurlu şəkildə davam etdiriləcəyi güman edilir (https://ikisahil.az/post/news-1036, 2018).

Naftalanın müalicəvi neft vannalarında ilk dəfə Asiya qitəsindən Cənubi Koreya, Çin, Yaponiya, Hindistan, Yeni Zelandiya, Filippin, Kambocadan, Amerika qitəsindən Meksika, Braziliya, Kanada, ABŞ-dan, Avstraliyadan, həmçinin Afrika respublikalarından gələn turistlər sağlamlıqlarını bərpa etmişlər.

Artıq bu artım özünü biruzə verməkdədir. 2018-ci ilin I rübündə Naftalana gələn turistlərin ümumi sayı ötən ilin uyöun dövrüylə müqayisədə 20,1 % çox olub. Bu dövrdə turizm obyektlərində beş mindən çox turist qeydə alınmışdır ki, onun da 2241 nəfəri xarici turistlərin payına düşür (Dövlət Statistika Komitəsi, 2018).

Daşkəsəndə yaşıl turizm, kənd turizmi pərakəndə formada inkişaf etmişdir. Dağ turizmi, alpinizm turizmi, ekoturizm, aqroturizm növlərini inkişaf etdirmək məqsədilə əlverişli şərait var. Rayonun bu sahəsinə müəyyən zaman əvvəl investorların diqqət göstərməməyi, eləcə də infrastrukturun lazımi dərəcədə olmaması turizm imkanlarından istifadə edilməsinə müəyyən qədər maneə yaratmışdır. Ancaq bu sahə həmişə rayon rəhbərliyinin diqqət mərkəzində olmuşdur (http://dashkesen-ih.gov.az/news/330.html, 2018).

Daşkəsəndə ekoloji, istirahət və kənd turizm növləri inkişaf etmişdir. Turizm infrasturkturu zəif inkişaf etmişdir ki, buna da misal olaraq qeyd edək ki, yerləşmə müəssisələrində yerlərin sayı 216-a çatır. Bölgədə kənd turizminin inkişafı üçün ekzotik landşaftı ilə seçilən yaşayış məntəqələrinin sayı 10-a yaxın olsa da, bunlardan yalnız Xoşbulaq, Təzəkənd və Astaf kəndlərində turistlərə evlərin kirayəyə verilməsinə rast gəlinir. Rayonda sosial infrastrukturun bərpası, xüsusilə dağ kəndlərinə gedən yolların bərpası kənd turizminin inkişafına təkan verə bilər.

Ölkəmizin qərb bölgəsində Kiçik Qafqaz dağlarının qoynunda yerləşən Gədəbəy əsrarəngiz təbiəti ilə məşhurdur. Cəmi bir neçə dəqiqəyə 7 kilometrlik Yasamal aşırımının burma-burma, dolama yollarını qət etdikdən sonra insanın gözləri önündə açılan geniş təbiət mənzərəsi hər kəsi valeh edir.

Son illərdə rayonda yaradılan infrastruktur isə istənilən sayda turistin, yerli və əcnəbi qonaqların burada qalmasına, eləcə də istirahətlərindən mənəvi zövq almasına imkan yaradır. Artıq neçə ildir ki, Gədəbəydə istər xarici, istərsə də yerli turistləri qarşılamaq və onlara yüksək səviyyəli mədəni xidmət göstərmək üçün "Aşağı Narzan", "Yuxarı Narzan", "Şirxan", "Göyçə", "Eldordo" kimi müasir istirahət məkanları fəaliyyət göstərir. İstirahət mərkəzlərində isə qonaqların məmnunluğunu qazanmaq üçün bir-birindən maraqlı və münasib xidmətlər təklif olunur.

Bununla yanaşı, Gədəbəydə kənd turizminin də inkişaf etdiyini görmək mümkündür. Demək olar ki, rayonda yaşayan əksər ailələr potensial olaraq evlərində 4-5 nəfər qonaq qəbul etmək və onlara mədəni xidmət göstərmək imkanına malikdir. Məhz kənd sakinlərinin mehriban və səmimi rəftarı, həmçinin bəzi insanların kənd həyatına maraq göstərməsi onları bu cür evlər kirayələməyə və istirahətlərini kənd ailələri ilə birgə keçirməyə vadar edir.

Turistləri Gədəbəyə cəlb edən digər bir səbəb isə bu yerlərin həm də qədim və zəngin tarixə şahidlik etməsidir. Dağların zirvəsində, sərt yamaclarda, sıx meşəliklərin ortasında tikilən möhtəşəm qalalar, qalaçalar, məbədlər, körpülər və digər tarixi abidələr Gədəbəyin turizm əhəmiyyətini daha da artıran və bu yerləri hər kəs üçün unudulmaz edən əsas məkanlardır.

Bölgədə ən çox turist cəlb edən ərazilərdən sayılır. Zəngin təbii ekzotik landşafta, tarixi-memarlıq abidə-lərinə malikdir. Bölgədə kənd turizminin inkişafı üçün 15-dən çox yaşayış məntəqəsi olsa da, bunlardan yalnız Slavyanka, Novosaratovka, Qalakənd yaşayış məntəqələrində kənd turizmində

istifadə olunur. Bununla yanaşı Gədəbəy şəhəri mərkəzinə gələn turistlərin əksəriyyəti yaşayış fondlarından istifadə edirlər. Gədəbəy rayonunda kənd turizm potensialı çox olsa da, bölgədə infrastrukturun zəif inkişafı, tələbat rayonundan uzaqda yerləşməsi ondan səmərəli istifadəyə imkan vermir.

Öz istirahətini başqa şəhər və ölkələrdə keçirənlərin əksəriyyətini dincəlmək istədiyi məkanda yerli əhalinin tarixi keçmişi ilə mədəni səviyyəsi daha çox maraqlandırır. Ona görə də istirahət edən şəxs vaxtının çox hissəsini həmin məkanda mövcud olan muzeyləri, tarixi mədəni abidələri və tarixi yerləri ziyarət etməyə həsr edir.

Mədəni turizm kimi səciyyələnən bu cür səfər və səyahətlər insanların özünüdərk səviyyəsinin və dünyagörüşünün yüksəlməsinə xidmət etməklə onların mənəvi dünyasına rahatlıq gətirir. Bu baxımdan Qazax rayonunda da mədəni turizmin inkişaf etməsi üçün geniş imkanlar var.

Rayonda dövlət qeydiyyatına götürülmüş 46 memarlıq, 54 arxeoloji abidə, 7 monumental heykəltəraşlıq, 7 xatirə memorial və memarlıq kompleksləri, o cümlədən tarix diyarşünaslıq muzeyi, Molla Pənah Vaqif və Molla Vəli Vidadinin xatirə muzeyi, Dövlət Rəsm Qalereyası, Heydər Əliyev adına Elm Mərkəzi, İtaliyanın milli qəhrəmanı, həmyerlimiz Tahir İsayevin ev-muzeyi, Dövlət Dram Teatrı, Səməd Vurğun Poeziya Evi və Qazax torpağının yetirdiyi görkəmli adamların şərəfinə yaradılmış Mütəfəkkirlər parkı fəaliyyət göstərir. Bu potensialdan səmərəli istifadə etməklə rayonda mədəni turizmin inkişafına böyük təkan vermək olar.

Son illərdə Goranboyda turizm inkişaf etməyə başlamışdır. Əsasən dağlıq ərazidə yerləşən Gülüstan ərazisi turistləri özünə cəlb edir. Bu ərazi dağ çayları və buz bulaqlarıyla məşhurdur. Son dövrlərdə səyahət edənlərin dincəlməsi üçün münbit şərait də yaradılıb.

Bu ərazidən 45 km məsafədə Gəncə beynəlxalq hava limanı mövcuddur, 37 km məsafədən isə Bakı-Tiflis magistral yolu və Bakı-Tiflis dəmiryolu keçir. Bu əraziyə turistlərin cəlb olunması olduqca əlverişlidir. Hal-hazırda burada rabitə və yol nəqliyyatı bərpa edilmişdir. Dincəlməyə gələnlər üçün hər cür infrastruktur mövcuddur. Qrup halında olmasa belə, artıq bölgəyə xarici turistlər də gəlir. Ümumilikdə isə gün ərzində istirahət mərkəzlərində 1000-ə yaxın insanın dincəlməsi və 300 nəfərin gecələməsi üçün şərait var.

Metod

Tədqiqat işinin araşdırılması və təhlil olunması edilməsi məqsədilə mövzu yazılarkən Gəncə-Qazax regionu müşahidə metodu vasitəsilə aradırılmış, müqayisəli təhlil metodu vasitəsilə digər regionlar ilə müqayisə edilmiş, məntiqi ümumiləşdirmə metodu vasitəsilə Gəncə-Qazax bölgəsində turizm perspektivləri təhlil edilmişdir. Bu metodlarla yanaşı induksiya və deduksiya metodlarından da istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi barədə iqtisadi faktlar toplanmış və araşdırılmışdır. Deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr müəyyən edilmişdir.

Analiz

Reginlarda, xüsusilə Gəncə-Qazax regionunda turizmin inkişafı, bununla bağlı həyata keçirilən tədbirlər və s. nin aktuallığı hər zaman vacib məsələlərdən biri olmuşdur. Paralel olaraq, tədqiqat mövzunun öyrənilmə əhatəsi Azərbaycanda olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat önəmli bir xarakter daşıyır.

Nəticə

Gəncə-Qazax regionunda turizm obyekti kimi göllərin əhəmiyyəti danılmazdır. Gəncə-Qazax rayonunda hidroqrafiya şəbəkəsi sıxdır. Ən mühüm çayları Kür, Ağstafa, Tovuz, Şəmkir, Qoşqar, Gəncəçay, Zəyəmçay və başqalarıdır. Kür çayının mühüm təsərrüfat əhəmiyyəti ilə yanaşı balıqla zəngin olması bölgədə balıq ovunu sevənlər üçün də yararlıdır. Çaylar üzərində su anbarları salınmışdır. Bunlar Ağstafaçay (1969-cu il), Şəmkir (1982-ci il), Yenikənd (2000-ci il) su anbarlarıdır. Kəpəz dağının ətəyində yerləşən Göygöl və onun ətrafındakı meşəli dağlar əhatəsində zəlzələ uçqun nəticəsində yaranmış bir qrup göllər maraqlı təbii abidələr və turizm obyektləridir. Göygöl dəniz səviyyəsindən 1556 metr yüksəklikdə yerləşir. Maksimal dərinliyi 93 metrdir. Maralgöl dəniz səviyyəsindən 1899 metr yüksəklikdə yerləşir. Dərinliyi 61 metrdir. Şəmkir Göygölünün dərinliyi 66 metrdir. Çandargöl rayonun şimalında Gürcüstanla sərhəddə yerləşir, tektonik göldür. Dərinliyi cəmi 6 metrdir. Bu göllərin ətrafları təbiətinin füsunkarlığı ilə seçildiyindən əlverişli rekreasiya-istirahət yerləridir.

Bölgələrdə təklif olunan kənd turizm xidmətlərinə daxil olan əsas komponentlərdə əsasən təbiətlə bağlı olur. Buna görə də təklif olunan kənd turizm xidmətlərinin cəmi az olmaqla daxili turizmə istiqamətlənmiş olur. Daxili turizm bazarında kənd turizm seqmentinin formalaşmasıda qeyd olunan xidmətlərlə birbaşa bağlıdır. Regionun dağlıq və dağ ətəyi bölgələrdə mövcud olan kənd yaşayış məntəqələrinin əhalinin daxili turizm tələbatında kənd turizmdə mövcud xidmətlərin cəmi deyil həmin ərazinin ekoloji imkanları maraqlıdır. Qeyd olunanları nəzərə alaraq kənd turizm üçün seçilən yaşayış məntəqələrin xüsusiyyətlərində nəzərə alınan amilləri və istehlakçıların qiymətləndirilməsi səviyyəsinə daxil edilir.

- Təbii ekzotik landşaftın olması;
- Yay aylarının sərin keçməsi;
- Sututar və ya çayların olması;
- Qısa müddətli ekskursiyaların keçirilməsi imkanları;
- Ekoloji turların təşkili imkanları.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Cəfərli R. A., (2009). Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu, Bakı, Azərbaycan qəzeti
2. Dövlət Statistika Komitəsi, 2018
3. Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunun pasportu, (2015), Bakı, Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, 60 səh.
4. Həsənov A.N., (2016). Regional turizm komplekslərinin inkişaf strategiyasının formalaşdırılması, Gəncə, Odlar
5. Soltanova H.B., Hüseynova Ş.H., (2007). Turizmin əsasları, Bakı, Mütərcim
6. Soltanova H.D., (2015). Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı, AzTU
7. https://ikisahil.az/post/news-56455, 2017
8. https://azertag.az/xeber/Tovuzda_turizm_obyektlerinin_sayi_artir-178622, 2019
9. https://ikisahil.az/post/news-1036, 2018
10. http://dashkesen-ih.gov.az/news/330.html, 2018

Azərbaycan Müstəqillik Əldə Etdikdən Sonra Turizmin İnkişafının Xüsusiyyətləri

Tamerlan Qaragözov

aqstafali96@mail.ru

Xülasə

İqtisadi baxımdan turizm dünya təsərrüfatının aparıcı və ən dinamik sahələrindən biridir. Bu sürətli artım tempi ilə o, yüzilliyin iqtisadi fenomeni kimi qəbul edilmişdir. Turizm iqtisadi cəhətən inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan bir çox dünya ölkələrinin fundamental əsasıdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına görə turizm dünya üzrə Ümumi Milli Məhsulun 11-12%-ə bərabərdir. Ümumi kapital qoyuluşunun 7%-i, dünya istehlak xərclərinin 11%-i, dünya ixracat gəlirlərinin təxminən 7%-i turizmin payına düşür və yalnız neft və neft məhsullarının və avtomobil ixracından daxil olan gəlirlərdən mütləq ifadədə geri qalır. Dünyada 15 iş yerindən biri turizm sənayesinin payına düşür.

Bəzi ölkələrdə turizm büdcə gəlirlərinin dörddə bir hissəsini, hətta daha çox təşkil edir. Fransa, İspaniya, İsveçrə, İtaliya, Macarıstan və Çexiyada Ümumi Milli Məhsulun 15%-dən 35%-ə qədəri turizm sənayesindən əldə edilir. Kipr üçün bu göstərici 45%-dən çoxdur.

Turizm iqtisadiyyatın mühüm sahələrinə əhəmiyyətli təsir göstərir: nəqliyyat və rabitə, tikinti, kənd təsərrüfatı, ticarət, istehlak mallarının istehsalı və s. Turizm sənayesinin təqdim etdiyi xidmətlərin həcminin dinamik artması digər sahələrlə müqayisədə iş yerlərinin daha çox artmasına gətirib çıxarır.. Deməli, turizm sosial-iqtisadi inkişafın özünəməxsus hərəkətverici qüvvəsi kimi çıxış edir.

Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatının müasir inkişafının əsasını neft sənayesi təşkil edir. Bu strategiyanın əsas müddəalarından biri neftdən gələn gəlirlər hesabına qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirməklə, innovasiya yönümlü iqtisadiyyat formalaşdırmaq və bu konteksdə iqtisadi inkişafın davamlı olmasını təmin etməkdir. Qeyri-neft sektorunun mühüm sahələrindən biri də turizmdir. Azərbaycan turizmi inkişaf etdirmək üzrə mühüm potensiala malikdir. Bu potensialın öyrənilməsi, onun nəticəsində düzgün turizm siyasətinin həyata keçirilməsi bu sektorun inkişafı üçün çox vacibdir.

Açar sözlər: turizm, inkişaf, Azərbaycan, təşkilat, iqtisadiyyat, xidmət

Giriş

Müasir dövrdə bir çox ölkələrdə olduğu kimi ölkəmizdə də turizm sürətlə inkişaf edən sahələrdən birinə çevrilmişdir. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə turirzm fəaliyəti ilə məşğul olanların sayı 2010-cu ildə 1418 nəfər, 2013-cü ildə 1729 nəfər, 2014-cü ildə isə 1794 nəfər təşkil etmişdir. Araşdırma göstərir ki, dünyada yeddi iş yerindən biri turizm biznesinin payına düşür.

Nadir təbii resurslara və tarixi-mədəni dəyərlərə malik Azərbaycanın regional və beynəlxalq səviyyədə turizm sənayesinin inkişafı üçün həyata keçirilməmiş böyük potensiala malikdir. Hazırda ölkənin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri iqtisadi inkişafın xammal yönümündən qeyri-neft sektorunun inkişafı əsasında tədricən diversifikasiyalı yolun keçməkdir ki, bu zaman ən perspektivli sfera turizm qəbul edilmişdir. Hələ 2010-cu ildə Ölkə rəhbərliyi tərəfindən turizmin inkişafının dövlət proqramı qəbul edilmişdir və həyata keçirilən tədbirlər planında turizm statistikasına xüsusi yer verilmişdir. Xüsusilə, turizm sferasında statistik məlumatların toplanması sisteminin və metodologiyasının təkmilləşdirilməsi, onun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, turizm məqsədilə ölkəyə gələn və ölkədən gedənlərin sayı, onların məqsədləri və xərcləri haqqında və s. məlumatları özündə əks etdirən illik statistik məcmuənin formalaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Ölkədə turizm sferasında statistik fəaliyyəti Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, Dövlət Sərhəd Xidməti, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi həyata keçir.

Azərbaycan Respublikasındaturizm Müəssisələrinin Əsas Göstəriciləri

Turizmdə statistik müşahidənin hesabat formalası ilə yanaşı digər təşkili formaları da, məsələn seçmə müşahidəsi də daxildir (Деятельности., 2008: 129).

Müşahidənin məqsədinə uuğun olaraq formalaşdırılan statistik göstəricilər sistemi hadisənin öyrənilmə dərinliyindən, əlamətlər arasındakı əlaqənin tədqiqi formalarına, göstəricilərin strukturu və tərkibindən, onların qruplaşdırılmasından asılı olaraq bir - birindən fərqlənir. Göstəricilər sistemi və onların qurulması metodologiyası milli və beynəlxalq standartlara uyğun olmalıdır.

Göstəricilər sistemində turizm bazarının fəaliyyət nəticələrini xarakterizə edən bəzi göstəriciləri ayırd etmək olar. Turizm sferasında belə göstəricilər turizm xərcləri və turizm istehlakının dəyər ifadəsindən həcmidir. Bunların əsasında bu və ya digər ölkənin dnya turizm bazarında rəqabətqabliyyətliyinin səviyyəsi qiymətləndirilir.

Turizm fəaliyyətinin bütün tərəflərinin əks etdirən statistik göstəricilər sisteminə misal Ümumdünya Turizm Təşkilatının statistika təcrübəsində istifadə üçün tövsiyyə etdiyini göstərmək olar.

Ümumdünya Ticarət Təşkilatının tövsiyyə etdiyi göstəricilər sisteminə 120 dəyər və 40 - dan çox natural göstəricilər daxildir. Bir sıra dəyər göstəriciləri turizmdə istehsal hesabının qurulması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Natural göstəricilər yerləşdirmə vasitələrinin müxtəlif tiplərinin sayını, turizm müəssisələrində məşğul olanların sayını və s. hesablamaqğa imkan verir. ÜTT-nın statistik göstəriciləri qarşılıqlı əlaqədədədir və MHS ilə uzlaşdırılmışdır.

Ümumiyyətlə turizmin inkişafını xarakterizə edən iqtisadi göstəriciləri aşağıdakı sxemdə vermək olar:

Bütövlükdə turizm iqtisadiyyat üç müsbət təsir göstərir. Bunlara aiddir:

- xarici valyuta daxilolmalarını təmin edir,
- tədiyə balansı və ümumi ixrac kimi iqtisadi göstəricilərə müsbət təsir göstərir,
- əhalinin məşğulluğunun artmasına kömək edir.

Rəsmi statistika turizmin inkişafını xarakterizə etmək üçün turizm fəaliyyətinin müxtəlif tərəfləri haqqında informasiya toplayır. Ümumiyyətlə tuizm statistikasında aşağıdakı anlayışlardan istifadə edilir.

Turizm yollayışı blankı. Ciddi hesabatlı blank olub, proqramla nəzərdə tutulmuş xidmətlərin ödənildiyini təsdiq edən sənəddir.

Turizm məhsulu. Turistlərə göstərilən xidmətlər kompleksi (turistlərin yerləşdirilməsi, daşınması, yeməyi üzrə xidmətlər kompleksi, ekskursiya, həmçinin bələdçi xidmətləri və səfərin məqsədlərindən asılı olmayaraq göstərilən digər xidmətlər).

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr. Nömrələrinin sayı müəyyən minimum sayından çox olan, vahid rəhbərliyə malik, nömrələrində gündəlik yataqların səliqəyə salınması və sanitar qovşağının yığışdırılması daxil edilməklə, turistlərə müəyyən xidmətlər göstərilən, xidmətlərin və mövcud olan avadanlıqların səviyyəsinə əsasən qrup və kateqoriyalara qruplaşdırılan müəssisələr aiddir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün bütün imkanlar, o cümlədən əlverişli coğrafi vəziyyət, zəngin maddi-tarixi dəyərlər, rəngarəng mənzərələr, uçuz əmək ehtiyatları və s. vardır. Ötən dövr ərzində Ölkənin turizm sənayesinin inkişafına müsbət dinamika xas olmuşdur ki, bu da bir sıra problemlərin həll edilməsində müəy-yən rol oynamışdır (Cədvəl 1).

Cədvəl 1: 2008-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında turizm müəssisələrinin əsas göstəriciləri

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Müəssisələrin sayı	123	124	126	141	170	197	218
İşçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə), nəfər	1174	1393	1418	1541	1730	1729	1 794
turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin sayı, nəfər	749	1136	1159	1279	1473	1 515	1 567
Müəssisələrin əldə etdiyi gəlir, min manat	17120,5	17839,6	19065,3	22634,8	27121,5	29600,9	31 107,1
turizm fəaliyyətindən	12987,6	14013,6	14755,5	17804,7	21597,1	24823,6	26 031,0
Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclər, min manat	15612,1	16907,9	17811,3	20662,1	23540,8	25292,5	27 018,1
turizm fəaliyyətindən	11909,5	13220,7	13805,7	16065,6	18903,1	21818,2	25 708,6
Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının sayı, ədəd	27055	28509	34121	42583	62866	65448	66 233
ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd	2517	3259	3385	4045	5121	7078	6 990
ölkədən kənarda	20843	21776	27030	34254	52378	53 771	54 900
səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd							
Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətən-daşlarına, ədəd	3695	3474	3706	4284	5367	4 599	4 343
Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının dəyəri, min manat	11148,9	15071,7	25848,7	29316,6	40693,2	42892,3	44 820,3
o cümlədən:							
ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, min manat	1099,5	1291,8	1708,4	2021,1	3147,4	2747,9	2 764,0
ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaş-larına, min manat	8112,2	12039,8	19750,2	22583,4	33652,3	36991,0	39 708,5
Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaş-larına, min manat	1937,2	1740,2	4390,2	4712,1	3893,4	3153,4	2 347,8
Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər	59607	59700	69923	83620	101431	91 961	92 305

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi (25.03.2020)

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi 2008-2014-cü illərdə ölkədə turist müəssisələrinin syaı davamlı olaraq artmışdır. Belə ki, 2008-ci ildə turist müəssiələrinin sayı 123 vahid olmuşdursa, 2010-cı ildə 126, 2013-cü ildə 197, 2014-cü ildə isə 218 vahid təşkil etmişdir. 2008-ci illə

müqayisədə 2014-cü ildə turist müəssisələrinin sayı 77.2%, 2013-cü illə müqayisədə isə 10.7% artmışdır.

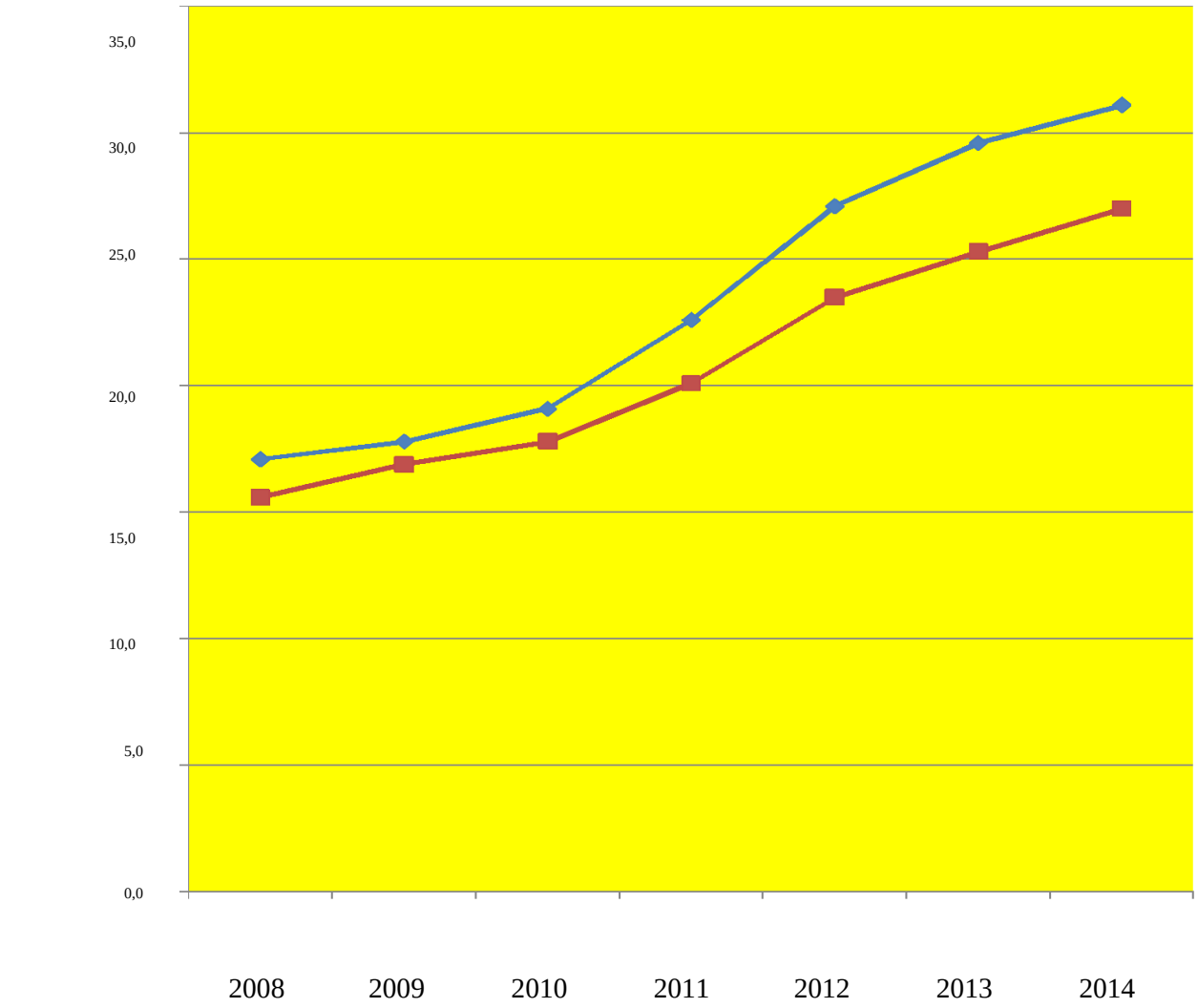
Turizm Sektorunun İnkişaf Tendensiyaları

Turizm sektorunun inkişafı əhalinin məşğulluğuna və gəlirlərinə mühüm təsir göstərir. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə 2010-cu ildə ölkədə məğul əhalinin sayı 4329.1 min. nəfər, 2014-cü ildə isə 4602.9 min nəfər təşkil etmiş, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların sayı isə müvafiq olaraq 46.9 və 55.7 min nəfər olmuşdur. Deməli, 2010-cu ildə iqtisadi fəaliyyətin növləri üzrə ümumi məşğul olanların 1.1%-i, 2014-cü ildə isə 1.2%-i turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların payına düşmüşdür.

Turizm fəlaiyyətini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirdir. 1 saylı cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi bu dövrdə turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir artmışdır. Belə ki, 2010-cu ildə turizm müəssisələrin əldə etdiyi gəlirin həcmi təxminən 19.1 mln. manat, 2013-cü ildə 29.6 mln manat, 2014-cü ildə isə 31.1. mln. manat təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə turizm müəssisələrinin gəlirləri 62.8%, 2013-cü illə müqayisədə isə 5.1% artmışdır. Turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirin bu dəyişiklikləri qarşılığında turist müəssisələrinin məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dəyişməsi müvafiq olaraq 51.7% və 6.7% təşkil etmişdir. Ümumiyyətlə, 2008-2014-cü illərdə Azərbaycanda turizm müəssiələrinin əldə etdiyi gəlirin və məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dinamikasını 1 saylı xətti qrafik daha əyani göstərir (Şəkil 1).

Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının sayının dinamikasındakı dəyişikliklər turist axınının intensivliyi haqqında ümumi təsəvvür yaradır. Təhlil edilən dövrdə ölkənin turizm sektorunun bu göstəricisinə də davamlı artım xas olmuşdur. Belə ki, 2008-ci ildə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayı 27055 ədəd, 2010-cu ildə 34121 ədəd, 2013-cü ildə 65448 ədəd, 2014-cü ildə isə 66233 ədəd təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisəıdə 2014-cü ildə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayı 94.1%, 2013-cü illə müqayisə də isə 1.2% artmışdır. Göründüyü kimi son illərlə müqayisədə göstəriciyəö kiçik artım xas olmuşdur. Şəkil 1. 2008-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir və məhsul (xidmət) istehsalına çəkdiyi xərclərin dinamikası. Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayında ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xaici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayında da əhəmiyyətli dəyişikliklər müşahidə edilir. 2010-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 3385 ədəd, 2013-cü ildə 7078 ədəd, 2014-cü ildə isə 6990 ədəd təşkil etmişdir. 2010-cu ilə nisbətə n 2014-cü ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı təxminən 2.0 dəfə atdığı halda, 2013-cü illə müqayisədə isə əksinə 1.2% azalmışdır.Təhlil edilən dövrdə ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı müvafiq olaraq təxminən 2.0 dəfə və 2.1% artmışdır (Султанлы, 2007: 48).

Şəkil 1: 2008-2014-cü illərdə Azərbaycanda turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirin və məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dinamikası



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi (25.03.2020)

2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xaici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 17.2% artmış, 2013-cü illə müqayisədə isə 5.6% azalmışdır. Təhlildən göründüyü kimi son ilərlə müqayisədə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xaici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayında azalma müşahidə edilmişdir.

1 saylı cədvəlin məlumatları əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının quruluşunda daha yüksək xüsusi çəkiyə ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayının malik olduğunu göstərir. Belə ki, 2010-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən tuirzm yollayış blanklarının sayı əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayının 9.9%-ə, ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 79.2%-ə və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xaici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı isə

10.9%-ə bərabər olmuşdur. 2014-cü ildə isə bu göstəricilər mübvafiq olaraq 10.6%, 82.9% və 6.6% olmuşdur.

Beləliklə, hesablamanın nəticələri ölkədə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının böyük bir hissəsi ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilmişdir və əlbəttə ki, bu da müsbət meyl kimi dəyərləndirilə bilməz (Холод, 2009:110).

Metod

Tədqiqat işinin metodologiyası əsası elmi nəzəriyyələrə əsaslanan tələbləri, ictimai həyatın öyrənilən hadisələrinin mahiyyətini müəyyənləşdirən fəlsəfi biliklər sistemidir. Tədqiqatın metodologiyası proses yanaşmasının, modelləşdirmə və təsnifat metodlarının, elmi ümumiləşdirmə metodunun, bənzətmə metodunun, sosioloji tədqiqat metodunun, o cümlədən anket və müsahibələrin, həmçinin sosiometrik qiymətləndirmə metodunun tətbiqinə əsaslanır.

Analiz

Turizm potensialının həyata keçirilməsi respublikanı beynəlxalq turizm bazarına müntəzəm surətdə inteqrasiya olunmasına və ölkədə turizmin intensiv inkişafına nail olmağa imkan verir. Bu əhalinin məşğulluğun və gəlirlərin sabit artımını, turizmlə bağlı sahələrin inkişafının stimullaşdırılmasını, milli iqtisadiyyata investisiya axınının artmını təmin edir. Qeyd etdiyimiz kim ölkənin yeni prinsiplər əsasında uzunmüddətli inkişafı turiz sənayesi dövlət səviyyəsində iqtisadiyyatın prioritet sahələrindən biri olması qəbul edilmişdir.

Nəticə

Göründüyü kimi, müəssisənin resursların dəyərinin müəyyən edilməsi qiymətləndirici ekspertdən çox böyük bilik, təcrübə və bacarıq tələb edir. Bu prosesi uğurla başa çatdırmaq üçün ekspertlərin bütün əmlak növlərinin qiymətləndirilməsi metodlarını və qanunvericilik bazasını dərindən öyrənməsi vacibdir.

Əlbəttə, əvvəlki dövrlərdə də hər hansı iqtisadi fəaliyyət növü biliklərə əsaslanırdı, lakin indi istehsal prosesində fundamental dəyişikliklər baş vermişdir. Onun ayrılmaz tərkib hissəsi olan innovasiyalar və informasiya resursları artıq ictimai sərvətin yaradılmasında üstünlük təşkil edir. Biliklər getdikcə dövlətlərin davamlı inkişafının zəmanətinə çevrilmiş, biliklərin əldə edilməsi və tətbiqi isə ölkənin rəqabətliliyinin əsas amili olmuşdur. 1962-ci ildə amerikalı tədqiqatçı Fritz Maxlup tərəfindən ilk dəfə elmi ədəbiyyata daxil edilmiş “Biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat” və ya “bilik iqtisadiyyatı” anlayışını “texnoloji və elmi tərəqqinin sürətli vüsətinə töhfə verməklə, əqli fəaliyyətə əsaslanan istehsal və xidmətlər” kimi şərh etmək olar. Bilik iqtisadiyyatının əsas komponentlərinə fiziki kapital və ya təbii resursların əvəzinə intellektual qabiliyyətlərə istinad edilməsi, həmçinin tədqiqat və sınaq laboratoriyalarından tutmuş təchizat xəttlərinədək və istehlakçılarla ünsiyyətədək istehsal prosesinin bütün mərhələlərində yenilənmələrin davamlı surətdə tətbiq olunması daxildir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri -F.İ.Qurbanov ,Bakı-2007
2. Cabbarov Ə..Turizmin inkişafının regional problemləri. Avtoreferat, Naxçıvan, 2008
3. Əlirzayev Ə.Q., Aslanova S.İ. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı: Adiloglu, 2006, 164 s
4. Məmmədov C.A., Bilalov B.Ə. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Bakı, 2004, 212 s.

5. Salmanov A.H., Əhmədzadə M.İ. Bələdiyyələr və turizmin inkişafında onların maraqları // Azərbaycan bələdiyyələri. №3, 2002, s. 53-55.
6. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizmin muasir problemləri / BDU xəbərləri. Təbiət elmləri seriyası, 2007, №1, s. 133-138.
7. Sultanlı S.İ. Azərbaycanda turizm: strategiya və taktika. // J. Mədəni-maarif, 2006, №12, s. 59-60.
8. Turizmin əsasları – İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva, Bakı-2007
9. Yaqubov S.M., Məmmədov A.C. Sosial - iqtisadi statistika. Dərslik. Bakı, 2011
10. Афанасьев В.Н., Юзбашев М.М. Анализ временных рядов и прогнозирование. - М: Изд-во: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010
11. Балабанов И.Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб.пособие. М., 2003.
12. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Изд. дом Герда, 2007, 576 с.
13. Буйленко В. Ф., Туризм: учебник, М, 2012
14. Геец, В. М. Отраслевое прогнозирование: методический и организационный аспекты / В. М. Геец. - Киев: Наукова думка, 2009
15. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2013
16. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003
17. Еганлы С., Гаджиев Э. Международный туризм и развитие туризма в Азербайджанской Республике. Баку, 2003, 236 с.
18. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014
19. Лапыгин, Ю. Н. Экономическое прогнозирование: учеб. пособие / Ю. Н. Лапыгин, В. Е. Крылов, А. П. Чернявский; под ред. Ю. Н. Лапыгина. - М.: Эксмо, 2009

Azərbaycan Respublikamizin Cənub Regionunda Turizm Və Rekreasiya Ehtiyatlarının İdarə Edilməsinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili

Emin Həsənov

theeminhas@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədini Azərbaycan Respublikasının cənub regionunda turizm potensialının formalaşması və idarə edilməsinin əsas amilləri, mexanizmləri, regional xüsusiyyətlərini analiz etməklə, onun perspektiv inkişafı ilə bağlı təklif və tövsiyyələrin işlənməsi kimi məsələlərdən ibarətdir.Turizm müasir dünyamızda bütün ölkələri maraqlandıran, iqtisadi, sosial və ekoloji faktdır. Həm təbii və tarixi zənginlikləri, həm də iqlim şərtləri baxımından Azərbaycan çox zəngin bir turizm potensialına malikdir. Ölkə iqtisadiyyatının turizm sahəsinə yönəlik maraqları nəticəsində turizm potensialı olan regionların durumu daim gündəmdədir və bu regionlara potensialın üzrə çıxması üçün böyük vəsaitdə investesiyalar yatırılmışdır. Bu uzaqgörən iqtisadi siyasət, keçmiş dövrlərdə istifadəyə yararsız olan yüzlərlə turistik obyektlərin yenidən bərpa edilib turistlərin istifadəsinə verilməsi nəticəsində ölkəyə çoxlu turist və valyuta axını baş verdi. Buna misal olaraq, son illərdə ölkəmizə turist axının güclənməsi və Cənub regionunun istirahət bazalarında bütün günü dolu olması müşahidə edilmişdir. Bir daha aydın oldu ki, cənub regionu həm istirahət kurortları, həm tarixi abidələri, həm də yerli sakinlərinin qonaqpərvərliyi ilə turistləri özünə cəlb edir.Azərbaycan Respublikasının bütün regionları turizm baxımdan əlverişli imkanlara malikdir. Tətqiqat obyektinin aktuallığı baxımından qeyd etmək istərdim ki, cənub regionunu başqa regionlardan fərqləndirən bir neçə xüsusiyyəti vardır. Onlara misal olaraq deyə bilərik: region ərazisinin əlverişli iqlim şəraitinə, zəngin fauna və flora aləminə malik olması, həmçinin ərazisndə "Hirkan" və "Şirvan" milli parklarının, həmçinin "Qızılağac" qoruğunun yerləşməsi. Bundan əlavə müalicəvi əhəmiyyətə malik isti su bulaqlarının ərazisində yer alması da mühim amillərdəndir.

Açar sözlər: Cənub, Turizm, Rekreasiya

Giriş

Cənub turizm bölgəsinə cənub marşrutuna adi olan Salyan, Biləsuvar, Cəlilabad, Masallı, Lənkəran, Lerik və Astara rayonları aiddir. Bölgədə hələ sovet dövründən Lənkəran və Astara rayonlarında istirahət və sağlamlıq turizmi inkişaf edib. Xüsusilə Lənkərandakı İstisu sanatoriyası müalicəvi əhəmiyyəti ilə çoxlarının diqqət mərkəzində olub. Cənub regionu İpək Yolu üzrə turistlərin və yolçuların yaxın və uzaq şərqə səfərləri zamanı keçilən bölgədir. (Qasımov, M.S. 2016: s.87)

Azərbaycan turizmi bəlli dövrlərdə böyük inkişaf göstərmişdir, Lənkəran turizmi də bu inkişafdan kənarda qalmamışdır. Lənkəranda turizmin ilk formalaşması dövrü 1960 və 1990-cı illər arasına təsadüf edir. İkinci inkişaf dövrü Lənkəran İqtisadi Bölgəsi üçün Turizmin İnkişafına dair Dövlət layihəsinə istinadən 2007- ci ildə başlanmış və 2017-ci ilə qədər davam etmişdir.(Novruzov, C.Ə. 2016: s.190).

2019-cu ilin statistikasına görə regionun əhali sayı 917min 800 nəfərdir.Əhali sayının 51.4 faizi qadın, 48.6 faizi isə kişilərdir.Lənkəranda potensial işçi qüvvəsi vardır. İşləyən insan sayı iqtisadi fəal qismin 79.7 faizini təşkil edir. İşləyən insanların 1.9 faizi sənayedə, 1.3 faizi inşaatda, 60.2 faizi kənd təsərrüfatında, 2 faizi nəqliyyat sahəsində, 17.6 faizi ticarətdə, 0.1 faizi maliyyə rabitəsində, 1.3 faizi dövlət qurumlarında, 8 faizi təhsildə, 2.5 faizi səhiyyə qurumlarında, 1.7 faizi mədəniyyət və digər sosial xidmətlərdə çalışanlardır.

Cədvəl 1. Lənkəran iqtisadi rayonunun sosial-iqtisadi göstəriciləri

	Ərazi, min kv.km	01.01.2019-cu ilin əvvəlinə əhalinin sayı. min nəfər	İqtisadiyyatda muzdla işləyənlərinsayı, min nəfər	İqtisadiyyatda muzdla işləyənlərin orta aylıq əməkhaqqısı, manatla
Lənkəran iqtisadi rayonu	6,07	917,8	70,3	276,6
Astara rayonu	0,62	106,5	9,5	264,5
Lənkəran şəhəri	1,54	225,2	22,2	262,5
Yardımlı rayonu	0,67	65,2	4,8	273,7
Masallı rayonu	0,72	221,5	14,9	299,9
Cəlilabad rayonu	1,44	216,6	13,2	289,9

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (01.01.2019)

Lənkəran regionunda 917min 800 nəfər insan yaşamaqdadır. Əhali sıxlığı hər kvadrat kilometrə 151 nəfər düşməktədir. 30faiz insan şəhərdə, 70 faiz insan isə kəndlərdə məskunlaşmışlar.

Cədvəl 2. 2014-2019-cu illərdə cənub iqtisadi rayonlar üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının sayı

İqtisadi rayonlar	**Cəmi blankların sayı, vahid**					
	2014	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Ölkə üzrə cəmi	28509	34121	42583	62866	65 448	66 233
Bakı şəhəri	27590	31212	39407	59294	61709	62 430
Lənkəran iqtisadi rayonu	46	97	94	201	124	120

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (01.01.2019)

Rəsmi statistikanın məlumatları 2014-2019-cu illərdə cənub iqtisadi rayonu üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının sayının dinamikasında davamlı artımın olduğunu göstərir. Belə ki, 2014-cü illə müqayisədə 2019-cu ildə iqtisadi rayonlar üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının ümumi sayı təxminən 2.3 dəfə, 2017-ci illə müqayisədə 5.2%, 2018-ci illə müqayisədə isə 1.2% artmışdır. Bundan başqa əhaliyə Cədvəl 1-də 2014-2019-cu illərdə cənub iqtisadi regionu üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının sayı satılmış turizm yolayışı blanklarının iqtisadi rayonlar üzrə bölgüsündə də müəyyən meyllər formalaşmışdır.(cədəvl 2) Satılmış turizm yolayışı blanklarının böyük bir hissəsinin Bakı şəhərində mərkəzləşməsi digət iqtisadi rayonların turizm potensialından lazımi qədər istifadə edilmədiyini deməyə əsas verir.(https://www.stat.gov.az/source/tourism/)

Cədvəl 3 2014-2019-cu illərdə cənub iqtisadi rayonlar üzrə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı

İqtisadi rayonlar	**Yollayış blankları satılmışdır, vahid**					
	2014	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Ölkə üzrə cəmi	3259	3385	4045	5121	7078	6 990
Bakı şəhəri	2370	2192	2661	3577	5561	5 434
Lənkəran iqtisadi rayonu	46	97	94	201	94	90

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (01.01.2019)

Məlumdur ki, ölkə vətəndaşları həm ölkə daxilində, həm də ölkə xaricində müxtəlif turizm məqsədləri üçün səfər edirlər. Rəcmi statistikanın məlumatları təhlil edilən dövrdə ölkə vətəndaşlarının əsasın xarici ölkələrə turizm məqsədləri üçün səfər etmələrinə üstünlük vrmişlər (Cədvəl 3). Belə ki, 2014-cü ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vəətəndaşlarına

verilən turizm yollayış blanklarının sayı 3259 vahid, 2018-ci ildə 7078 vahid, 2014-cü ildə isə 6990 vahid olmuşdur. 2014-cü illə müqayisədə 2019-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vəətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı mütləq ifadədə 3731 vahid, yaxud 14.4% artmış, 2018-ci illə müqayisədə isə əksinə 88 vahid, yaxud 1.2% azalmışdır. (https://www.stat.gov.az/source/tourism/).

Cədvəl 3-ə əsasən regionlar arasında kəskin fərq müşahidə edilmişdir. Belə ki, ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayının böyük hissəsi Bakı şəhərinin payına düşmüşdür.

Təhlil edilən dövrdə xarici ölkələrə səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının ümumi sayı 2010cu ildə 27030 vahid olmuşdur və bunun 25314 vahidi, yəni 93.7%-i Bakı şəhərinin, 1716 vahidi, yəni 6.3%-i Lənkəran iqtisadi rayonunun payına düşmüşdür. 2014-cü ildə satılmış yollayış blanklarının sayı 54900 vahid olmuş və bunun 52653 vahidi, yəni 95.9%-i Bakı şəhərinin, 0.1%-i Lənkəran iqtisadi rayonlarının, 3.9% - i isə Naxçıvan iqtisadi rayonunun payına düşmüşdür. (https://www.stat. gov.az/source/tourism/).

2015-ci ildə Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətən- daşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının ölkə üzrə üzrə ümumi sayı 3706 vahid, 2017-ci il dı 4599 vahid, 2018-ci ildə isə 4343 vahid olmuşdur və bunun hamısı Bakı şəhərinin payına düşmüşdür.

2019-cu ildə iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin ümumi sayı 672345 vahid olmuşdur və bunun 432491 vahidi (64.3%) Bakı şəhərinin, 8088 vahidi (2.7%) Lənkəran iqtisadi rayonun payına düşmüşdür.

Cədvəl 4. 2019-cu ildə iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, nəfər

İqtisadi rayonlar	Cəmi	məqsədlər üzrə		
		Turizm məqsədi ilə	o cümlədən istirahət əyləncə turizmi	digər işgüzar turizm
Ölkə üzrə - cəmi	672 345	550 643	237 506	206 234
Bakı şəhəri	432 491	324 858	113 844	160 837
Lənkəran iqtisadi rayonu	18 088	17 667	9 629	6 702

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (01.01.2019)

4 saylı cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin məqsədlərinə görə turistlərin yerləşdirilməsinin sayında turizm məqsədləri üçüngələnlərin payı üstünlük təşkil edir.

2014-2019-cu illərdə ölkənin iqtisadi rayonları üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmində və dinamikasında xeyli artım olmuşdur. Bu da iqtisadiyyatın rentabelli sahələrindən olan turizmin perspektiv sahələrdən olduğun göstərir. Belə ki, 2014 - cu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmi 97 mln. manat, 2019-cu ildə 171.3 mln. manat, 2019-cu ildə isə 181.0 mln. manat təşkil etmişdir. 2014-cü illə müqayisədə 2019-cu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmi 86.6%, 2018-ci illə müqayisədə isə 5.7% artmışdır. Bu dövrdə əldə edilən gəlirlərin böyük hissəsi Bakı şəhərində çəmləşmiş mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin payına düşmüşdür. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə 2010-cu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin ümumi həcminin 81.2 mln. manatı, yəni 83.5%-i, 2014-cü ildə isə 150.2 mln. manatı 83.0%-i Bakı

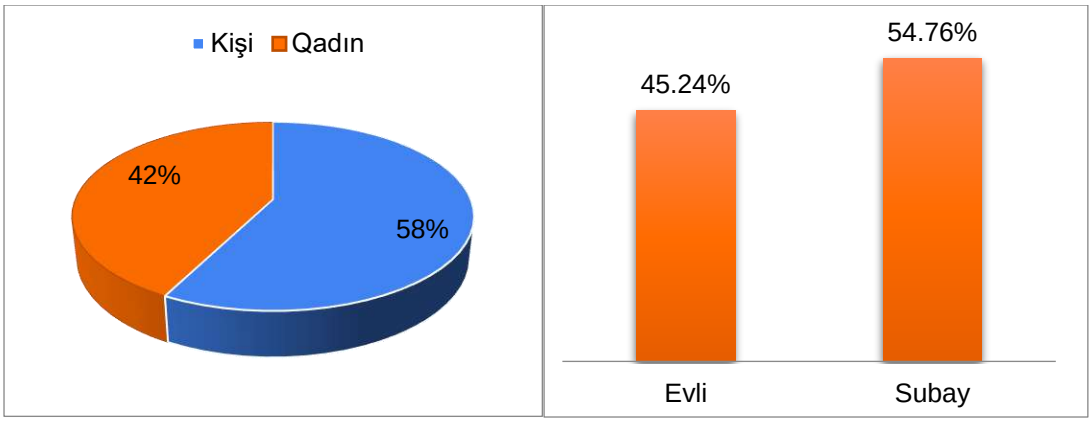
şəhərinin, qalan təxminən 16 mln. manat, (2014-cü il 31 mln. manat) yəni 17%-i 9 iqtisadi rayonun (Abşeron, Gəncə-Qazax, Şəki-Zaqatala, Lənkəran, Quba-Xaçmaz, Aran, Yuxarı Qarabağ, Dağlıq Şirvan və Naxçıvan iqtisadi rayonlarının) payına düşmüşdür. (https://azadinform.az/az/read/178943/).

Metod

Məqalədə Azərbaycanın cənub regionlarında turizim və rekreasiya ehtiyyatlarının idarəedilməsi qiymətləndirilmiş və analiz edilmişdir. Tədqiqat anket vasitəsilə həyata keçirilmiş və anketin nəticələri təhlil edilmişdir. Anket müxtəlif təhsil və yaş səviyyəsinə malik 100 respondent arasında həyata keçirilmişdir. Sorğudan əldə edilən nəticələr respondetlərin fikir və düşüncələrini əks etdirir. Sorğudan əldə olunan məlumatlar SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı ilə qiymətləndirilmiş və təhlil edilmişdir. Sorğu üç hissədən ibarətdir. İlk hissədə respondetlərin demoqrafik xüsusiyyətlərini müəyyən edən suallar yer almışdır. İkinci hissədə ümumi olaraq cənub regionlarında turizim ehtiyyalarının idarəedilməsi səviyyəsi, üçüncü hissədə isə, Luxe Lankaran Otelinin xidmət səviyyəsi haqqında suallar yer alır.Sualların analizə uyğun hala gətirilməsi üçün Likert şkalasından istifadə edilmişdir. Likert tipli suallarda iştirakçıların mözu ilə bağlı razılıq səviyyəsini təyin etmək üçün iki hədd arasında bir neçə variant təqdim olunur. Bu seçimlər ən aşağı həddən ən yuxarı həddə kimi sıralanır. Təhlil mərhələsində bu seçimlər dərəcələrinə görə ədədi bir dəyər təyin etməklə kodlaşdırılır və beləliklə keyfiyyət məlumatları kəmiyyət məlumatlarına çevrilir və təhlil edilir.

Respondentlərin cinsiyyət və ailə vəziyyəti haqqında məlumatlar şəkil 1-də əks etdirilmişdir. Şəkilə nəzər yetirdikdə görürük ki, sorğu iştirakçılarının 58 %-i kişi cinsinə, 42%-i isə qadın cinsinə mənsubdur. Sorğu iştirakçılarının 55%-i subay, 45%-i evlidir.

Şəkil 1. Respondentlərin demoqrafik xüsusiyyətləri



Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəl 11. Respondetlərin demoqrafik xüsusiyyətləri

Demoqrafiq faktorlar	Alt qrupları	Frekans	Faiz göstəriciləri
Yaş	19-25 yaş	44	43.56%
	26-30 yaş	34	33.66%
	30 yaş və daha çox	22	22.37%
	Cəmi	**100**	**100.0 %**
Təhsil səviyyəsi	Orta təhsil	10	9.90%
	Bakalavr	60	60.40%

	Magistratura	30	29.70%
	Cəmi	**100**	**100.0 %**

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəl 11-ə nəzər yetirdikdə görürük ki, təhsil səviyyəsinə görə sorğu iştirakçılarının 60%-i bakalavr, 30%-i magistratura, 10%-i orta təhsil səviyyəsinə malikdir. Bakalavr təhsilinə sahib olan iştirakçılar üstünlük təşkil edir. Sorğu iştirakçılarının yaş qruplarına nəzər yetirdikdə, 19-25 yaş qrupuna mənsub iştirkaçıların üstünlük təşkil etdiyi görülür. Bu ümumi sorğu iştirakçılarının 44%-ni təşkil edir. Ümumi sorğu iştirakçılarının 34%-i 26-30 yaş qrupuna, 22%-i 30 və daha çox yaş qrupuna daxildir.

Araşdırmanın şəffaflığın təmin etmək üçün ilk öncə sorğu iştirakçılarının Azərbaycanın cənub regionlarında turizim səyahəti edib etməməklərinə aid suallar soruşulmuşdur. Cənub regionlarına səyahət etməyənlərin cavabları araşdırma çərçivəsində dəyərləndirilməmişdir. Ümumi olaraq anketdə 130 nəfər iştirak etmiş, onlardan 100-ü araşdırma üçün yaralı olmuşdur.İlk öncə respondetlərin cənub regionlarında turizim sektorunun marketinqi ilə bağlı ilə fikirləri əks etdirilmişdir.

Cədvəl 12 Marketinq siyasəti və turizim zonalarının reklamı yaxşı şəkildə təşkil olunur

	Frekans	**Faiz**	**Ortalama**	**Standart kənarlaşma**
Tamamilə razı deyiləm	9	9%	3.723	1.295
Razı deyiləm	12	12%		
Heç bir fikrim yoxdur	20	20%		
Razıyam	41	41%		
Tamamilə razıyam	18	18%		
Cəmi	100	100%		

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Sorğu iştirakçılarının 59%-i cənub regionlarında marketinq siyasətinin effektiv şəkildə təşkil olunduğunu, 21%-i isə səmərəli təşkil olunmadığını bildirib. Sorğu iştirakçılarının 20%-i bu barədə məlumat sahibi deyildir.

Turizim zonalarında turizim fəaliyyətləri həyata kemçirilərkən ətraf mühit amillərinin nəzərə alınıb alınmaması cədvəl 13-də əks etdirilmişdir.

Cədvəl 13. Ətraf mühit amili

Suallar	**Ortalama**	**Standart kənarlaşma**
Ətraf mühitin təmizliyinə xüsusi diqqət yetirlir	3.612	1.008
Turizim ehtiyyatlarının idarəedilməsi keyfiyyət və ekoloji idarəetmə standartlarına cavab verir	3.814	1.112

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi ətraf mühitin təmizliyi və ekoloji idarəetmə standartları bağlı ilə sualların ortalaması 4-dür. Bu, cənub regionlarında turizim ehtiyyalarının idarəedilməsinin bir parçası kimi ətraf mühit amillərinində nəzərə alındığını göstərir. Cənub regionlarında turizim sektorunun iqtsadiyyata, regiona investisiya cəlb etmə və yerli əhaliyə gətirdiyi fayda baxımından necə təsir etdiyi haqqında məlumatlar cədvəl 14-də əks etdirilmişdir.

Cədvəl 14. İqtisadi fayda

Suallar	**Ortalama**	**Standart kənarlaşma**
Cənub regionunda turizim sektorunun davamlı inkişafı yerli əhali üçün faydalıdır	2.90	0.998
Cənub regionunda turizim iqtisadi artıma təkan verir	3.56	1.226
Turizim sektoru cənub reginonuna daha çox investisiya cəlb edir	3.25	1.057

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Sualların ortalama göstəricisinə baxdıqda, sorğu iştirakçılarının turizimin iqtisadi artıma təkan verdiyi düşündüyü nəzərə çarpır. Digər tərəfdən, sorğu iştrakçıları turizim sektorunun davamlı inkişafının yerli əhaliyə fayda verməsi və bu regiona investisiya cəlb etməsi haqqında heç bir məlumat sahibi deyillər.Sorğu iştirakçılarının turzim zonalarında təhlükəsizliyin təmin olunması haqqında fikirləri cədvəl 15-də yer alır.

Cədvəl 15. Təhlükəsizliyin təmini

	Frekans	**Faiz**	**Ortalama**	**Standart kənarlaşma**
Tamamilə razı deyiləm	5	5%	3.904	1.288
Razı deyiləm	17	17%		
Heç bir fikrim yoxdur	3	3%		
Razıyam	50	50%		
Tamamilə razıyam	25	25%		
Cəmi	100	100%		

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəl 15-dən göründüyü kimi, sorəu iştirakçılarının 75%-i təhlükəsziliyin yüksək səviyyədə təşkil olunduğunu düşünür, yalnız 22% bu ifadə ilə razı deyil.

Daha sonra Cənub bölgəsində xidmət göstərən otellər timsalında Luxe Lankaran otelinin xidmət səviyyəsi 5 ballıq şkala ilə sorğu iştirakçları tərəfindən dəyərləndirilmişdir.

Cədvəl 16. Luxe Lankaran otelinin xidmət səviyyəsi

Suallar	**Ortalama**	**Standart kənarlaşma**
Heyətin və menecerlərin davranışı və peşəkarlığı	3.641	0.076
Otelin təmizliyi	3.739	1.251
Ziyarət etdiyiniz restoran, kafe və ümumi keyfiyyəti	3.501	0.030
Ziyarət etdiyiniz restoran, kafelərdə müştəri xidməti	3.054	0.056
Qitmətlər	2.951	0.174

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəl 16-dan göründüyü kimi, sorğu iştirakçıları otel heyətin və menecerlərin davranışı və peşəkarlığı, ziyarət etdikləri restoran, kafe və ümumi keyfiyyəti, ziyarət etdikləri restoran, kafelərdə müştəri xidməti səviyyəsindən razıdır. Bu göstəricilərin orta qiyməti 4-dür. Yalnız qitmətlər orta göstəricisi 3-dür. Respondetlər digər xidmətlərə nəzərən qiymətlərdən narazıdır.

Analiz

Cənub regionun turizm müəssisələri

Cədvəl 2014-2019-cu illərdə cənub regionunda turizm müəssisələrinin gəlirlərinin həcmi, turistlərin sayı və ÜDM

İllər	Turist müəssisələrinin gəlirləri, mln. manat	Turistlərin sayı, min nəfər	ÜDM, mln. manat
2014	17.8	59.7	35601.5
2015	19.1	69.9	42465.0
2016	22.6	83.6	52082.0
2017	27.1	101.4	54743.7
2018	29.6	92.0	58182.0
2019	31.1	92.3	58977.8
Yekun	147.3	498.9	302052

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. https://www.stat.gov.az/ məlumatları əsasında tərtib olunub.

Cənub regionun turizm müəssisələrinin gəlirləri ilə turistlərin sayı arasındakı əlaqəni xrakterizə edən göstəricilərin hesablanmasii E-views 9 programı ilə analiz edilmiş və onun nəticələr aşağdakəı kimi olmuşdur.

Turist müəssisələrinin gəlirlərinin faktiki və nəzəri səviyyələri aşağıdakı qrafikdə verilmişdir. Model əsasında hesablanmış nəzəri səviyyələrin cəmi faktiki səviyyələrin cəminə bərabərdir.

Cədəvəl 6. Turist müəssisələrinin gəlirlərinin faktiki və nəzəri səviyyələri

SUMMARY OUTPUT	
Regression Statistics	
Multiple R	0,878287926
R Square	0,771389681
Adjusted R Square	0,714237101
Standard Error	2,966490937
Observations	6

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Turist axınına təsir edən amillərdən biri də əhalinin gəlirlərinin artması və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsidir. Makrosəviyyədə iqtisadi inkişafı və əhalinin rifahını ümumiləşdirilmiş şəkildə özündə əks etdirən göstərici ÜDM-dur. Ona görə reqressiya-korrelyasiya təhlilində bu iki amilin də əlaqəsi araşdırılmış və müvafiq göstəricilər E-views programı ilə hesablanmışdır. Nəticələr aşağıdakı kimi olmuşdir.

Cədvəl 7. Analiz: Reqressiya

SUMMARY OUTPUT	
Regression Statistics	
Multiple R	0,984437965
R Square	0,969118107
Adjusted R Square	0,961397633
Standard Error	3,231638018
Observations	6

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Nəticə

Son olaraq, turizim ehtiyyatlarının səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi təbii ehtiyyatların qorunması ilə uyumlu şəkildə həyata keçirilməlidir. Anketdən əldə olunan nəticələr göstərir ki, cənub regionundakı turizim zonalarında ətraf mühitin təmziliyi və ekoloji standartlara nəzərə alınır. Bu da, turizim sektorunun davamlı inkişaafı baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Digər bir vacib məsələ isə, markeyinq siyasətinin düzgün şəkildə həyata keçirilməsidi.

Beləliklə, reqresiya-korrelyasiya təhlili cənub reginonunda turizmin inkişaf göstəriciləri ilə digər sosial-iqtisadi göstəricilər arasında qarşılıqlı əlaqənin olduğunu sübut edir. Belə ki, alınmış nəticələrə görə turist axınları ilə ÜDM və turist müəssislərinin gəlirləri arasında müsbət əlaqə (0.87, 0.98) vardır. Bunu səbəbi əhalinn gəlrlərin və həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ilə onların çevikliyinin artmasıdır. Deməli, reqressiya-korrelyasiya təhlili səbəb-nəticə əlaqələrini aşkar etmək üçün göstəricilər qrupunun tədqiqinin mühüm vasitələrindən biridir. Tədqiqat üçün ən mühüm göstərici ÜDM. Ona görə ki, o əhalinin gəlirləri ilə bağlıdır və vətəndaşların çevikliyi onların maliyyə vəziyyətindən asılıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əfəndizadə S. (2015)., Ekoturizm və onun Azərbaycanda inkişafı perspektivləri. Bakı, 1-63
2. Qasımov, M. S. (2016). Cənub regionu əhalisinin rekreasiya təminatı. Turizm və rekreasiya: XXI əsrdə problemlər və perspektivlər"adlı III Respublika elmi-praktiki konfransı,.86-91
3. Qurbanov F.İ.(2013). Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri", Bakı, Adiloğlu nəşriyyatı, 1-354
4. Novruzov, C. Ə (2019). Rekreasiya- turizm ehtiyatlarının iqtisadi cəhətdən qiymətləndirilməsi əsasları (Azərbaycan regionları timsalında) AMEA-nın Xəbərləri İqtisadiyyat seriyası" jurnalı №1. 189-194.
5. Növrəsli T.N. (2012). Azərbaycan turizm potensialının iqtisadi inkişaf üçün töhfələri. "Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri" elmi analitik jurnal №1(29) Bakı, 255-259
6. Rəhimov.S (2014). Turizm – Ekskursiya işinin təşkili, Bakı, 2014, 1-72
7. Soltanova H.B. (2017). Azərbaycan Respublikası regionlarında turizmin inkişafının aktual problemləri. Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi problemləri.. Bakı Universitetinin Xəbərləri, Təbiət elmləri seriyası №1. Bakı: Bakı Universiteti, 2015.- 157-164
8. Talıbov S.Ə. (2018). Lənkəran-Astara iqtisadi-coğrafi rayonunun rekreasiyaturizm ehtiyatlarından müalicə-sağlamlıq turizmində istifadə imkanları" // Bakı Universitetinin Xəbərləri, Təbiət elmləri seriyası №1. Bakı: Bakı Universiteti, 157-164
9. Zülfüqarova, S.M (2018). Regionunun turizm-rekreasiya ehtiyatları və onlardan istifadənin iqtisadi məsələləri", "Turizm və rekreasiya: problemlər və perspektivlər" adlı III Respublika elmi-praktiki konfransı, 125-131
10. http://azedu.az/az/news/4861
11. http://lenkeran-ih.gov.az/page/104.html
12. http://seyyah.az/news/5426?country=0&city=0&minprice=200&maxprice=0&t=1
13. http://www.anl.az/down/meqale/medeniyyet/medeniyyet_may2009/77670.htm
14. https://azadinform.az/az/read/178943/
15. https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf
16. https://www.stat.gov.az/source/tourism/

Turizm Sektorunda Reklamın Rolu Və Marketinq Strategiyaları

Əsədli Nigar

ngr.asdv98@gmail.com

Xülasə

Turizm bir çox ölkələrin iqtisadi inkişafının təmin olunmasında mühüm rol oynayan aparıcı sektorlardan biridir. Turizm potensialı olan ölkələr turizmdən daha çox pay almaq üçün güclü rəqabət aparırlar. Bu rəqabət yalnız ölkələr arasında deyil, həm də müxtəlif sahələr arasında və hətta qurumlar arasında da daha sıx bir şəkildə davam edir. Rəqabətə üstünlük verməklə satış həcmini artırmağı hədəfləyən qurumlar ən çox ünsiyyət vasitələrindən biri olan reklamlara daha çox diqqət ayırırlar. Reklam fəaliyyəti, əsas strategiyalar kimi tanınan bir sıra addımlar və yaradıcı strategiyalardan ibarət olan proseslərdəndir və bunlara xüsusi diqqət göstərilməlidir.

Müəssisələrin sayı get-gedə artdıqca məhsullar çeşidlənir və reklam sektoru daima dəyişir və inkişaf edir. Müəssisələrin məhsullarına marka asılılığı yaratmaq istəyi, kütləvi informasiya vasitələrinin təbliği və şaxələndirilməsinin əhəmiyyəti də reklam sənayesinin inkişafına təkan verən amillərdir. Bundan əlavə, iqtisadi, sosial və mədəni dəyişikliklər reklam sektoruna yeni bir cəhət gətirmişdir. Reklam təkcə müəssisələri deyil, bütün seqmentləri cəlb edən bir vasitə halına gəldi.

Məlumatlandırma, inandırıcı və nəticədə satınalma davranışı və ya hədəf auditoriyaya verilən mesajı qəbul etmək baxımından ən çox seçilən ünsiyyət üsulu olan reklam, məhsulu, ideyanı və ya qurumu bir pul qarşılığında geniş kütlələrə tanıtmaq məqsədi ilə həyata keçirilən fəaliyyətdir. Ünsiyyət baxımından, məlumat vermək və inandırmaq üçün bir vasitə kimi qəbul edilən reklam, böyük kütlələrə verilməsi nəzərdə tutulan mesajı elan etmək mənasında istifadə olunur.

Açar sözlər: reklamın rolu, turizm sektoru, marketinq strategiyaları

Giriş

Bazar şəraitində istehlakçılar keçmişə nəzərən, daha çox müəssisələrin əsas subyektinə çevriliblər. Bütün müəssisələr üçün hədəf istehlakçıları sadiq müştərilərə çevirmək və bu vəziyyətin davamlılığını təmin etmək çox vacibdir.

Bugünkü dünyada marketinq və marketinq rabitə fəaliyyətləri qaçılmaz olaraq bu mühitdən təsirlənir. Ən sadə tərifl malların, xidmətlərin və ya yeni fikirlərin yaranması, paylanması və tətbiqi əsasında idarəetmə prosesi olan marketinq mövcud şərtlərlə paralel olaraq müxtəlif mərhələlərdən keçmişdir. Şübhəsiz ki, marketinqin alt funksiyası olan marketinq ünsiyyət səyləri marketinqə təsir edən dəyişikliklərdən təsirlənmiş və mövcud əhəmiyyətinə və əhatəsinə çatmışdır *(4, ss 33-36)*.

Turizm fəaliyyəti bu gün marketinqin gəldiyi nöqtədə vacib bir mövqeyə malikdir. İndi bir məhsul əldə etmək istəyən müştəri qarşısında bir çox alternativ və çox sayda satış təklifi mövcud olur. İstehlakçı davranışı bu mühitdə fərqlənməyə başladı. Mumiyyətlə, əksər məhsul qrupları üçün qərar qəbulu prosesində rasionallıq olduqca zəif olur. Satınalma qərarı prosesində rasionallığın hələ də vacib olduğu məhsul qruplarında belə, istehlakçılarla əlaqə qurmaq və müxtəlif aspektlərdə rəqiblərdən fərqlənmək lazımdır. Ünsiyyətin çox məşhur olduğu bir mühitdə müəssisələr geniş çeşidli səyləri ilə məşğul olmağa başladılar *(Arens 2002, ss 7)*. Bir çox məqsədə çatmaq üçün edilən bu səylərin hamısı bir ünsiyyət prosesidir və hədəfə müxtəlif mesajlar çatdırılır.

Reklam anlayışı reklam prosesinin inkişafı və əldə etdiyi yeni ölçülərə görə tarixi proseslər boyunca daima dəyişmişdir *(William 2002, ss 17)*. Şübhəsiz ki, bugünkü şəraitdə reklam fenomenini

qiymətləndirərkən bu tərif olduqca dayaz hesab olunur. Bu gün reklam təkcə çap mediasından yararlanmır.

Amerika Marketinq Assosiasiyasına görə, reklam, yaxşı, bir xidmətin və ya bir ideyanın qiymətini verməklə və üz-üzə satış istisna olmaqla edilən tanıtım fəaliyyətidir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz tərifə əsasən reklamı aşağıdakı kimi ifadə etmək mümkündür: Reklam istehlakçılar, müştərilər və ya bir mövzu ilə əlaqəli müxtəlif insanlar və ya qurumlar, kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə edərək müəyyən bir qiymət ödəyərək müəyyən mesajların müəyyən bir auditoriyaya çatdırılmasıdır. Başqa sözlə desək, reklam təqdimat formatı ilə köçürülən marketinq ünsiyyət vasitələrindən biridir *(Pickton and Broderick 2001, ss 45).*

Reklam fəaliyyətlərinin bu gün bir çox sahədə mövcud olma şansı var. Çünki reklamlar markalar üzrə üstünlük yaratmaq və ya insanları pis vərdişlərdən uzaqlaşdırmaq üçün mesajları çatdırmağın təsirli bir yoludur. Sürətli istehsal və həyati bir ölçüdə istehlak tələb edən çağımızın quruluşu, həm istehsalçı, həm də istehlakçı üçün əvəzolunmaz bir hala gəldi. Sullivana görə, reklam yalnız kapitalizmin mutasiya edilmiş bir versiyası deyil. Reklam nəhəng iqtisadiyyat təkərinin əsas dişlilərindən biridir, dünyanın indiyə qədər gördüyü ən yüksək yaşayış səviyyəsindən birinin ən böyük hissəsindən məsuldur.

Reklamın rolu və marketinq strategiyaları

“Reklam” turizm sektounda hədəf auditoriya üçün strateji planlaşdırılmış və icra olunan korporativ marketinq fəaliyyətində korporativ markaya çatmaq üçün vacibdir. Bu səbəblə turizm sektoruna xidmət edən reklam strategiyalarında istifadə olunan vizual dizayn elementlərinin təsiri və əhəmiyyəti daima araşdırılır. Çünki reklamlar mücərrəd və konkret korporativ marka dəyəri olan vizual və tipoqrafik mesajların hamısını əhatə edir.

Turizm sektorunun reklam fəaliyyəti də keyfiyyətinə dair qanunvericiliklə tənzimlənir. Təqdimat materiallarından hədəf auditoriyanın gözləntiləri yaşa, cinsə, gəlir səviyyəsinə, peşə vəziyyətinə, bölgəyə, sosial-mədəni vəziyyətə görə dəyişir. Buna görə, tanıtım materiallarında istifadə olunur; vizual obyektlər, tanıtım mesajları, rəng reklamlara çox yaxşı təsir göstərir. Turizm sektorunda reklamın hədəf auditoriyaya müsbət və ya mənfi strateji təsirini müəyyənləşdirmək və vizual dizaynın əhəmiyyəti ilə bağlı nəticələri müəyyən etmək üçün, turizm sektorunda hədəf auditoriyaya 20 təsvirdən ibarət anket tətbiq edildi. Məlumatların təhlilində faiz və tezliyi olan çarpaz masa nəticələri nəticəsində turizm sektorunda vizual dizaynın əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsinə çalışılmışdır. Tədqiqat nəticəsində əldə olunan məlumatlara uyğun olaraq təkliflər irəli sürüldü.

Reklamın turizm bazarlarına təsiri mexanizmi özünü əsasən daxili turların inkişafında göstərir. Demək olar ki, Azərbaycanda reklamların (satışın) əsası bu yönlə aparılır.

Reklam, satıcı və ya müştərilərə artan məhsul tədarükü arasında bu markaların fərqlərini və yeniliklərini başa düşməyə imkan verən, eləcə də markaları yerləşdirmək və müqayisə etmək imkanı verən sərbəst bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz hissəsidir. Buna görə reklam, istehlakçının alış qərarı barədə məlumatlandırılmasında mühüm rol oynayır. Bu gün reklam, fərdlər və məhsullar və həmin məhsulların görünüşləri arasında əlaqə təmin edən sosial bir rola malikdir. Buna nail olmaq üçün insanların fərdi maraqları, şəxsiyyətlərarası münasibətlər, var-dövlət, cinsiyyət rolları, mədəni ənənələr, inandırma, cəmiyyətdəki ticarətin rolu və s. kimi bir çox sahəyə aiddir.

Reklam sadə məlumat və inandırıcı mesaj toplusu deyil. Reklam, sosial ünsiyyəti təmin edən, insan həyatında böyük nüfuza sahib olan güclü və əhatəli bir konsepsiyadır *(Varey, 2001, s 269).*

Reklam iki səbəbdən müəssisələr üçün vacib hesab olunur. Birincisi, mesajları çox geniş bir auditoriyaya və vizual auditoriyaya çatdıra bilməsi, ikincisi isə, mənbənin (reklam verənin) mesaja tam nəzarət etməsi. Bu səbəblərə görə, reklam marketinqi ünsiyyət ünsürləri arasında ən çox seçilən bir vasitədir və buna görə də ən çox xərc ona çəkilir *(Uğur və Şimşek 2004, s 551).*

Reklam ümumi olaraq modern dünyamızda məşhur fəaliyyət növüdür. Burada reklam ediləcək mövzuda məhsulun təqdim ediləcəyi bazarı və orada olan potensial müştəriləri araşdırmaq, reklam məqsədini, büdcəni və vasitələrini təyin etmək, reklam mesajını planlaşdırmaq və reklam mətnini hazırlamaq kimi bir çox fəaliyyət həyata keçirilir *(Aktuğlu 2004, s 160).* Reklam satışa təsir edə biləcək bir marketinq bölməsidir və satışların artması təbii olaraq ilk növbədə reklamverəni sevindirir *(Çetinkaya 1992; s 120).*

Reklam sektorunun quruluşu yerli çərçivədə qloballaşan bazar iqtisadiyyatı standartlarına doğru inkişaf etmişdir. Əslində bu dəyişiklik bir çox müəssisənin reklam verməyə məcbur olmasına səbəb oldu və reklam verən müəssisələrin sayı sürətlə artdı. Qloballaşma və ticarət həcminin artması insanların alıcılıq qabiliyyətini artırdı. Bundan əlavə, fərdlərin bilik və təcrübəsinin artırılması, asudə vaxtının artırılması və yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsi kimi daha müsbət inkişaflar dünyada turizmdə iştirak edən insanların sayını artırır *(Güzel & Perçin 2008, s 71).* Buna görə, bu gün turizm baxımından ölkələr və turistik bölgələr arasında şiddətli bir rəqabət var. Əslində bu rəqabətin mikro səviyyədə olan sektordakı turizm şirkətləri arasında daha da güclü olduğu müşahidə edilir. Sürətlə dəyişən rəqabət mühitləri, təklif etdikləri turist məhsullarının keyfiyyətindən və gücündən asılı olmayaraq, bazarda turizm şirkətlərinin getdikcə artan miqdarına və müxtəlifliyinə səbəb olur. Turizm müəssisələri, nəzərdə tutulan satışa çatmaq üçün əvvəlcə potensial turistlərin diqqətini turistik məhsula cəlb etməlidirlər. Buna nail olmaq üçün həm yazılı, həm şifahi, həm də vizual məqsədlərlə çox sayda kütləvi informasiya vasitəsindən istifadə etməlidir. Turizm baxımından, reklam, turizm şirkətinin köhnə müştərilərini qorumaq, məhsul üçün yeni müştərilər tapmaq, bazarda biznesin payını qorumaq və ya artırmaq üçün istifadə edilən bütün kommersiya metodlarını özündə cəmləşdirir *(5, ss 28-29).*

Metod

Tədqiqat işində sadalanan elmi – praktiki məlumatlar sözügedən mövzu ətrafında çox sayda elmi ədəbiyyata və elmi nəzəriyyələrə əsaslanır. Bu mövzunun tədqiq olunmasından hasil olunan nəticələr, Azərbaycanda mövcud turizm sektorunda reklamın rolu və marketinq strategiyalarının idarə olunması prosesi rejimlərinin formalaşması mövzusunu öyrənmək baxımından səmərəli elmi mənbə hesab oluna bilər.

Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir.

Tədqiqat işinin hazırlanmasında sorğu, canlı müşahidə, qruplaşdırma və müqaisəli təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

Analiz

Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq tədqiqat işi kimi əvvəllər elə də çox işlənməmişdir. Ona görə də, tədqiqatların aparılmasına ehtiyac var . Mövzunun müasir dövr üçün çox aktual olması bunu tələb edir.

Məhz bu cəhətdən də mövzunun işlənməsi tərəfimizdən vacib hesab olunur.

Nəticə və təkliflər

Hal-hazırda marketinq müəssisələrin satış fəaliyyətiylə əlaqəli olan müxtəlif məsələlərin həll olunmasında həmin müəssisələrə müvəffəqiyyət gətirən sahibkarlıq fəaliyyətinin metodologiyası kimi çıxış edir. Əsas etibarıyla, marketinq bir tərəfdən istehsal-satış fəaliyyətinə dair təfəkkür tərzidirsə, digər bir tərəfdən isə praktik məqsədyönlü fəaliyyət növü hesab olunur. Başqa cür belə ifadə edə bilərik ki, turizm marketinqi satış fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesidir. Turizm müəssisələrinin məqsədlərinə nail olması üçün turizm bazarında mövcud olan müştərilərlə əlverişli münasibətlərin yaradılmasına, qorunub saxlanılmasma və genişləndirilməsinə yönəldilmiş məqsədyönlü tədbirlər sistemi marketinqin idarə olunmasıdır. Nəticədə, bu cür tədbirlər sisteminin tərkibinə bazarın hərtərəfli şəkildə təhlil olunması, məhsul çeşidinin planlaşdırılması, marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsinin təşkil olunması və yerinə yetirilən marketinq tədbirlərinə nəzarətin təmin olunması aiddir.

Müasir dövrdə tətbiq olunan reklam növlərinin ən vacib spesifik xüsusiyyətləri: informasiya ötürmək, müştəriləri hansısa bir məhsula yönləndirmək məqəsdi ilə məlumatı paylamaq, məhsulun və istehsalın populyarlığını təşkil etməkdən ibarətdir. Mahiyyət etibarı ilə, reklam-əmtəələrin istehlak xassələri və müxtəlif xidmət çeşidləri barəsində informasiya ötürməklə onların satışılmasını təmin etmək və onlara alıcılıq qabiliyyəti yaratmaq məqsədi güdür.

Turizm sektorunda marketinqin tətbiqində səmərəliliyin artırılması üçün, istehlakçıların bu məhsul və xidmətlərdən xəbərdar olması və ya həmin xidmətlərdən (otelde gecələmə) istifadə etməsi vacibdr. Əks halda satış çətinləşəcəkdir. Buna görə də fəaliyyətlərini planlaşdırıb həyata keçirərkən turizm sektorları müştərini məmnun edəcək əsaslı marketinq fəaliyyəti həyata keçirməlidirlər. Bu çərçivədə müəssisələrdə həyata keçirilən marketinq fəaliyyətinin məqsədlərini aşağıdakı kimi sadalaya bilərik. Marketinq fəaliyyəti, məhsul və xidmət istehsalçılarının hədəf auditoriyasında müştərilərin ehtiyac və tələblərini dəqiq təhlil edə bilməlidir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. B. Ə. Bilalov. Turizmin menecmenti. Bakı, 2005.
2. Bilalov B. Ə. Turizmin menecmenti. B., Mütərcim, 2005.
3. Eqanlı Siyavuş, Hacıyev Emin. Turizm. Bakı, ABU, 2006.
4. Bateson, J. E. and Hoffman, D. K. Managing Services Marketing: Text and Readings. -New York: The Dryden Press, 2003.
5. Gronroos C. Service management and marketing. -West Sussex, 2000.

İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrdə Enerji Tələbinə Təsir Edən Amillərin Azərbaycan Enerji Bazarında Tədqiqi

Cavid Əhmədli

jgahmadli@gmail.com

Xülasə

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə aparılmış panel və zaman seriyalı statistik məlumatlara əsaslanan bir sıra araşdırmalarda müəyyən olunmuşdur ki, enerji tələbinə təsir edən faktorlar arasında klassik tələb-təklif analizində rastlaşdığımız qiymət və gəlir kimi ümumi dəyişənlərlə yanaşı enerji bazarına xas olan bəzi spesifik amilllərin də rolu mühümdür. Bu dəyişənlərdən biri də enerji istehlakı ilə yaxın əlaqədə olan CO_2 emissiyadır. Beləliklə, enerji tələbinə təsir edən bu üç dəyişən - qiymət, gəlir və CO_2 emissiyası ilə enerji istehlakının qarşılıqlı əlaqəsini tədqiq edən akademik işlər, bu tədqiqatların aparıldığı ölkələrin iqtisadi profilləri analiz edilmiş və alınan nəticələrin Azərbaycan üçün xarakterik olub-olmaması sualına cavab axtarılmışdır. Azərbaycanın inkişaf etməkdə olan ölkələr siyahısında olduğunu nəzərə alaraq referans olaraq göstərilmiş araşdırmaların da inkişaf etməkdə olan ölkələrə aid olmasına diqqət edilmişdir ki, adekvat müqayisəliliyə nail olunsun. Bu araşdırmalarda ortaya çıxan əks istiqamətli qiymət-tələb asılılığı, eyni istiqamətli gəlir-tələb və CO_2 emissiyası-tələb asılılığı Azərbaycan nümunəsində 1995-2018-ci illər üzrə 23 illik periodu əhatə edən zaman seriyalı verilənlər əsasında test edilmiş və alınan nəticələr analiz edilmişdir. Asılılığı göstərmək üçün skatter tipli qrafiklərdən istifadə edilmiş və ən kiçik kvadratlar üsulu ilə skatter qrafikin xətti meylliliyi müəyyənləşdirilmiş və interpretasiya edilmişdir. Qrafik təhlildən əlavə olaraq dəyişənlərin 23 qiyməti əsasında reqressiya tənliyi qurulmuş və alınan nəticələr qrafik təhlildəki nəticələrlə müqayisə edilmişdir.

Açar sözlər: Enerji tələbi, qiymət-tələb asılılığı, CO_2 emissiyası

Giriş

Enerji dəyərinə və əvəz edilməzlik xüsusiyyətinə görə dünya iqtisadiyyatında hər zaman həlledici rola malik olmuşdur. XX əsrin 70-ci illərində baş verən neft şoku, 1990-cı və 2000-ci illərdə neft qiymətlərində müşahidə edilən yüksək volatillik və alternativ enerji resurslarının əhəmiyyətinin artması kimi bir sıra əhəmiyyətli dəyişikliklər bir çox tədqiqatçının diqqətini enerji sektoruna cəlb etmişdir. Bu tendensiyalar fonunda enerji tələb-təklif analizləri, xüsusilə də, tələbə və təklifə təsir edən amillərin öyrənilməsi istiqamətində xeyli araşdırmalar aparılmışdır. Enerji tələbi və onu müəyyənləşdirən amillərin tədqiqində kross, zaman seriyalı və panel tipli verilənlərdən istifadə edilərək empirik nəticələr əldə edilmişdir. Kross tipli verilənlərə əsaslanan araşdırmaya Peterseni, zaman seriyalı verilənlər əsasında aparılan analizə Masihi və panel tipli verilənlər əsasında təşkil edilmiş tədqiqatlara Pesaran, Liu və Chaudry kimi müəlliflərin tədqiqatlarını misal gətirmək olar. Bunların əksəriyyətində əsas məqsəd iqtisadi fəaliyyətin və enerji qiymətlərinin enerji tələbi üzərində təsir istiqamətini və dərəcəsini müəyyənləşdirmək, qiymət və gəlir elastiklik səviyyələrini dəyərləndirmək olmuşdur (Chaudry, 2010; Liu, 2004; Masih, 1996; Pesaran, Akiyama and Smith, 1998; Petersen, 2002).

Enerji tələbini və ona təsir edən amillərin müəyyənləşdirilməsi bir çox aspektdən mühüm əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, təsiredici amillərin potensial gələcək vəziyyətlərinə və ətraf mühitə təsirini nəzərə alaraq enerji sektorunda dövlət siyasətinin hazırlanması və effektivliyi enerji tələbini formalaşdıran amillərin nə dərəcədə dərindən öyrənilməsindən çox asılıdır. Nəzərə alsaq ki, qlobal istiləşmə dövrünün əsas səbəbkarlarından biri də enerji istehlakı ilə sıx əlaqəli olan karbon-dioksid emissiyası və onun təsiri ilə yaranan "istixana effekti"dir, enerji istehlakına təsir edən amillərin öyrənilməsinin ətraf mühitlə nə dərəcədə sıx bağlı olduğu daha da aydın olur. Buna görə də enerji siyasəti məsələləri

və ətraf mühitin mühafizəsi ilə bağlı bir sıra məsələlərdə enerji tələbinə təsir edən CO_2 emissiyası kimi amillərin tədqiqi vacib rol oynayır. İqtisadçı Barkerə görə gələcək enerji qənaəti və ətraf mühitə təsirin minimumlaşdırılması baxımından enerji bazarında tələbi formalaşdıran faktorların öyrənilməsi xeyli faydalı ola bilər (Barker, Ekins and Johnstone, 1995).

Mövzunun aktuallığını və əhəmiyyətini nəzərə alaraq enerji tələbinə təsir edən amillər arasında qiymət və gəlir kimi klassik tələb analizlərində rastlaşdığımız dəyişənlərlə yanaşı CO_2 emissiyasının da enerji tələbinə təsiri empirik analizlə tədqiq edilmişdir. Bunun üçün fərqli inkişaf etməkdə olan ölkələrdə aparılmış araşdırmalarda bu üç dəyişənin tələb üzərində təsir gücü öyrənilmiş və bu asılılıqların Azərbaycan reallığında nə dərəcədə güclü olması üçün zaman seriyalı verilənlər bazası yığılmışdır. Empirik analizdə skatter qrafiklərdən və xətti reqressiya tənliyi kimi metodologiyadan istifadə edilmişdir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə enerji tələbinə təsir edən amillər

Dünyanın ən çox enerji istehlak edən ölkələrindən biri olan Çində aparılmış araşdırmaya əsasən enerji istehlakına təsir edən amillər arasında enerji qiyməti və milli gəlir səviyyəsi ilə yanaşı iqtisadiyyatın strukturu da yer alır. Burada iqtisadiyyatın strukturunda dəyişən olaraq yüksək enerji istifadə edən sənayenin ümumi iqtisadiyyatda hansı səviyyədə yerə malik olması istifadə edilmişdir. Dörd fərqli enerji resursunu – daş kömür, alternativ elektrik mənbələri, təbii qaz və xam nefti əsas götürərək aparılmış araşdırmada müəlliflər iqtisadiyyatın strukturunda karbon-dioksid emissiyasının yüksək olduğu sənaye kimi sektorların payının ağır olduğu halda enerji istehlakının da artdığını ən kiçik kvadratlar üsulu reqressiya asılılığı ilə göstərirlər (Chan and Lee, 1996).

1981-2000-ci illəri əhatə edən verilənlər əsasında Tailandda təşkil edilmiş empirik araşdırmada CO_2 emissiyası artan templə inkişaf edən sənaye sektorunun enerji istehlakına təsirini öyrənmək üçün proksi dəyişən olaraq istifadə edilmişdir. İki dəyişən arasında asılılıq 1981-1986, 1986-1996, 1996-1998 və 1998-2000-ci illər olmaq üzrə dörd mərhələdə test edilmişdir. Son iki illik mərhələlər Tailand iqtisadi krizisi və krizisdən sonrakı periodu əhatə etməsi baxımından seçilmişdir. Çində olduğu kimi burada da karbon emissiyası ilə enerji istehlakı arasında müsbət asılılıq tapılmışdır (Bhattacharyya and Ussanarassamee, 2004).

Son olaraq da, yuxarıdakı zaman seriyalı verilənlərdən fərqli olaraq panel tipli verilənlər bazası əsasında hazırlanmış araşdırmadan misal çəkmək olar. Burada 1975-1990-ci illəri əhatə edən 24 OECD ölkəsi üzrə toplanmış məlumatlar əsasında empirik təhlil aparılmışdır. Müəllifin nəticələrinə əsasən bu qərara gəlmək olar ki, qeyri-elastik və mənfi qiymət-tələb asılılığı, müsbət və qeyri-elastik gəlir-tələb asılılığı və CO_2 emissiyası-tələb asılılığı OECD ölkələrində enerji bazarına xas xüsusiyyətdir (Liu, 2005).

Metod

Enerji tələbinə təsir edən amilləri inkişaf etməkdə olan ölkələr timsalında öyrəndikdən sonra dəyişənlər arasındakı asılılığı Azərbaycan üçün nə dərəcədə xarakterik olub-olmamasını öyrənmək üçün ədəbiyyatda istifadə olunmuş üç əsas, bir asılı dəyişən arasındakı asılılıq tədqiq edildi. Burada əsas, yəni təsir edici dəyişənlər dedikdə qiymət, gəlir və CO_2 emissiyası, asılı dəyişən dedikdə isə enerji istehlakı əsas götürüldü. Dəyişənlərin analizi üçün Dünya Bankının verilənlər bazasından 1995-2018-ci illəri əhatə edən datadan istifadə edildi. Burada enerji tələbi üçün istifadə edilən dəyişən illik adambaşına düşən enerji istehlakı, qiymət səviyyəsi üçün 2010-cu ilin baza ili hesablandığı istehlakçı qiymət indeksi, gəlir səviyyəsi üçün illik adambaşına düşən real ümumi daxili

məhsul (ÜDM), və CO_2 emissiyası üçün illik adambaşına düşən atmosferə buraxılmış karbon-dioksid miqdarı verilənlər bazasından götürüldü. Asılılıqları əyani olaraq göstərmək üçün skatter tipli qrafiklərdən istifadə edildi. Bundan əlavə olaraq dəyişənlər arasında asılılıq ən kiçik kvadratlar üsulu ilə qurulmuş xətti reqressiya tənliyi ilə də test edildi. Reqressiya tənliyi aşağıdakı kimi qurulmuşdur:

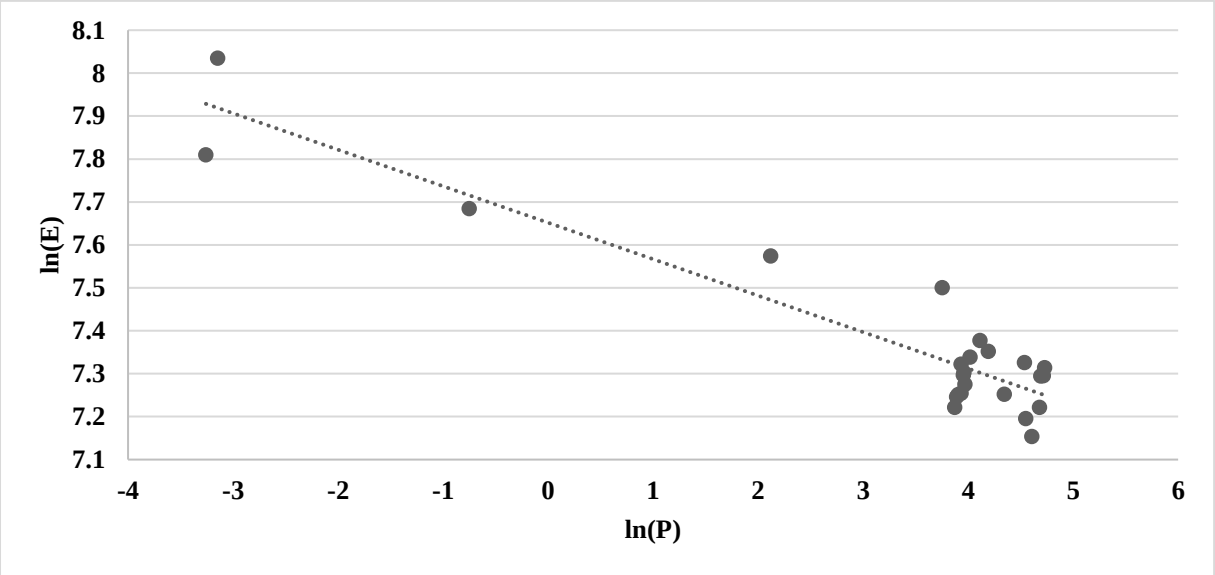
$$\ln(E) = \beta_0 + \beta_1 \ln(P) + \beta_2 \ln(Y) + \beta_3 \ln(CO2) + \varepsilon$$

Burada E – enerji istehlakı, P – enerji qiyməti, Y – gəlir səviyyəsi, CO2 – CO_2 emissiyası, β-lar əmsallar və ε tənliyə daxil edilməmiş digər amillərin təsiri ilə yaranmış rezidual dəyərdir. Zaman seriyalı verilənlərə əsaslanan reqressiya tənliyi ilə də əyani olaraq göstərdiyimiz asılılıq bir daha test edilsə də, dəyişənlərin sadəcə 23 illik qiymətləri əsasında qurulmuş tənlikdə hesablanmış reqressiya əmsallarının nə dərəcədə adekvat asılılığı göstərməsi də qeyri-müəyyən qalır, çünki 23 müşahidə nəticəsi ilə əldə edilmiş reqressiya nəticəsi bütün populyasiyanı özündə əks etdirməyə bilər. Buna görə də analizdə əsas üstünlüyü skatter qrafiklərlə əyani şəkildə göstərilmiş interpretasiyaya vermək məsləhət olunur. Verilənlər bazasından dəyişənlərin əldə edilməsi, qrafiklərin qurulması və reqressiya əmsallarının hesablanması üçün MS Excel və STATA proqram təminatlarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Dünya bankından götürdüyümüz dəyişənlərin mütləq qiymətləri fərqli vahidlərdə olduğundan iki dəyişən arasındakı asılılığı mütləq qiymət səviyyəsində yox, faiz şəklində göstərməyə üstünlük verildi. İki dəyişən arasındakı asılılığı faiz dəyişməsi olaraq göstərə bilmək üçün asılı və təsir edici dəyişənlər loqarifmlənmiş halda işlədildi. Bu əməliyyat aşağıda göstərilmiş skatter və xətti qrafiklərdə, eləcə də reqressiya tənliyində əldə edilən əmsalların işarəsinə təsir etməsə də, reqressiya əmsallarının interpretasiyasını faiz dəyişmələri şəklində ifadə etməyə şərait yaratdığından əlverişli hesab olundu və istifadə olundu. Buna görə də aşağıdakı qrafiklərdə üfüqi və şaquli oxlar adlandırılarkən dəyişənlərin loqarifmik adlarından istifadə edilmişdir. İlk öncə enerji istehlakı ilə qiymət arasındakı əlaqənin skatter qrafikindəki asılılığına baxaq:

Qrafik 1. Enerji istehlakı ilə qiyməti arasındakı asılılıq.

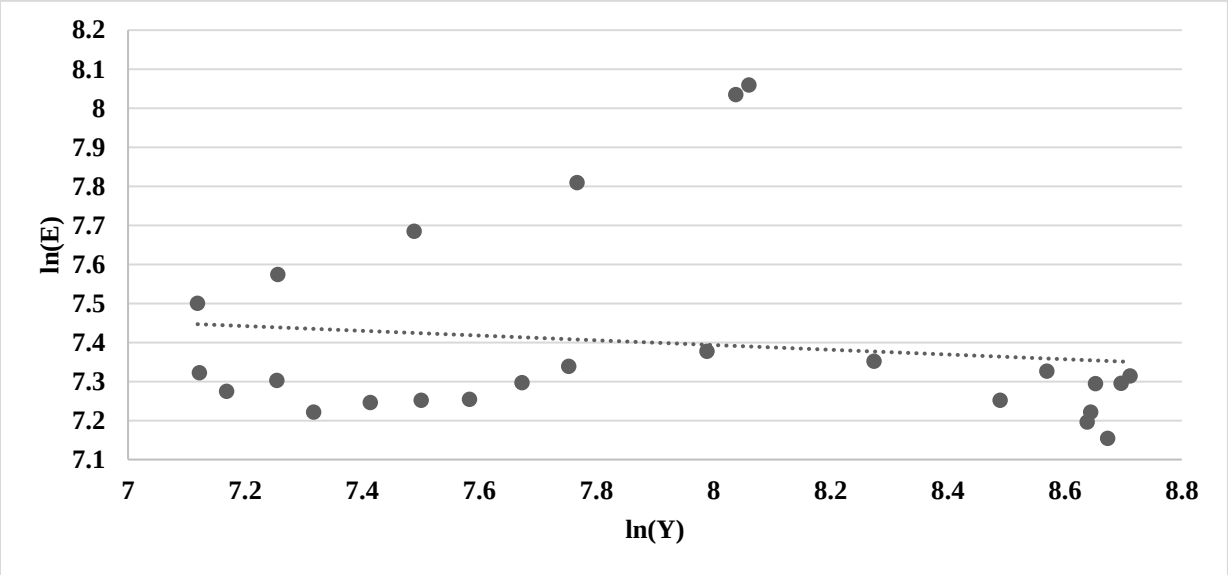


Mənbə: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators

Bu qrafikdən açıq şəkildə görsənir ki, qiymət və enerji istehlakı arasında mənfi asılılıq var. Bunu ən kiçik kvadratlar üsulu ilə meylliliyi hesablanmış xətti qrafik vasitəsilə görmək mümkündür. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə aparılmış araşdırmalarla üst-üstə düşən bu nəticə həm də klassik tələb-qiymət arasındakı asılılığın enerji bazarındakı əyani göstəricisi oldu.

Növbəti analiz edilən asılılıq enerji istehlakı ilə gəlir səviyyəsi arasındakı əlaqə idi. Yenə yuxarıdakı kimi skatter qrafik və ən kiçik kvadratlar üsulu ilə əldə edilmiş xətti qrafik tərtib edildi:

Qrafik 2. Enerji istehlakı ilə gəlir səviyyəsi arasındakı asılılıq.

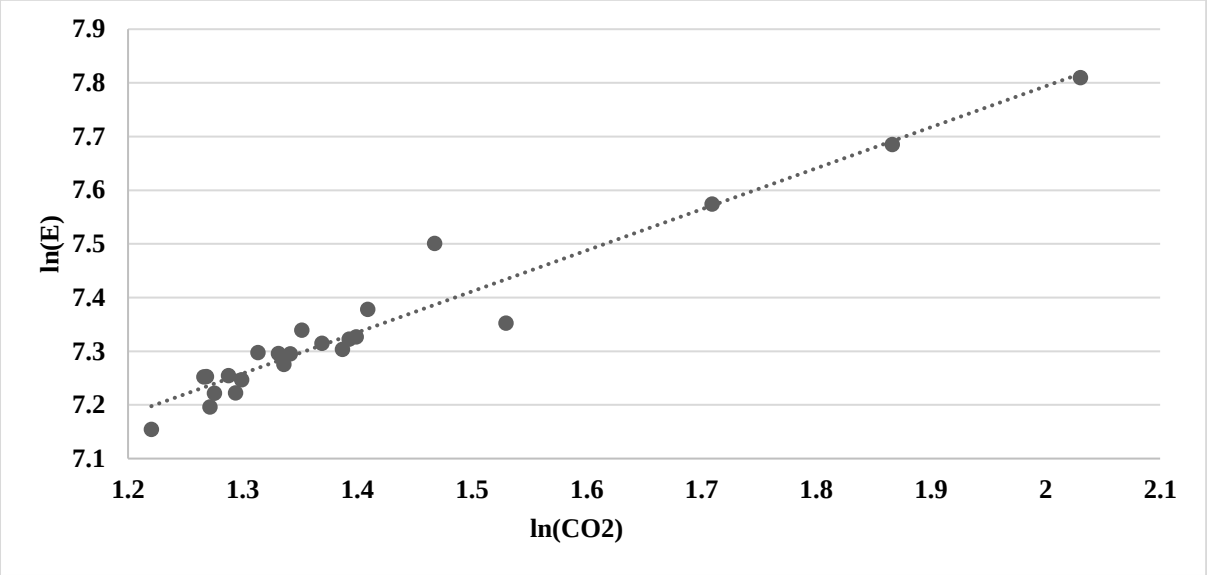


Mənbə: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators

Bu qrafikdə demək olar ki sıfır dərəcəli meylliliyə malik orta xətt alınır. Nəzərə alsaq ki, skatter qrafikdəki nöqtələrin yerləşməsi qeyri-müəyyən və heç bir xətti qanunauyğunluqla izah edilə bilmir, ən kiçik kvadratlar üsulu ilə hesablanmış xətti qrafikin bu cür meylliliyə sahib olması anlaşılandır. Bəs iki dəyişən arasındakı sabitlik halının səbəbi nədir? Belə ki, yuxarıda qeyd edilən inkişaf etməkdə olan ölkələrə aid araşdırmalarda gəlir səviyyəsi ilə enerji istehlakı arasında sıfır meylli asılılıq yox, müsbət meylli asılılıq əldə edilmişdi. Buna səbəb olaraq burada işlədilən arqument dəyişəninin – yəni gəlir səviyyəsinin proksi dəyişəni olaraq istifadə edilmiş illik adambaşına düşən real ÜDM-ni göstərmək olar. Məlumdur ki, neft qiymətlərinin kəskin volatilliyi ilə əlaqədar olaraq Azərbaycanın neft gəlirləri kəskin artmış və ya azalmış bir şəkildə tendensiya göstərmişdir. Bu da öz növbəsində neft sektorunun çox böyük paya sahib olduğu ÜDM-nin səviyyəsinə təsir etmişdir. Lakin sabit sürətlə artan əhali və genişlənən istehsalat sahələrini nəzərə alsaq, enerji istehlakı sabit bir şəkildə artım trendi göstərmişdir. Buna görə də yuxarıda qeyd edilmiş neft qiymətlərinin volatilliyinin o dərəcə də yüksək təsir etmədiyi ölkələrdəki araşdırmalarda adambaşına düşən həqiqi ÜDM ilə enerji istehlakı arasındakı müsbət istiqamətli asılılıq Azərbaycanda görülmür.

Son olaraq da, klassik tələbə təsir edən faktorlar arasında görmədiyimiz dəyişən – CO_2 emissiyası ilə enerji istehlakı arasındakı asılılıq yoxlanıldı:

Qrafik 3. Enerji istehlakı ilə CO_2 emissiyası arasındakı asılılıq.



Mənbə: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators

Qrafik 3-dən də aydın şəkildə göründüyü kimi atmosferə buraxılan karbon-dioksid miqdarı ilə enerji istehlakı arasındakı asılılıq müsbət meylliliyə malikdir. Bu nəticə digər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə əldə edilənlərlə üst-üstə düşür. Bunun interpretasiyası bu cür ola bilər ki, ağır sənaye kimi bir sıra CO_2 emissiyasında payı çox olan sahələrin iqtisadiyyatın strukturunda geniş yerə malik olması və ildən-ilə genişlənməsi sayəsində atmosferdə karbon miqdarı artır. Beləliklə, karbon miqdarının artımı bu tipli sahələrin inkişaf etdiyini və nəticədə daha çox enerji istehlakı ilə nəticələndiyini deməyə əsas verir.

Dəyişənlərin 23 qiymətli olması reqressiya tənliyinin effektivliyini azaltdığına görə əsasən qrafik üsulu analizə üstünlük verilsə də, asılılıqdakı elastiklik səviyyəsini görmək üçün reqressiya tənliyi quruldu və əmsallar hesablandı.

Cədvəl 1. Reqressiya tənliyinin nəticələri (N=23).

Dəyişən	Əmsal	St. səhv	t testi	P dəyəri	95% interval başlanğıc	95% interval son
Ln(P)	0.0032	0.0110144	0.29	0.775	-0.01985	0.026254
Ln(Y)	-0.02173	0.0140335	-1.55	0.138	-0.0511	0.007647
Ln(CO2)	0.774957	0.1009116	7.68	0	0.563747	0.986168
konstant	6.410149	0.1961819	32.67	0	5.999536	6.820763

Mənbə: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators

Burada CO_2 emissiyasının müsbət və 0 faizə yaxın xəta dərəcəsinə malik nəticəsi əldə edilsə də, qiymət və gəlir səviyyəsinin əmsallarında π dəyərinin 10 faizin üstündə olması bu əmsalların enerji istehlakı üzərində qeyri-effektiv olduğu mənasına gəlir. Lakin tənlikdə istifadə edilən müşahidə sayı 23 olduğuna görə bu nəticənin bütün populyasiyadakı asılılığı əks etdirdiyini demək yanlış olardı. Buna görə də tənlikdə hesablanmış əmsallardan ziyadə, skatter qrafiklərdən əldə edilən nəticə daha obyektivdir.

Nəticə

Gələcək enerji istehlakının səmərəli təşkil edilməsi və dövlətin enerji sahəsində effektiv siyasətinin formalaşdırılması baxımından enerji tələbinə təsir edən amillərin öyrənilməsi mühüm rola malik olduğuna görə bu tədqiqat işində bu amillərdən bəziləri araşdırıldı və təhlil edildi. Sonda bu nəticəyə gəlindi ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə enerji tələbinə təsir edən faktorlar arasında klassik tələb əyrisinə təsir edən dəyişənlərdən qiymət və gəlir səviyyəsi kimi geniş rastlanan dəyişənlərlə yanaşı enerji bazarına xas xüsusiyyəti ilə diqqəti cəlb edən əlavə dəyişənlər də var. Bunlardan biri də ətraf mühitə neqativ təsiri baxımından böyük rola malik olan CO_2 emissiyasıdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdəki araşdırmalara aid ədəbiyyatlardan bu nəticə əldə olundu ki, təsir edici dəyişənlərdən enerji qiymətinin enerji istehlakına mənfi təsiri, gəlir səviyyəsi və CO_2 emissiyasının isə müsbət təsiri var. Bunu da qeyd etmək lazımdır ki, bu asılılıqlar qısa dövr üçün elastiklik əmsallarının kiçik olması ilə xarakterizə olunsalar da, bu xüsusiyyət uzunmüddətli period üçün müşahidə edilmir. Belə ki, qısamüddətli periodda həyati əhəmiyyətli enerjiyə təsir edən faktorlarda dəyişiklik alternativsizlik probleminə görə enerji tələbinə az təsir göstərsə də, uzunmüddətli periodda alternativlik baxımından şərtlər dəyişdiyindən elastiklik əmsalı da artır (Vaage, 2000).

Sonda isə bu qanunauyğunluğun Azərbaycan üçün nə dərəcədə xarakterik olduğunu aydınlaşdırmaq üçün skatter qrafiklərlə dəyişənlər arası əlaqə analiz edildi. Gözlənildiyi kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə əldə edilən nəticələrlə Azərbaycana aid verilənlərdən əldə edilən nəticə kiçik fərqliliklərlə də olsa, üst-üstə düşdü. Lakin hazırda Azərbaycan üçün olan verilənlər bazasında dəyişənlərin qiymət sayı adekvat reqressiya əmsallarının hesablanması üçün kifayət etmədiyinə görə gələcəkdə daha geniş verilənlərə əsaslanan reqressiya analizinə ehtiyac duyulur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Barker, T., Ekins, P., & Johnstone, N. (1995). *Global warming and energy demand*. London: Routledge.
2. Bhattacharyya, S. C., & Ussanarassamee, A. (2004). Decomposition of energy and CO2 intensities of Thai industry between 1981 and 2000. *Energy Economics, 26*(5), 765–781.
3. Chan, H.L., Lee, S.K. (1996) Forecasting the Demand for Energy in China. *Energy Journal, 17*, 19-31.
4. Chaudry, A.A. (2010) A Panel Data Analysis of Electricity Demand in Pakistan. *The Lahore Journal of Economics, 15*, 75 – 106.
5. Liu, G. (2004) Estimating Energy Demand Elasticities for OECD Countries: A Dynamic Panel Data Approach. *Discussion papers No.373, Statistic Norway, and Research Department.*
6. Liu, X. (2005). Explaining the Relationship between CO2 Emission and National Income-The role of Energy Consumption. *Economics Letters, 87*, 325-328
7. Masih, A., Masih, R. (1996). Energy consumption and real income temporal causality, results for a multi-country study based on cointegration and error-correction techniques. *Energy Economics 18*, 165–183.
8. Pesaran, M.H., Akiyama, T., Smith, R.P. (1998) Energy Demand in Asian Developing Economies, *Oxford University Press*, Oxford.
9. Petersen, S.L. (2002) Micro Econometric Modelling of Household Energy Use: Testing for dependence between Demand for Electricity and Natural Gas. *Energy Journal, 23*, 57-83.
10. Vaage, K. (2000) Heating Technology and Energy use: A Discrete/Continuos Choice Approach to Norwegian Household Energy Demand. Energy Economics, 6, 649-666

Azərbaycanda alternativ enerji mənbələri : mövcud vəziyyət və əsas prioritetlər

Camulla Qənbərov

camullaqenberov1997@gmail.com

Xülasə

Cəmiyyətin artan tələbatı və sənayeləşmənin sürətlə artması səbəbindən enerjiyə ehtiyac artmaqdadır. Dünyada mövcud enerji ehtiyatları istehsal və istehlak baxımından ələ alındıqda böyük ziddiyət yaratmaqdadır. Belə ki, mövcud enerji resursları artıq qloballaşan dünyanın ehtiyaclarını qarşılamaqda çətinlik çəkir. Həmçinin ənənəvi enerji mənbələri təbiətin çirklənməsində böyük rola malikdir. Sənayenin inkişafı ilə ilk növbədə kömür istehsalı genişlənmiş daha sonra buna neft və qaz istehsalı əlavə olunmuşdur. 1973-cü ildə baş verən neft böhranı ilə dünya ölkələri yeni enerji mənbələri axtarışına başlamışlar. Bütün dünyada ölkələrin fokuslandığı və əhəmiyət verdiyi enerji təhlükəsizliyi, enerjini səmərəli istifadəsi kimi mövzular daimi olaraq gündəmi məşğul etməkdə və bu mövzuya dair həll axtarışları davam etdirilir. Bu tendensiya, ölkələrin yanacaq istifadəsini azaltmaq və bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin istifadəsinin sürətini artırmaqdadır. Eyni zamanda Azəbaycanda da alternativ və bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin istifadəsinin artırılması barədə enerji siyasətində bu mövzuya tez-tez yer verilməkdədir.

Ənənəvi enerji istehsal üsulları bu gün təbiətin çirklənməsinin əsas səbəblərindən biridir. Bundan əlavə, enerji mənbələrindən şüursuz şəkildə istifadə və mövcud ehtiyatların sürətlə tükənməsi nəticəsində insanlar fərqli enerji mənbələri axtarırlar. Eyni zamanda istifadə olunan ehtiyatlarının tükənməsi və ətraf mühitə və insan sağlamlığına mənfi təsiri nəticəsi olaraq bir çox ölkələr bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istifadəni genişləndirmişdir. Günəş, geotermal, külək, biokütlə, dalğa enerjisi kimi bərpa oluna bilən enerji mənbələri son illərdə ölkələr tərəfindən seçilən alternativ enerji mənbələridir. Həm dünyanın, həm də Azərbaycanın enerji qaynaqlarından istifadəsinə bağlı olaraq alternativ enerji qaynaqlarının zərurəti vurğulanır. Eyni zamanda Azərbaycanda yenilənə bilər enerji qaynaqlarının mövcud ehtiyatları və potensialları üzərinə bir qiymətləndirmə aparılır. Azərbaycan olduğu coğrafi mövqeyi və geosiyasi quruluşu səbəbiylə bütün bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən faydalanma imkanına malikdir. Xüsusilə hidrolik, geotermal, külək və günəş enerjisi potensialı baxımından AB ölkələri ilə müqayisədə çox əlverişli bir mövqeyə malikdir.

Açar sözlər: enerji mənbələri, alternativ enerji, günəş, külək

Giriş

Bütün dünya ölkələri tərəfindən diqqət mərkəzində olan və əhəmiyyət verilən enerji təhlükəsizliyi, enerjidən səmərəli istifadə və ətraf mühitin çirklənməsinin qarşısının alınması kimi məsələlər daim gündəmdədir və həll yolları axtarılır. Bu tendensiya ölkələrin ənənəvi enerji ehiyatlarından istifadəni azaltmaqla bərpa oluna bilən enerji mənbələrinə üstünlük verməyə başlayırlar. Eyni zamanda Azərbaycanda da bərpa oluna bilən enerji istifadəsinin artırılması barəsində enerji siyasətində bu mövzuya tez-tez yer verilməkdədir. Daim artan enerjiyə olan tələbatı ödəmək üçün bütün sahələrdə bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istifadənin artırılması istiqamətində bir sıra işlər həyata keçirilir.

Bütün dünya ölkələri öz enerji ehtiyaclarını neft, təbii qaz və kömür kimi ənənəvi enerji mənbələri hesabına ödəyir. Uzun illər ərzində dünya ölkələri tərəfindən istifadə edilən ənənəvi enerji mənbələri ehtiyatları getdikcə azalmaqdadır. Karbohidrogen ehtiyatlarının azalması bütün dünyada alternativ və bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istifadə üçün zərurət yaratmışdır. Bərpa oluna bilən enerjini təbii mənbələrdən əldə edə bilən və özünü daim yeniləyə bilən bir enerji mənbəyi olaraq adlandırmaq mümkündür. Alternativ və bərpa oluna bilən enerji müəyyən qurğuların yardımı ilə sudan, küləkdən, bioloji tullantılardan, günəşdən və hətta dənizin dalğalarından alınan, heç bir tullantısı olmayan enerji resursları aiddir. Bu ehtiyatların tükənməsi çətin hesab olunur. Bu ehtiyatlar istehsalın asanlığı, aşağı xərclər və investisiya qoyuluşundan qısa müddət sonra nəticələr baxımından əhəmiyyətlidir.

Ənənəvi mənbələrin vurduğu zərərlə müqayisə edildikdə, bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin mənfi təsirlərinin əhəmiyyətsiz olduğu görülür. Bu enerji mənbələrindən istifadə olunmasının üstün cəhəti ondan ibarətdir ki, ekoloji tərəfdən heç bir problem yaratmır və ətraf mühiti zərərli tullantılarla çirkləndirmir. Ölkəmiz bərpa oluna bilən enerji mənbələri üzrə böyük potensiala malik ölkələrdən biridir.

Metod

Bu məqalədə Azərbaycandakı enerji istehsalında alternativ və bərba oluna bilən enerji mənbələri potensialını ortaya qoymaq adına reallaşdırılmışdır. Dünyada və Azərbaycanda mövcud enerji qaynaqlarının vəziyyəti müqayisəli analiz edilməklə tədqiqat prosesində analiz və müqayisəli təhlil, statistik və s. kimi metodlar və prinsiplərdən istifadə edilmişdir.

Analiz

Hesablamalara əsasən, bəşəriyyat 2040-ci ilə qədər bugünkü istifadə olunan enerjinin 57%-dən cox enerji tələb edəcək və bu bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin istifadə vacibliyini bir daha ortaya çıxarır. Hal-hazırda dominant enerji mənbələri tükənməkdə olan təbii-qaz, neft və daş kömürdür. Nəticə olaraq bu mənbələr bərpaolunan olmadığından sürətlə azalmaqdadır, bu isə, artan enerji tələbatının ödənilməsində böyük problemlər yaradacaqdır. Hesablamalara əsasən, neftin istifadəsi təbiətin eyni miqdar nefti əvəz etmə sürətindən yüz min dəfə daha sürətlidir. Ölkəmizdə 2004-cu ildə bu sahədə Dövlət proqramının qəbul edilməsinə dair sərəncam imzalamışdır. Qeyd edək ki, böyük karbohidrogen resurslarına malik ölkəmiz enerji sahəsində həyata keçirdiyi fəaliyyətlər davamlı inkişafı dəstəkləyəcək şəkildə qurulur və burada əsas məqsədlərdən biri karbohidrogen resurslarına maksimal dərəcədə qənaət olunması yolu ilə təbiəti qorumaq və ölkəmizin enerjiyə olan tələbatının daxili resusrlardan istifadə etməklə ödəməkdir.(Qasımlı, 2014)

Gündən-günə inkişaf edən ökə iqtisadiyyatı həyatın müxtəlif sahələrində olduğu kimi alternativ enerji mənbələrindən istifadənin inkişafına da şərait yaratmışdır. 2050-ci ilə kimi ölkəmizdə elektrik enerjisi istehsalında alternativ enerji istehsalının əlli faizə çatdırılması nəticəsində atmosferə buraxılan karbon tullantılarının qarşısının alıması, bu sahə üzrə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi, müxtəlif bölgələrdə orta və kiçik ölçülü layihələrin həyata keçirilməsi və ölkəmizin potensiallarının təyini qarşıya hədəf qoyulmuş və bu məqsədlərə çatmaq üçün ölkəmizin enerji təminatı üzrə çox mərhələli “ Enerji İnkişafı ” modeli işlənib hazırlanmışdır. Özündə müasir texnologiyaların və idarəetmə sistemlərini ehtiva edən bu modelin tətbiq nəticəsində yüzminlərlə yeni iş yerlərinin və onminlərlə sahibkarların və yeni enerji bazarının yaranmasına təkan verəcəkdir.(ARDSK,2018)

Ölkəmizin təbii potensialından yararlanmaqla alternativ enerji mənbələrinin istifadəsinin genişlənməsinə, karbohidrogen resurslarına qənaət edilməsinə, ölkənin enerji təhlükəsizliyinin gücləndirilməsinə, müasir texnologiyanın istifadəsinə, kadr potenisalının mökəmlənməsinə, yeni iş yerlərinin yaradılması nəticəsində əhalinin rifah halının yaxşılaşmasına, xüsusi olaraq karbon tullantılarının azaldılması ilə ekologiyanın qorunması hədəflərinə nail olunmasına və 2015-ci ildə ölkəmiz tərəfindən Paris konfransına təqdim edilən sənədlərdə “könüllü məqsəd” kimi karbon atıqlarının 2030-cu ildə 90-cı illərdəki səviyyəsindən 35 faiz aşağı salınmasına şərait yaradacaqdır. Azərbaycanın karbohidrogen ehtiyatlarına malik olmasına, öz təbii resurslarını dünya enerji bazarına çıxarmaqla iqtisadiyyatını inkişaf etdirməsinə baxmayaraq, davalı inkişaf üçün alternativ enerji mənbələrinin inkişafına diqqət yetirilməlidir.(Qənbərov, 2018)

Cədvəl 1. Azərbaycanda alternativ enerji mənbələrinin potensialı

Enerjinin növü	Gücü
Günəş	5000MVt və daha çox
Külək	4500 MVt və daha çox
Bioenerji	1500 MVt və daha çox
Geotermal	800 MVt və daha çox

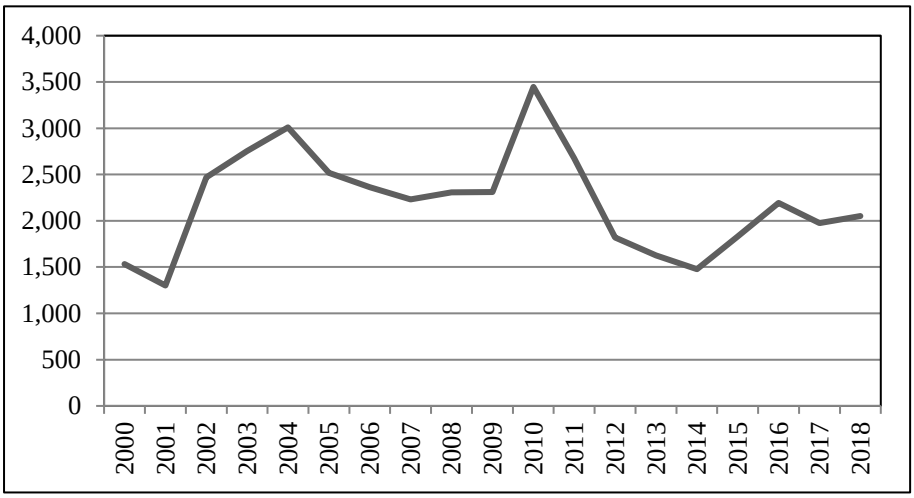
Mənbə:www.area.gov.az (31.03.2020)

Ölkəmizdə günəşli və küləkli günlərin yüksək olması baxımından bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istifadə imkanı baxımından yüksək mövqeyə malikdir və Xəzər dənizi sahilboyu ərazilərdə il ərzində günəş işığının miqdarı 2400 saat, Naxçıvanda isə günəş işığının miqdarı 2800 saata bərabərdir. Xüsusilə Abşeron yarımadasında Xəzərin sahilyanı əraziləri, Gəncə-Daşkəsən, Şərur-Culfa külək enerjisi potensialı yüksəkdir. İl ərzində küləyin sürəti 3-6 m / san arasında olması külək generatoru üçün əhəmiyyətlidir və ölkədə 800KVat külək enerjisi mövcuddur və bu 1mln. ton yanacağa qənaət etməyə kömək edəcəkdir. 2005-ci ildə Nazirlər Kabineti tərəfindən verilən 187 saylı sərəncamda külək enerjisi istehsal edən qurğular gömrük vergilərindən azad olunmuşdur. Bütün bu bərpa oluna bilən enerji istehsalı imkanlarını nəzərə alaraq külək enerjisi istehsalı inkişafı istiqamətində külək potensialından və turbinlərindən istifadə etməklə bir sıra addımlar atılmışdır. "Caspian Technology" şirkəti tərəfindən 2004-cü ildə Yaşma adasında ilk dəfə külək turbini quraşdırılmışdır. Dövlət Agentliyi tətəfindən həyata keçirilən tədqiqatlar nəticəsində il ərzində 80 metr yüksəklikdə küləyin orta sürəti 7-8.6 m/san təşkil edir və bu da Qlobal Alternativ Enerji Agentliyinin təsnifatına əsasən "yüksək dərəcədə əlverişli" kateqoriyasına aid olunur.

Respublikmaızda günəş şualanmasının davamlılığı il ərzində 2500-3000 saat müşahidə edimişdir. Dövlət Agentliyi tərəfindən həyata keçirilən tədqiqatlara əsasən il ərzində ölkəmizin hər kvadrat metrə düşən günəş enerjisi 1300-1700 KVt/saat arasında dəyişir. 2012-ci ildə Qlobal Enerji Agentliyi tərəfindən çap edilmiş hesabatında ölkəmizə düşən günəş radiasiyası 1568 KVat saat /m^2 qeyd olunmuşdur ki bu agentliyin yüksək dərəcədə əlverişli və əlverişli adlı kateqoriyalarına aid edilir. Respublikamızda yeraltı suların istilik dərəcəsinin yüksək olamamasına baxmayaraq perspektivli sayılır və temperaturu 40-1200C^o arasında dəyişir. Ölkə üzrə ən perspektivli ərazilər Abşeron, Kür çökəkliyi və dağətəyi ərazilər hesab olunur və bu ərazilərdə müvafiq olaraq 70Mvt, 480MVt, 80MVt gücündə qoyuluş potensialı imkanı mövcuddur. Ümumi olaraq ölkə ərazisində yeraltı suların potensialı 800 MVt və ya 240 min m^3/gün olaraq qiymətləndirilir. (AREA,2017)

Respublikamızda mövcud çayların hidroenerji potensialı texniki cəhətdən əlverişli potensial 16mlrd KVt saat, ümumi olaraq isə 50 milyard KVt saat müəyyən olunmuş və bunun 6 milyard KVt saatı su elektrik stansiyalarının payına düşür. Ölkə ərazisində təxmini olaraq 2.4 mln iri buynuzlu, 10 mln isə xırda buynuzlu mal-qara , 27 milyon baş quş vardır və onların il ərzində cəmi atıqları 25.6 mln ton təşkil edir. Şəhərlərdə isə məişət tullantıları 2.5 mln tona bərabərdir. Qeyd etmək olar ki, il ərzində ölkə ərazisində kifayət qədər ağac tullantıları, kənd təsərrüfatı tullantıları və heyvan atıqları yaranır. Bütün bunlar da alternativ bio-enerji ehtiyatları kimi yüksək potensiala malikdir.

Qrafik 1. Azərbaycanda alternativ mənbələrdən elektrik enerjisi istehsalı, milyon kVt st



Mənbə: www.stat.gov.az (31.03.2020)

Azərbaycan ərazisində bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istifadə olunmasını təhlil edərkən görlür ki, bu istiqamət üzrə müsbət işlər görülmüş və qəbul edilmiş Dövlət Proqramları və struktur islahatları nəticəsində 2009-cu ildən etibarən dövlət və qeyri-dövlət müəssisələri 11 yeni su elektrik stansiyası, 7 günəş və 5 külək elektrik stansiyası, 30-a yaxın sosial obyektdə günəş panelləri və istilik nasosları quraşdırılaraq nəticədə 264 MVat yeni generasiya gücü yaradılıb. 2018-ci ildə ölkə üzrə istehsal olunmuş elektrik enerjisi 25,5 mlrd kVat st olmuşdur və onun 2,04 mlrd kVat saatı alternativ enerji mənbələrinin payına düşmüşdür. İl ərzində günəş elektrik stansiyalarında 39,2 milyon kVat saat, külək elektrik stansiyalarında 86,7 milyon kVat saat, bərk məişət tullantılarının yandırlması zavodunda isə 161,3 milyon kVat saat elektrik enerjisi istehsal olunmuşdur. Bərpa oluna bilən enerji mənbələrindən istehsal olunmuş elektrik enerjisi ümumi istehsalın 8,10%-ni təşkil etmişdir. Əvvəlki illə müqayisədə alternativ elektrik enerjisi 17faiz artmışdır. 2015-ci illə müqayisədə külək enerjisi 4,5 dəfə artaraq 20 mln KVat saat , günəş enerjisi 7,6 dəfə artaraq 35,1 mln KVt saat təşkil etmişdir. 2018-cı ildə 976,5 min ton Karbon qazının atmosferə buraxılmasının qarşısının alınmasını şərtləndirmişdir. 2020-ci ilə qədər ölkəmizdə alternativ enerji sahəsində 4320 MVt-lıq stansiyaların quraşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Günəş və külək enerjisindən istifadə nəticəsində bu göstəricinin 2020-ci ilə kimi 20% artırılması nəzərdə tutulmuşdur. 2020-ci ilədək strateji yol xəritəsində bütün rayon və şəhərlərdə hibrid tipli elektrik stansiyalarının qurulması qarşıya məqsəd qoyulmuşdur. (Azərbaycan Respublikası Energetika Nazirliyi, 2018)

Nəticə

Qloballaşan dünyada enerji resurslarına tələbatın yüksəlməsi və ənənəvi enerji resurslarının məhdudluğu şəraitində karbohidrogen ehtiyatlarından istifadə dünyada iqlim şəraitinə göstərdiyi mənfi təsirlər nəticəsində alternativ enerji ehtiyatlarından istifadəni qaçınılmaz etmişdir. Bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin müsbət cəhətləri aşağıdakılardır:

- İqtisadiyyatın inkişafı və yeni iş imkanlarının yaradılması-Yeni iş yerlərinin açılması əhalinin rafah halını yüksəldir.
- Enerji təhlükəsizliyi- Ənənəvi enerji ehtiyatlarının qiymət yüksəlişi, iqtisadiyyatın bu ehtiyatlardan asılı olması bərpa oluna bilən enerji mənbələrinin əhəmiyyətini artırır.

- Enerji müxtəlifliyi- Müxtəlif enerji mənbələrindən istifadə ölkədə enerji asıllılığını aradan qaldırır.
- Ekologiyanın mühafizəsi- Bərpa oluna bilən enrji mənbələri ekoloji təmizdir və ekoligiyaya az zərər vurur.

Azərbaycan hazırda dünya ölkələrində istifadə olunan bütün enerji mənbələri üzrə geniş imkanlara malikdir. Azərbaycan hökuməti uzun illərdir ölkənin enerji potensialının tam olaraq üzə çıxarılması və bundan istifadə üçün müvafiq addımlar atır, bu sahədə uyğun siyasət yeridir. Bu xüsusda, alternativ və bərpa oluna bilən enerji istehsalının artımı isə getdikcə, daha çox hədəfdə saxlanılır və enerji istehsalı və istehlakında səmərəliliyə nail olmaq iqtisadiyyatda bir nömrəli vəzifəyə çevrilməli olduğundan ən optimal yol məhz alternativ enerji mənbələrindən istifadədən keçir. Azərbaycanda alternativ enerji mənbələrinin inkişafı çərçivəsində 2020-2025-ci illəri əhatə edəcək hərraclar proqramı keçiriləcəkdir. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, Azərbaycanda müasir ekoloji və enerji təhlükəsizliyi üzrə həyata keçirilən siyasət davamlı inkişaf konsepsiyasına əsaslanmaqla kompleks xarakter daşıyır və alternativ enerji mənbələrindən enerji istehsalı nəzərdə tutulur, ölkədə enerji təhlükəsizliyinin gücləndirilməsinə və bu sahədə mövcud dövlət idarəçiliyinin modernləşməsinə istiqamətlənir.

Ədəbiyyat siyahisi

1. Alternativ və Bərpa Olunan Enerji Mənbələrindən istifadə üzrə 2015-2020 Strategiyası, Strateji Ekoloji Qiymətləndirmə Hesabat Layihəsi. Bakı 2015
2. AR Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi - http://www.stat.gov.az
3. AR Azərbaycan Respublikası Energetika Nazirliyi - http://www.minenergy.gov.az
4. “Azərbaycan Respublikasının 2018-ci il dövlət büdcəsinin icrası haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanun layihəsinə və dövlət büdcəsinin icrasına dair illik hesabat, Bakı -2009
5. Fuad M.F.” Azərbaycanda günəş enerjisindən istifadə və müasir günəş energetik qurğuları”, Proqress nəşriyyat, Bakı 2011, s.204
6. Ostapenko Y., “ Enerji səmərəliliyi və dayanaqlı energetika – Azərbaycan tələbələri üçün daha yaxınlaşan anlamlar”, 1news.az 2019
7. Qasımlı V., Vəliyev Z., Hümbətov M., Hacıyev Ş., Nəsibova G. “Yaşil İnkişaf: Enerji Səmərəliliyi və Alternativ Mənbələr”, Bakı -2014 səh 143
8. Qələndərli N. “Alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə dövlət siyasətinin mühüm istiqamətlərindən biri kimi müəyyənləşdirilib”, Yeni Azərbaycan.- 2016.- 2 iyun.- S.1-2
9. Rasim Ə.N.” Alternativ enerji və ekologiya”, Təknur nəşriyyat, Bakı-2015, s.368
10. Qənbərov C. “Azərbaycanda yaşıl iqtisadiyyata keçid imkanları” (Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Buraxılış işi-2018)

İstehsalın Enerji İlə Təchizatında Alternativ Variantlardan İstifadənin Səmərəliliyi

Novruz ƏHMƏDOV

ahmedovnovruz@gmail.com

Xülasə

İstehsalın enerji ilə təchizatında alternativ variantlardan istifadənin səmərəliliyi ilə bağlı məqalə giriş, metod, analiz, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Giriş hissəsində məqalənin əhəmiyyətini ifadə edən problemlər, onun müasir dövrdəki aktuallığı, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri əks olunmuşdur. Müasir dövrdə sənayenin və kənd təsərrüfatının sürətli inkişafı, əhalinin sayının artması və insanların həyat səviyyəsinin getdikcə yüksəlməsi, məişətdə istifadə edilən enerji işlədicilərinin sayının kəskin çoxalması, üzvi və qeyri-üzvi yanacaqlara tələbatı gündən-günə artırır. Qlobal ekoloji problemlərlə qarşılaşan müasir dünyamızda ekoloji cəhətdən təmiz enerji mənbələrinin axtarışı və tətbiqi alimləri daha çox düşündürməkdədir. Alternativ enerji mənbələrindən istifadənin iqtisadi göstəriciləri ənənəvi enerji mənbələrindən istifadənin iqtisadi göstəricilərinə nisbətən bir qədər baha başa gəlir. Alternativ enerji mənbələrindən istifadəni iqtisadi cəhətdən sərfəli olmasını təmin etmək məqsədilə Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, Avropa Birliyi və bir sıra beynəlxalq qurumlar olduqca vacib qərarlar qəbul etmişlər. Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq Azərbaycanda da alternativ enerji mənbələrindən istifadəni genişləndirmək məqsədilə xeyli işlər görülmüşdür. Bu sahədə AMEA-nın tərkibində fəaliyyət göstərən Fizika, Radiasiya Problemləri İnstitutları, o cümlədən Azərbaycan Elmi-Tədqiqat, Energetika və Enerjilayihə və Hidrolayihə İnstitutları müəyyən nəticələr əldə etmişlər. Bu məqalədə qısaca olaraq alternativ enerji ehtiyatlarından istifadə ilə bağlı mövcud ədəbiyyatların araşdırılması, tətbiq edilən sistemlərin müəyyənləşdirilməsi, bərpa olunan enerji ehtiyatlarının tarixi və təsnifatı ilə bağlı məsələlər qeyd olunmuşdur. Eyni zamanda alternativ enerji ehtiyatlarından istifadənin təhlili və qiymətləndirilməsi üsulları araşdırılmışdır Son olaraq yenilənəbilən enerji üzrə həm dünya üzrə, həm də ölkəmizdə mövcud ehtiyatların həcmi araşdırılaraq müəyyən edilmiş, alternativ enerjnin tətbiqindən sahibkarların əldə edəcəyi səmərəni ifadə edən iqtisadi-riyazi model verilmişdir. Məqalə işinin sonunda isə tədqiqatla bağlı əldə edilmiş nəticə və təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: Alternativ Enerji, Səmərəlilik, Günəş Enerjisi

Giriş

Zaman keçdikcə bir sıra dövlətlərin bərpa olunmayan enerji mənbələrinin – qaz, neft daş kömürünün tükənməsi ilə üzləşəcəyi təbbi olaraq qaçınılmazdır. Qeyd edilən mənbələrin tükənməsi, eyni zamanda bahalaşması da müşahidə olunur. Bununla yanaşı ənənəvi enerjinin istismarı, yandırılması və başqa amillərin dünyamızın ekoloji durumuna mənfi təsiri özünü getdikcə daha da çox büruzə verir. Bütün bunların fonunda yenilənəbilən enerji mənbələri kimi regenerativ-bərpa olunan enerjilərdən istifadə ekoloji cəhətdən daha səmərəli olduğundan onların mənbələrinin araşdırılması, onlardan istifadə edilməsi yolları kimi məsələlər hal-hazırki dövrdə olduqca aktuallaşmışdır. Günəş, külək, dalğa və kiçik çayların hidroloji enerjisi məhz belə mənbələrdən sayılır və onların potensial imkanları hədsiz və tükənməzdir. Yuxarıda qeyd etdiklərimiz mövzunun aktuallığını əks etdirir.

Alternativ enerji mənbələrindən istifadə üzrə tədqiqatın əsas məqsədi ətraf mühitin əlverişli şərait potensialından istifadə etməklə bərpa olunan və ekoloji cəhətdən təmiz mənbələrdən enerji istehsalını inkişaf etdirməklə digər enerji resurslarından səmərəli istifadə edilməsini təmin etmək və bunun iqtisadi səmərəliliyini müəyyən etməkdir.

Aşağıdakılar tədqiqatın vəzifələrini əks etdirir:

1) Elektrik enerjisinin istehsal olunmasında alternativ enerji mənbələri üzrə potensialın müəyyənləşdirilməsi
2) Yeni istehsal sahələrinin yaranması hesabına əlavə iş yerlərinin açılması

3) Alternativ enerji mənbələrinin istifadəsinin stimullaşdırılması

Alternativ enerji üçün çoxlu fikirlər yeni olmasa da sadəcə son 10 il ərzində bu mövzu daha aktual xarakter daşımağa başlamışdır. (Matt, 2016). Bəs alternativ enerji nədir?. Sadə formada desək alternativ enerji sonlu bir sona sahib olmayan mənbələrdən ya da tipik olaraq təbii mənbələrdən – günəş, külək, su kimi – təkrar istifadə edilə bilən mənbələrdən yaradılan enerjidir. (Matthew, 2017).

Türk dosent Muhammet Kayfeci təkrar istifadə edilə bilən enerji qaynaqlarından bəzilərini ətraflı şəkildə araşdırmışdır. Bu cəhətdən baxacağımız ilk sahə günəş enerjisi olacaq. Muhammet Kayfecinin araşdırmalarına görə günəş enerjisinin tətbiqini 2 qrupda cəmləşdirə bilərik.

I qrup – Günəş enerjisindən əldə edilən istiliyin elektrik enerjisinə çevrilməsi

II qrup – Günəş enerjisinin birbaşa elektrik enerjisinə çevrilməsi

I qrupa aid olan sistemdə ilk öncə günəş enerjisindən istilik əldə edilir. Bu istilik enerjisindən birbaşa istifadə etməklə yanaşı elektrik istehsalında da istifadə oluna bilər. II qrupda isə Fotoqalvanik adı verilən sistemlər vasitəsilə günəş şüaları birbaşa olaraq elektrik enerjisinə çevrilir. Panellərin səthlərinə işıq düşdüyü anda uclarında elektrik gərginliyi yaranır. Bu baxımdan panelin verdiyi elektrik enerjisinin qaynağı, səthə düşən günəş enerjisidir. (Kayfeci, 2011).

Külək enerjisi –Küləklər günəşin atmosferi bərabər olmayan formada isitməsi, yerin relyefi, fırlanma prosesindən yaranır. Bu külək axını müasir külək turbinlərindən istifadə edilərək “toplanır” və elektrik enerjisi istehsal etmək üçün istifadə edilir. Bəhs etdiyimiz külək turbinləri 30 m və daha yüksək hündürlüyə malik olaraq az və ya çox sürətli hava axınlarını yaradır. (Kayfeci, 2011).

Gary L. Johnson bildirmişdir ki, külək enerjisi hər zaman turbinin fırlanma gücündən asılı olaraq müxtəlif yerlərdə istifadə edilməkdədir. Külək enerjisinin ən effektiv istifadə olunma formaları aşağıdakı şəkildə göstərilə bilər:

1. Mexaniki tətbiq formaları (su nasos sistemi) –Külək turbinlərinin qanatlarının sayı artdıqca fırlanma sürəti azalır. Qanat sayının çox olduğu sistemlər isə su nasos sistemində istifadə edilmək məqsədilə yaradılır. Buna görə də enerji istehsalı üçün üçdən çox qanada sahib sistemlər istifadə edilməməkdədir.

2. Elektrik tətbiq forması. Şəbəkəyə bağlı sistemlər: Elektrik şəbəkəsinə bağlı bir və ya birdən çox böyük gücə sahib külək turbinlərindən formalaşan sistemdir. Şəbəkəyə bağlı olmayan sistemlər: Elektrik şəbəkəsinə bağlı olmayan düzənlik ərazilərdə istifadə edilir. Özbaşlarına və ya dizel generatoru və fotoqalvanik günəş panelləri ilə birlikdə enerji istehsal edirlər.

Geotermal mənbə qısa olaraq desək yerin istiliyi olub, yer səthinin müxtəlif dərinliklərində toplanmış istinin yaratdığı, kimyəvi maddələrdən ibarət isti su, buxar və qazlardır. Geotermal sistemlər aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

a) Quru buxarlı geotermal stansiyalar: Doymuş və isti geotermal buxarın mövcud olduğu sahələrdə istifadə edilir. Quyudan əldə edilən buxar filtrdən keçirilərək turbinə göndərilir.
b) İki səviyyəli stansiyalar: Bu sistemdə geotermal mayedəki buxar ayırıcıdan keçirilərək, elektrik istehsalı üçün generatora göndərilir. Qalan isti su, başqa bir ayırıcıdan keçirilərək təkrar su və buxar olaraq yenidən buxarlaşdırılaraq ikinci dəfə elektrik istehsalı həyata keçirilir. Bu tip stansiyalar bir səviyyəli buxar stansiyaları ilə müqayisədə 15-20%

arasında daha çox məhsuldar olması ilə yanaşı xərc səviyyəsi də 10-20% daha aşağıdır. (Johnson & Manhattan, 2005).

Stanford Universitetinin məzunu olan Rik DeGunther isə öz araşdırmalarında aşağıdakı alternativ enerji mənbəyini nəzərdən keçirmişdir.

Biokütlə enerjisi – Biokütlə enerjisi isə biokütlə tullantılarının yandırılaraq və ya fərqli prosedurlardan keçərək istifadə edilməsi nəticəsində meydana gələn enerji növüdür. Neft, qaz və digər bu kimi resursların məhdud olması və onlara olan asıllıq dərəcəsini azaltmaq üçün dünyanın müxtəlif yerlərində xüsusi formada qarğıdalı, şəkər qamışı, arpa, kətan və s. kimi bitkilər yetişdirilməkdədir. Bu bitkilərin iqtisadi cəhətdən gəlirinin artıq olması ilə yanaşı, onların yandırılması zamanı meydana çıxan enerji də mühüm önəm daşıyır. (DeGunther, 2009).

Hidroelektrik enerji –Burada enerjinin istehsalı isə yüksək miqdarda suyun müəyyən edilən yüksəklikdən aşağı səviyyəyə hərəkəti zamanı meydana gələn enerjinin turbinlərdən istifadə edilərək mexaniki enerji formasına gətirilməsindən ibarətdir. (A guide for Developers and Investors by Internatioanl Finance Corporation, 2017).

Dalğa enerjisi – İRENA təşkilatının dalğa enerjisi üzrə məqaləsində bildirilmişdir ki, bu enerji çeşidi küləyin dəniz və okean səthində təsiri nəticəsində yaranan dalğanın hərəkətindən əldə edilir. Dünyanın bir çox yerində küləklər dalğa yaradacaq qədər müntəzəm əsir. Dalğa enerji sistemləri dalğaların səthindəki hərəkəti və ya onların təzyiqlərindən istifadə edərək birbaşa elektrik istehsal etmiş olurlar. Dalğa enerjisindən istifadə etmək üçün 3 sistem mövcuddur. Shoreline sistemi dəniz sahilində sabitlənmiş, təmir işləri asan olan və sualtı elektrik naqillərə ehtiyacı olmayan bir sistemdir. OVC sistemi isə suyun altında yerləşir və dalğanın sistemə dəyməsi nəticəsində su səviyyəsinin qalxması, hava səviyyəsinin sıxılması nəticəsində turbinin fırlanmasına şərait yaradır və elektrik istehsal edilmiş olur. Pendular adlı sistem isə bir tərəfi dənizə tərəf olan kubşəkilli bir sistemdir. Üzərinə yerləşdirilən qapaq dalğanın təsiri ilə irəli-geri hərəkət edərək elektrik istehsalını həyata keçirir. (Hayward & Osman, 2011).

Metod

İstehsalat prosesində alternativ enerjidən istifadənin təhlilində istifadə edilən tədqiqat üsulları və onların qiymətləndirilməsi 3 müxtəlif sorğu obyekti şəklində formalaşır: Texniki sorğu, İqtisadi sorğu, Ətraf mühit və sosial qiymətləndirmə sorğusu.

Hər bir qərar matrisi bir-birindən müstəqil şəkildə istifadə olunur.

a) Texniki sorğunun qiymətləndirilməsi

Texniki meyar qiymətləndirmə sorğusu yenilənəbilən enerjinin tətbiqi ilə bağlı bir layihənin qiymətləndirərkən nəzər alnacaq əsas parametrlərin seçimini əhatə edir. İki növ kriteriya var:

1. İstehsalatın növündən və alternativ enerji məbəyindən asılı olmayaraq ilkin mərhələdə bütün layihələrə qeyri-müəyyən şəkildə tətbiq olunan ümumi meyarlar
2. Hər bir alternativ enerji üzrə texnologiyaya tətbiq olunan xüsusi meyarlar.

Xüsusi və ümumi meyarlar arasında heç bir iyerarxiq fərq yoxdur. Texniki qiymətləndirmədə hər bir texnologiya üçün müəyyən meyarlar daxil edilməlidir. Anketin doldurulması zamanı nəzər alınacaq layihə üçün sütun sahələr doldurulmalıdır. Bir sıra meyar üzrə cədvəllərin qurulması və qiymətləndirilməsi aşağıdakı kimidir:

Külək resursu illik istifadə edilə bilən saatlıq miqdarlara görə qiymətləndirilir, günəş resursu layihənin həyata keçirildiyi yer üzrə orta günəş radiasiyasına istinadən qiymətləndirilir və vahid olaraq gündəlik kcal/m^2 ilə hesablanır. Biokütlə resursunda qiymətləndirmə mənşəyə və istifadə olunması formasına görə dörd fərqli tərzdə istifadə olunaraq dəyərləndirilir. Hidroelektrik resurslarında isə qiymətləndirmə saniyədə bir yerdən axan suyun həcmi üzrə qiymətləndirilir. Geotermal resursların qiymətləndirilməsi istiliyin səviyyəsinə və onların istifadə edilə bilmə imkanlarına görə həyata keçirilir və bu çox mürəkkəb qiymətəndirmə formasıdır.

b) İqtisadi sorğunun qiymətləndirilməsi

Bu metod alternativ enerji resurslarının tətbiqi ilə bağlı investisiya meyarlarının qiymətləndirilməsini əhatə edir. Bununla yanaşı bu tədqiqat-qiymətləndirmə metodu qısa və uzun dövrdə yenilənəbilən enerji qaynaqlarının istifadəsinin ölkə iqtisadiyyatına necə təsir etdiyini müəyyən etmək baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. İlkin investisiya meyarına görə quraşdırılan sistemin hər kVt-ı üzrə təxmin edilən orta qiymət əsasında bu meyar qiymətləndirilir. Hər kVt üzrə xərc 10000 dollardan çox olduqda səmərəsiz, 2000 dollardan az olduqda isə səmərəli olmuş sayılır. Digər bir meyar isə alternativ enerji sahəsinə yatırılan investisiyanın qiymətləndirilməsidir ki, burada 3 metod var.

Geri ödəmə müddəti – Qoyulmuş ilkin investisiyanın neçə ildə geri qayıdacağını hesablamaq üçün istifadə olunur

Xalis dəyər (NPV) – gələcəkdə əldə ediləcək pul həcminin indiki dəyəri ilkin investisiyanın məbləğindən çox olarsa layihə həyata keçiriləcək.

Daxili gəlirlilik faizi (İRR)- layihə üçün xalis dəyərin sıfıra bərabər olan göstəricisidir. Bu xərclərin gələcəkdəki pul axınına bərabər olduğu şəraiti əhatə edir

c) Ətraf mühit və sosial sorğunun qiymətləndirilməsi

Bu sorğu həyata keçirilən layihənin insana və təbiətə necə təsir etdiyini ifadə edir və qiymətləndirir. Bu sorğudakı ilk meyar karbon dioksid emissiyalarının qarşısının alınmasıdır və burada qiymətləndirmə CO_2 emissiyalarının-şərti qaynaqların yenilənəbilən enerji ilə əvəz edilməsi nəticəsində qarşısının alındığı miqdara görə həyata keçirilir. İkinci meyar isə eko nöqtələr adlanır. Hesablama zamanı daha böyük eko nöqtələrə malik sistemlər ətraf mühitə daha çox təsir göstərir, əksinə daha az eko nöqtələrə malik sistemlər isə daha az təsirə malikdir. (Chile Foundation, 2007).

Analiz

Hal-hazırda dünya üzrə ən çox istifadə edilməkdə olan günəş enerji sistemlərinin həm iqtisadi həm də ətraf mühit baxımından gətirdiyi müəyyən bir iqtisadi səmərə mövcuddur. İlk öncə onu qeyd edək ki, günəş enerjisinin əldə edilməsi üçün istifadə edilən fotoqalvanik panellər monokristallı, polikristallı və nazik qatlı silisium kristallı olur. Həmin panellərin bizə verdiyi səmərələliyin müəyyən edilməsi üçün ilkin olaraq üfüqi səthə gələn saatlıq şüanın hesablanması (1.1)-cü düstur ilə hesablanır:

$$İ_{TE,s} = İ_{be,s} + İ_{de,s} + İ_{re,s} \quad (1.1)$$

Bu hesablamada üfüqi səthə gələn saatlıq günəş şüası $İ_{TE,s}$ (kVth/m^2), səthə düşən düz (və ya birbaşa) şüaların $İ_{be,s}$ (kVth/m^2), səpələnən şüaların $İ_{de,s}$ (kVth/m^2) və $İ_{re,s}$ (kVth/m^2) əks olunan şüaların toplamı olaraq müəyyən edilmişdir.

Yer səthinə düşən günəş şüasına görə elektrik istehsalı üzrə hesablamalar həyata keçirilişmişdir. Bu hesablamalar nəticəsində toplam kollektor sahəsi $A_k(m^2)$, saatlıq elektrik istehsalı $E_s(kVts)$ (1.2)-ci, günlük elektrik istehsalı $E_{gün,n}(kVts)$ (1.3)-cü, aylıq elektrik istehsalı $E_{ay,i}(kVts)$ (1.4)-cü və illik elektrik istehsalı $E_{il}(kVts)$ (1.5)-ci tənliklərdə verilmişdir.

$$E_s = İ_{TE,s} * A_k * \eta^* \qquad (1.2)$$

$$E_{gün,n} = \sum_{s=5:00}^{19:00} E_s \qquad (1.3)$$

$$E_{ay,i} = \sum_{n=1}^{y} E_{gün,n} \qquad (1.4)$$

$$E_{il} = \sum_{i=1}^{12} E_{ay,i} \qquad (1.5)$$

Burada s-indeksi hesablamaların hansı saatda aparıldığını, n-indeksi bir ildəki günlərin sayını, i-indeksi hesablamaların hansı ayda edildiyini, y-indeksi isə bir aydakı günlərin sayını η^* günəşdən gələn istiliyə görə panelin elektrik istehsalını göstərməkdədir.

Yuxarıdakı yazımızda qeyd etdik ki, günəş enerji sistemlərinin istifadəsinin həm iqtisadi həm də ətraf mühit cəhətdən müəyyən səmərəsi mövcuddur. İlk öncə ətraf mühitlə bağlı səmərəliliyini nəzərdən keçirək və hesablamaları aparaq. Bildiyimiz kimi ənənəvi yanacaq növlərindən istifadə edərək istilik və ya elektrik istehsalı zamanı ətraf mühitə müəyyən miqdarda CO_2 emissiyası atılır. Həmin sistemlərin tətbiqi nəticəsində ümumi olaraq qarşısı alınan CO_2 emissiya miqdarı $T_{qarşısı\ alınan-CO_2}(kqCO_2)$ (2.1)-ci tənlikdə hesablanmış olub, istehsal edilən emissiya faktoru $n_{CO_2}(\frac{kqCO_2}{kVts})$ olaraq verilmişdir. (Gültuna, 2015). Fotoqalvanik panellərin istehsalı zamanı ortalama olaraq emissiya faktoru 3.301 $(\frac{kqCO_2}{kVts})$ olub göz ardı edilə bilinəcək dərəcədədir və n_{PV-CO_2} olaraq işarələnmişdir. Həmin sistemlərin qurulması zamanı meydana çıxan emissiya faktoru T_{PV-CO_2} $(kqCO_2)$ 2.2-ci, qarşısı alınan CO_2 miqdarı T_{CO_2} $(kqCO_2)$ isə 2.3-cü tənlikdə göstərilmişdir və ümumi qurulmuş fotoqalvanik sistemin gücü isə $P_g(kVt)$ olaraq ifadə edilmişdir.

$$T_{qarşısı\ alınan-CO_2} = E_{il} * n_{CO_2} \qquad (2.1)$$

$$T_{PV-CO_2} = n_{PV-CO_2} * P_g \qquad (2.2)$$

$$T_{CO_2} = T_{qarşısı\ alınan-CO_2} - T_{PV-CO_2} \qquad (2.3)$$

Nəzərdən keçirəcəyimiz növbəti səmərələlik iqtisadi cəhətdəndir. İlkin olaraq hesablanması gərəkən sahə amortizasiyadır. Amortizasiya *t(il)* ilə işarə olunub, 2.4-cü tənlikdə günəş enerji sistemlərinin yaradılması üçün ilkin qurulum xərci G (dollar), ümumi PV xərci G_{PV}, torpaq xərci G_{torpaq} toplanaraq ümumi qazanc səviyyəsinə nisbəti ilə hesablanır.

$$t = \frac{G+G_{torpaq}+G_{PV}}{K_{top}} \qquad (2.4)$$

Fotoqalvanik sistemlərin qurulması zamanı əldə ediləcək aylıq, ümumi, LEİQ, ümumi yerli məhsul qazancı müvafiq olaraq (2.5), (2.6), (2.7), (2.8) – ci düsturlarla ifadə edilmişdir. Hesablamalara

keçməzdən əvvəl bildirmək lazımdır ki, elektrik üzrə topdan satış qiymətləri $F_{k-1,i}$ dəyişkən bir parametr olduğundan hər zaman fərqli nəticələr əldə edilir. Əldə ediləcək qazancın hesablanması zamanı elektrik qiymətlərində artım təxmini olaraq 10% qəbul edilir. Bu baxımdan elektrik qiyməti ilə bağlı 2.4-cü hesablamada artımı nəzərə alan "m" əmsalı qeyd edilmişdir.

$$F_{k,i} = F_{k-1,i} * (1 + m) \qquad (2.5) \qquad F_{i-ort} = \frac{\sum_{k=1}^{z} F_{k,i}}{z} \qquad (2.6)$$

$$K_{ay,i} = E_{ay,i} * F_{i-ort} \qquad (2.7) \qquad K_{il} = \sum_{i=1}^{12} K_{ay,i} \qquad (2.8)$$

2.5-cü düsturda $F_{k,i}$ ilə istənilən ay üçün elektrik satış qiyməti hesablanmış olur. Yuxarıdakı düsturlarda mövcud olan k-indeksi illərin sayını, z-indeksi təxmin edilən amortizasiya müddətinin il olaraq müəyyən edilməsi üçün, i-indeksi ayların sayını ifadə edir. 2.6-cı hesablama nəticəsində hər ay üçün təxmin edilən amortizasiya müddətinə görə illik hesablanan ortalama elektrik qiyməti müəyyən edilir.

Günəş elektrik stansiyalarından şəbəkəyə verilən elektrikin istehsalını təmin edən PV panellər əgər yerli istehsal olarsa hər kVts üçün dövlət yardım göstərir. Həmin ödənən yardımı F_{yerli} olaraq ifadə etsək o zaman əldə edilən ümumi yerli qazanc aşağıdakı kimi olacaqdır.

$$K_{\text{ümumi}-yerli} = F_{yerli} * (E_{il} - E_{istehlak}) \qquad (3.1)$$

$$K_{\text{ümumi}} = K_{\text{ümumi}-yerli} + K_{\text{ümumi}-leiq} + K_{il} + K_{CO_2} \qquad (3.2)$$

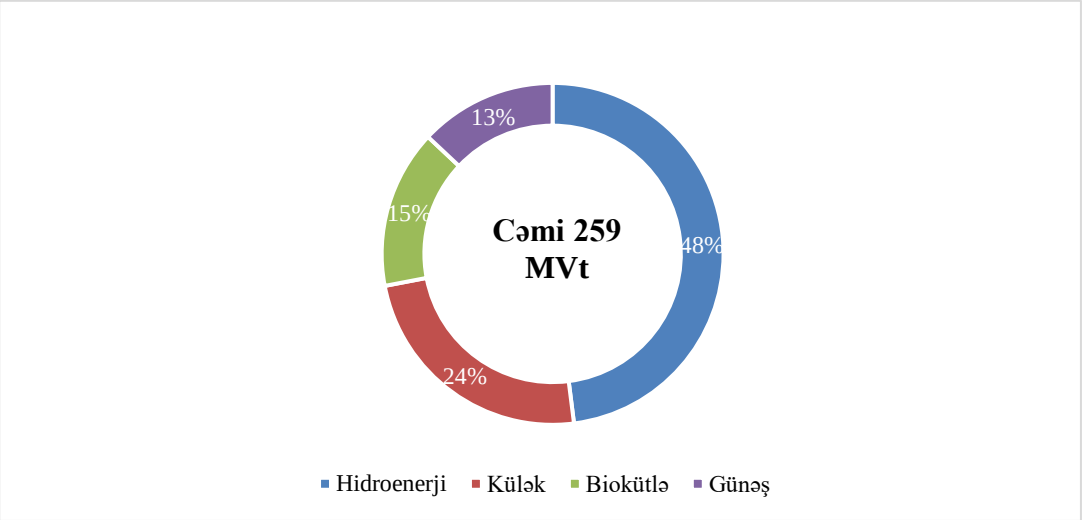
Son olaraq yerinə yetirlən bu qədər hesablama nəticəsində GES-in istifadəsi nəticəsində əldə edilən ümumi səmərəlilik və ya qazanc, yerli istehsal olan PV-nin istifadəsi, ətraf mühitə tullanan emissiya faktorunun qarşısının alınması nəticəsində əldə edilən qazancın toplamına bərabərdir. Hesablamalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, əgər orta-aylıq 1 m^2 səthə düşən günəş enerjisi 120-130 kVts olarsa o zaman ümumi gücü 100 mVt olan GES-də istifadə edilən fotoqalvanik sistem 30° meyl bucağında yerlşdirilərək məhsuldarlığı 14-15% olduqda təxminən illik 70.000 kVts elektrik istehsal etmiş olur . Belə olduqda həmin PV sisteminin amortizasiya müddəti 10 il müəyyən edilmişdir . Bu sistemi quran sahibkar dövlət şəbəkəsindən 70.000 kVts elektrik almadığı üçün təxmini olaraq 17.000 dollar qazanc əldə etmiş olacaqdır. Həmçinin bu sistemin qurulmasl ilə ümumi olaraq 13.873 kq CO_2 emissiya faktorunun ətraf mühitə atılmasının qarşısı alınmış olur. (DeGhunter, 2009).

Panellərin yerləşdiyi ərazidə meyl bucaqlarının fərqli olması əldə ediləcək səmərəliliyə ciddi təsir edir. Ən qısa amortizasiya müddətinin 25°-lik meyl bucağına malik PV panellərində müşahidə edilmişdir. İstehlak tələbinin dəyişməsi zamanı daha çox yatırım edilməsi lazım olduğu üçün əldə edilən qazanc da artmış və bunun nəticəsində amortizasiya müddətləri azalmışdır. Bununla yanaşı dövlət tərəfindən qarşısı alınan CO_2 emissiya faktoruna görə edilən yardımlar da amortizasiya müddətlərinin azalmasına səbəb olmuşdur. Sahibkarın belə bir sistem yaratdığı zaman meydana çıxan ehtiyacdan daha çox istehsal etdiyi hər kVts üçün ödənilən məbləğ GES üçün ciddi bir gəlir qaynağı olmuş olur. (Gültuna, 2015).
Azərbaycan Respublikasının Dövlət Agentliyi tərəfindən aparılan araşdırmalar nəticəsində məlum olan alternativ enerji mənbələrinin həcmi aşağıdakı kimidir.

Külək enerjisi üzrə ölkəmizdə külək enerji potensialının 15000 MVt, günəş enerjisi üzrə 8000 MVt, hidroelektrik enerji üzrə 40 milyard kVt/saat, geotermal üzrə 800 MVt, biokütlə enerjisi baxımından

900 MVt təşkil edir. 2020-ci ilə qədər Azərbaycan Respublikasında alternativ enerji resursları hesabına 7650MVt-dan çox yeni istilik və elektrik generasiya edən güclərin yaradılması planlaşdırılıb. Bunun 1065 MVt hissəsi günəş-elektrik, 4500 MVt-ı günəş istilik, 515MVt-ı biokütlə və 60 MVt-ı isə kiçik çaylar üzrə yaradılan sistemlərin payına düşür. Məqsəd 2020-ci ilə kimi elektrik enerjisi istehsalında bərpa edilə bilən enerjinin səviyyəsini 20%-ə çatdırmaqdır. Həmçinin bu dövr ərzində 25 mindən çox yeni iş yerlərinin açılması nəzərdə tutulmuşdur.

Qrafik 1: ABOEM hesabına quraşdırılmış alternativ enerji güclərinin ehtiyatlar üzrə paylanması



Mənbə: ABOEM üzrə Dövlət Agentliyi (20.07.2017)

Ölkəmizdə Qobustan ərazisində 38 hektarlıq bir sahədə Qobustan Eksperimental Poliqonu və Tədris Mərkəzi yaradılıb və bu mərkəz tərkibində günəş, külək və bioqaz stansiyasını birləşdirən ilk hibrid tipli olan elektrik stansiyasıdır. Həmçinin Qala qəsəbəsində "Ekoloji park" layihəsi həyata keçirilmiş və ümumi gücü 20 kVt olan günəş panelləri və 10 kVt gücə malik 4 ədəd külək generatoru quraşdırılmışdır. Bununla yanaşı ölkəmizdə Suraxanı Günəş Elektrik Stansiyası fəaliyyət göstərir. Hal-hazırda bu stansiya 4.4 milyon kVt/saat, tam gücü ilə işlədiyi zaman 6.2 milyon kVt/saat elektrik enerjisi istehsal edə bilmək qabiliyyətinə malikdir. Bu stansiyanın istifadəsi nəticəsində ölkə ildə 1.5 milyon m^3 qaza qənaət etmiş olur. Pirallahı bölgəsində də GES fəaliyyət göstərir və layihələndirilən güc 2.8 MVt olub lakin hal-hazırda GES-də 1 milyon kVt/saat enerji istehsalı həyata keçirilir. Hal-hazırda Bakı şəhərində 5 məktəb və 2 tibb müəssisəsində ümumi gücü 410 kVt-lıq günəş panelləri və 280 kVt-lıq istilik sistemləri yaradılıb. (ABOEM üzrə Dövlət Agentliyi, 2017)

Nəticə

Müəyyən edilmişdir ki, yenilənəbilən enerji mənbələrindən istifadə edərək neft, qaz, kömür və digər fosil yanacaqlardan tamamilə istifadəni azaltmaq üçün xeyli müddət lazımdır. Günümüzdə baş verən hadisələr gələcək dövrlərdə alternativ enerji mənbələrindən daha geniş şəkildə istifadə etməyi şərtləndirir və bu baxımdan müəyyən səbəblər var. Məqalə üzrə tədqiqatımız sayəsində əldə etdiyimiz nəticələr və təkliflər aşağıdakılardır:

1. Alternativ enerji bazarının inkişaf etməsi təkcə bu sahə üzrə deyil həmçinin təmir, montaj, loqistik və satış cəhətdən ixtisaslaşmış kadrlara ehtiyacın əmələ gəlməsinə şərait yaradacaq – yeni iş yerləri açılmış olacaq.

2. Yenilənəbilən enerji sistemlərini tətbiq edən sahibkar dövlətdən enerji əldə etmək üçün əlavə xərc çəkməyəcək və bunun nəticəsində qazanc əldə etmiş olacaq.
3. İstehsalat prosesində günəş enerjisindən istifadə üzrə səmərəni artırmaq üçün PV panellərdən istifadə olunmasını, panellərin 25° meyl bucağı şəraitində yerləşdirilməli və amortizasiya müddətinin minimuma endirilməsi üçün istehlak tələbinin 80%-ni ödəmə qabiliyyətinə malik olan, o cümlədən ölkəmizdə günəşli və küləkli saatların sayı çox olduğundan ancaq bu sahə üzrə sistemlərin qurulmasını, dövlət tərəfindən sahibkarlara transfertlərin həyata keçirilərək su hövzələrinin bol olduğu bölgələrdə dalğa və hidroelektrik enerjisindən, sənaye müəssisələrinin yerləşdiyi yerlərdə isə monokristal quruluşlu fotoqalvanik sistemlərin yaradılmasını təklif edirəm.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Mason Matthew. “Renewable energy:All you need to know” məqaləsi. 2017
2. Renewable capacity statistics 2017 by IRENA. Abu Dhabi, 2017. 60 s.
3. Renewable power generation costs in 2017 by IRENA. Abu Dhabi, 2017. 160 s.
4. Rethinking energy 2017 by IRENA. Abu Dhabi, 2017. 130 s.
5. Jenny Hayward, Peter Osman. The potential of wave energy. Canberra Australia published by CSIRO, mart 2011. 18 s.
6. HydroPower report – A guide for Developers and Investors by Internatioanl Finance Corporation. Stuttgart, Germany, 2017. 120 s.
7. Williams Matt. “What is alternative energy?” adlı məqalə. 29 dekabr 2016.
8. Sebahattin Ünalan. Alternatif Enerji Kaynakları. İstanbul, 2010. 66 s.
9. Alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə-Azərbaycan Respublikasının ABOEM üzrə Dövlət Agentliyi. Bakı, 2017. 50 s.
10. Rik DeGunther. Alternative Energy For Dummies. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, Indiana, 2009, 388 s.
11. Gary L. Johnson. Wind Energy Systems Manhattan, KS, May 19,2005. 449 s.
12. Merve Gültuna. Simulation of photovoltaic power plan; Techno-economic and environmental optimization –. Bursa, 2015. 121 s.
13. Muhammet Kayfeci. Alternatif Enerji Kaynakları. İstanbul, 2011. 57 s.
14. http://banker.az/investisiyalarin-t%C9%99hlili/
15. http://www.unienerji.com/arsivler/3803
16. http://www.wwf.org.tr/ne_yapiyoruz/iklim_degisikligi_ve_enerji/yenilenebilirnerji_ve_enerjiverimliligi/kisakisayenilenebilirenerjikaynaklari/

Dünya Üzrə Uşaq Əməyindən İstifadənin Sosial-İqtisadi Əsasları

Arzu Əliyeva

aliyevaarzu3@gmail.com

Xülasə

Məqalədə dünya üzrə uşaq əməyindən istifadənin sosial-iqtisadi əsasları müzakirə olunur, bu sahədə müxtəlif ölkələr üzrə uşaq əməyindən istifadənin xarakterik xüsusiyyətləri təhlil edilir, uşaq əməyindən ən çox istifadə edən ölkələr və həmin ölkələrdəki mövcud sosial vəziyyətin təhlil edilməsi edilməsinin ən vacib problemləri müəyyənləşdirilir. Məqalədə dünya üzrə uşaq əməyinin mahiyyətinin açıqlanması, dünya miqyasında uşaq əməyindən istifadənin səbəblərinin araşdırılması, habelə uşaq əməyindən sui-istifadənin artması ilə ölkənin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasətin qiymətləndirilməsinin təhlili barədə məlumat verilir.

Tədqiqat işində uşaq əməyindən ən çox istifadə edən ölkələr və həmin ölkələrdəki mövcud sosial vəziyyət təhlil edilmiş, uşaq əməyindən sui-istifadənin artması ilə ölkənin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasət qiymətləndirilmiş, Azərbaycanda uşaq əməyi ilə bağlı mövcud problemlər və onların həlli istiqamətləri dəyərləndirilmiş, dövlət başçısı və digər səlahiyyətli şəxslərin bu sahədə həyata keçirdiyi müvafiq tədbirlər, sərəncamlar və qanunlar qiymətləndirilmişdir.

Uşaqlar tərəfindən görülən işlərin hamısı aradan qaldırılması hədəflənən uşaq əməyi kimi təsnif edilməməlidir. Uşaqların və ya yeniyetmələrin sağlamlıqlarına və fərdi inkişaflarına təsir etməyən və ya məktəbdə təhsil almalarına mane olmayan işlərdə iştirakı ümumiyyətlə müsbət hal kimi qəbul edilir. Bura valideynlərinə ev ətrafında kömək etmək, ailə işində kömək etmək və ya məktəb saatları xaricində və məktəb tətilində kömək etmək kimi fəaliyyətlər daxildir. Bu cür fəaliyyətlər uşaqların inkişafına və ailələrinin rifahına töhfə verir, onlara bacarıq və təcrübə verir, yetkin yaşlarında cəmiyyətin məhsuldar üzvləri olmağa hazırlaşmalarına kömək edir.

Açar sözlər: uşaq əməyi, sosial vəziyyət, cəmiyyət, sağlam inkişaf, uşaq alveri.

Giriş

Uşaq əməyindən istifadənin qarşısını almaq hazırda dünya ölkələrini düşündürən ən başlıca məsələlərdəndir. Uşaqların vaxtından əvvəl fiziki əməyə cəlb olunması onların sağlamlığına və gələcək inkişafına böyük zərbə vurur. Onların qeyri-qanuni əməyə cəlb edilməsi isə bu zərəri daha da artırır. Bu problem hazırda bütün dünyada aktual olaraq qalmaqdadır.

Bir sıra ölkələrdə isə, gənclər və uşaqlar, mənsub olduqları ölkələrdəki ümumi əhalinin yarısını təşkil edir. Beləliklə, böyük və ya kiçik olmasından asılı olmadan, biznes strukturlarının uşaqlar ilə qarşılıqlı əlaqədə olmağı və onların həyatına dolayı və birbaşa yolla təsir göstərməsi qaçınılmaz hal alır. Uşaqlar çalışanların ailə üzvləri, istehlakçılar, gənc çalışanlar, həmçinin biznes liderləri, gələcəyin çalışanları kimi mövcud olan biznes strukturlarının əsas tərəfləri arasında yer alır. Bununla bərabər, onlar biznes strukturlarının fəaliyyətdə olduğu mühit və icmaların da başlıca üzvləridir.

Biznesin uşaqlardakı təsiri uzun-müddətli, hətta sarsılmazdır. Uşaqlıq sürətli formada baş verən fiziki və psixoloji inkişaf dövrüdür. Bu dövrdə gənc insanların əqli, emosional və fiizki sağlamlığı və rifahı müəyyən təsir nəticəsində həmişəlik yaxşı və yaud pisə doğru istiqamətlənə bilər. Uşağın bu formalı inkişaf dövrləri müddətində təmiz su, ərzaq, sevgi və qayğı ilə təmin olunması onun yaşaması, sağlamlığı üçün böyük əhəmiyyət daşıyır.

Dünya Üzrə Uşaq Əməyinin Formaları

Uşaqlıq bəşəriyyətin sağlam və təhlükəsiz inkişafı üçün həssas dövrdür. Ona görə ki, onuşaqlarlar hələ böyüyür, uşaqların özünəməxsus xarakterləri və ehtiyacları mövcuddur, bu müddətdə bədən quruluşu, həmçinin idrakları inkişaf edir. Acınacaqlıdır ki, günümüzdə dünyanın müxtəlif

dövlətlərində uşaqlar müxtəlif zorakı işlərə məruz olunur, onlar kimyəvi, fiziki, gigiyena və psixoloji, bioloji risklərə məruz qalırl Buna kasıb yaşayış şəraiti, uzun iş saatı də əlavə edilərsə, demək olar ki, zədələnmə, ciddi xəstəlik, hətta ölüm riskiylə qarşılaşırlar.

Uşaq əməyinin müxtəlif formaları mövcuddur. Uşaqlar kənd təsərrüfatı işlərində, inşaatda, ev təsərrüfatında, manufakturada işlədilir, eləcə də küçələrdə dilənçiliyə məcbur edilirlər. Dünyanın bir sıra nöqtələrində müharibələr zamanı azyaşlılar əsir alınır. Bəzi uşaqlar isə valideynlərinin borclarına görə zorla işlədilirlər. Bunlar uşaq əməyinin mənfi formalarıdırlar, hansı ki, onlar zərərlidirlər, uşaqların mənəvi aləminə zərbə vururlar, uşağın hüquq və azadlıqlarını məhdudlaşdırır.

Uşaqları qorumaq məqsədilə qeyri-qənaətbəxş qanunverici, siyasi mühafizə, uşaq əməyi ilə bağlı ümumilli qanunlar uşaqları qorumaq üçün uğursuz olduğu halda davam edir (Çələbiyev, 2005: 34).

Dünyada:

- 18 yaşına çatmamış 2.2 milyard uşaq yaşayır-bu isə təqribən dünyadakı ümumi əhalinin üçdə biri qədərdir.
- 10-19 yaş arasında olan yeniyetmələr ümumi əhalinin 18 faizini təmsil edir.
- 1 milyard uşaq həyatda qalıb yaşamaq və inkişaf etmək üçün zəruri olan bir və ya daha çox xidmətdən məhrumdur.
- Dünyada 15 yaşına çatmamış 2 milyon uşaq İİV ilə yaşayır.
- 215 milyon uşaq, uşaq əməyi ilə məşğul olur.
- 101 milyon uşaq ibtidai məktəbə getmir.
- 51 milyon uşaq doğum zamanı qeydiyyata alınmır.

Mərkəzi Cenevrədə yerləşən Beynəlxalq İş Təşkilatının (BİT) bu problemlə bağlı apardığı araşdırmada bir çox məqamlar üzə çıxıb.

Araşdırma zamanı işləməyə məcbur edildikləri üçün fiziki və ruhi zərər çəkən 18 yaşdan aşağı uşaqların sayının milyonlarla ölçüldüyü məlum olub. Ara-sıra valideynlərinə təsərrüfat işlərində kömək edən və qəzet paylayan şagirdlər bu kateqoriyaya daxil edilməyib.

BİT-in təxminlərinə görə, 2018-cı ildə dünyada 5-17 yaş aralığında olan 218 milyon uşaq fiziki əməklə məşğul olmuşdur. Onlardan 152 milyonunun zoraki işlədildiyini deyən BİT bu kateqoriyaya daxil olanların yarısının 12 yaş və ondan aşağı olduğunu açıqlayıb. Bu, həm də məktəblilərin təhsildən yayınması deməkdir.

Araşdırmaya əsasən, ən acınacaqlı vəziyyətin Afrikada olduğunu deyə bilərik. BİT burada hər beş uşaqdan birinin əməyinin istismar olunduğunu qeyd edir.

Əgər hələ də uşaqlar, xüsusilə də məktəblilər kölə halına salınır, ferma, dükan, fabrik və şəxsi evlərdə işləməyə məcbur edilir, hətta bəzən heyvanlardan daha ucuz alınıb satılırlarsa, bu, insanlıq adımızda hələ də bir ləkənin olması deməkdir.

1973-cü ildə BİT tərəfindən qəbul edilən, işləmək üçün vacib sayılan minimum yaş həddini əhatə edən qanun bir çox ölkələr tərəfindən qəbul edilməyib.

1999-cu ildə BİT uşaq əməyinin ən pis tərəflərinə toxunan başqa bir müqavilə hazırlayıb. 181 dövlətin imzaladığı müqavilə uğurlu alınıb.

2018-cı ildə əvvəlki illərlə müqayisədə işləyən uşaqların sayı təxminən, 134 milyon azalsa da, BİT problemin aradan qaldırılması üçün qadağaların kifayət etməyəcəyi planlaşdırır (https://www.worldvision.org › child-labor-facts, 2019).

Əmək Məcəlləsinin tələblərinə əsasən vətəndaş işə götürən ilə vətəndaş arasında əmək müqaviləsi bağlandığı təqdirdə işləyə bilər. 15 yaşından 18 yaşa kimi uşaqların işləməsi üçün isə valideyinlərin razılığı mütləq olmalıdır. Valideyinlərin razılığı birmənalı formada tələb edilir. Müqavilə bağlanan vaxt bu razılıq orda qeyd edilir.

Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyi uşaq əməyindən istifadə etməyi qəti şəkildə qadağan edir. Bu həmçinin beynəlxalq standartlarda da öz əksini tapmışdır. Uşaq Hüquqları Haqqında Bəyənnamədə və Avropa İnsan Haqları Məhkəməsinin konvesiyasında uşaqların məcburi şəkildə əməyindən istifadəsinin qadağan edilməsi haqqında maddə var. Uşağ əməyindən istifadə ilə əlaqədar dövlətlərin bu faktlara göz yummaması məqsədilə kifayət qədər qərarlar mövcuddur. Bizim ölkədə də qanunvericiliyə əsaəsn uşaq əməyindən istifadə etməkdən söhbət belə gedə bilməz.

Uşaq Hüquqları Konvensiyasına görə, uşaq əməyinin istismarı qadağan olunub.

Buna baxmayaraq, dünyada elə ölkələr var ki, orada zavodlarda, fabriklərdə və fermer təsərrüfatlarında uşaq əməyindən istifadə edilir. Bu gün iqtisadiyyatı zəif olan ölkələrdə 250 milyondan çox azyaşlı uşaq işləyir.

Beynəlxalq təşkilatların məlumatlarına görə, dünyada uşaq əməyinin istismarına Asiya ölkələrində 153 milyon, Afrikada 80 milyon, Cənubi Amerika ölkələrində isə 17 milyona qədər azyaşlı uşaq məruz qalır. Həmin uşaqlar dözülməz şəraitdə işlədilir və bir çox hallarda onlar öz sağlamlıqlarını itirirlər. Əksər hallarda azyaşlılar fahişəliyə və hərbi konfliktlərə cəlb edilirlər.

Uşaq əməyinin istismarı hallarının 69 faizi kənd təsərrüfatı sahəsinin payına düşür. Uşaqlar bu sahədə əsasən tütün, pambıq, düyü və kakao yığımında istifadə olunurlar. Myanma uşaq əməyinin istismarına görə ilk yeri tutur.

Bundan başqa Hindistan, Braziliya, Banqladeş, Çin, Filippin, Nepal, Somali, Şimali Koreya, Şri-Lanka, Əfqanıstan və Pakistan da bu siyahıya daxildir. Myanmada 7 yaşına çatmış hər üç uşaqdan biri işləyir. Bu uşaqlar çox ağır işlərdə çalışırlar. Yaxın günlərə qədər uşaq əməyi hərbi sahədə də istifadə edilirdi. Uşaqlar orduda təmizlik işləri və yük daşımaqla məşğul olurdular.

Bundan başqa, uşaqlardan canlı sipər kimi də istifadə olunur. Beynəlxalq təşkilatların təzyiqindən sonra Myanma uşaq əməyini yüngülləşdirməyə məcbur edilib. İndi bu ölkədə uşaqlar yalnız tikinti sahəsində çalışırlar. Tikinti sahəsində 8 yaşlı qız uşaqları 20 kiloqramlıq sementlə dolu qabları daşımağa məcbur edilirlər. Bu sahədə əsasən ailəvi çalışırlar və əmək haqları da valideynlərə verilir. İşləmək məcburiyyəti bu ölkədə azyaşlı uşaqların 40 faizini təhsil almaq imkanından məhrum edib.

Əgər azyaşlı uşaqlar valideynləri tərəfindən başqa ölkəyə satılırsa, belə uşaqlar şanslı uşaqlar sayılırlar. Çay plantasiyalarında çalışmaq uşaqlar üçün təhlükəsiz və prespektivli iş sayılır. Hindistanda uşaq əməyindən qızıl mədənlərində, kakao yığımında və paltarların tikilməsində istifadə edilir. Bu ölkədə kasıb ailələr öz uşaqlarını 5 yaşından qul kimi satırlar. Banqladeşdə 18 yaşına qədər insanların 18 faizi günü 1 dollara yaşamağa məcburdur. Bu ölkədə 12 saat uşaq əməyinə görə 1.7 dollar pul verilir. Dünyanın lider istehsalçıları da uşaq əməyindən istifadə edirlər. Hindistanın "Monsanta" korparasiyasını və Çinin "Peqatron Group" kompaniyasını buna misal göstərmək olar.

Yeyinti sənayesinin liderlərindən olan "Nestle" də uşaq əməyinin istismarında günahlandırılır. Azyaşlıların əməyi şokolad hazırlanmasında istifadə edilən kakao plantasiyalarında da istifadə edilir.

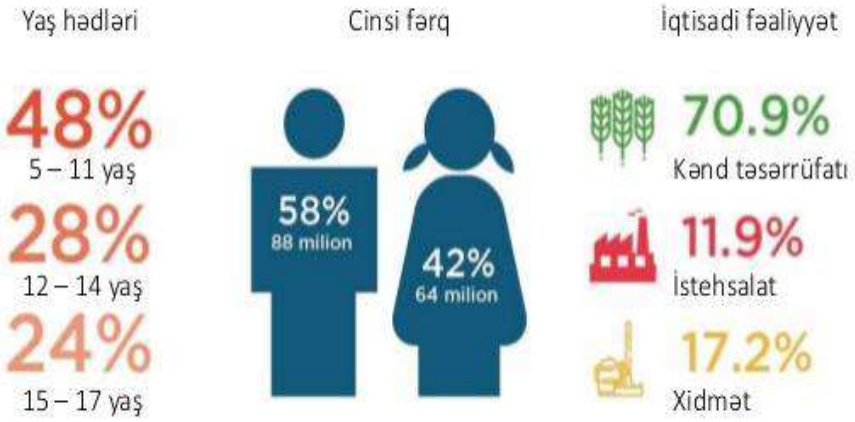
Uşaq Əməyinə Qarşı Mübarizə İlə Bağlı Görülən Tədbirlər

Uşaq əməyi ilə əlaqədar Azərbaycan Qanunvericiliyi aşağıda göstərilən şəkildə tənzimlənir: "İnzibati Xətalar Məcəlləsinin 192.1-maddəsində qeyd edilir ki, fiziki şəxslər 3000-5000 manata kimi cərimə olunur, ancaq hüquqi şəxslər 20000-25000 manata qədər cərimə olunur. Əgər bu çox sayda olarsa cinayət məsuliyyəti yaranır. Cinayət məcəlləsinin162-1 maddəsinə əsasən 3-7 ilə qədər məsuliyyəti var. Əlavə olaraq isə 10000 manata qədər cərməsi var.

Milyonlarla uşaq dünyanın bir çox ölkəsində xoşbəxt uşaqlığın nə olduğunu bilmir. Onlar ölkələrinin iqtisadiyyatı zəif olduğu üçün işləməyə məcburdurlar (Səfərli, 2016:5) .

Uşaq əməyi ilə bağlı BMT-nin 2018-ci il hesabatında bildirilir ki, əhalisi aşağı gəlirləri olan ölkələrdə 15 yaşına qədər uşaqların 20-30 faizi təhsilini yarımçıq qoyaraq işləməyə başlayırlar və onların böyük bir hissəsi istismara məruz qalır. Beynəlxalq Əmək Təşkilatının yeni hesabatında qeyd olunur ki, hazırda dünyada 168 milyon uşaq açından ölməmək üçün işləməyə məcbur qalıb. Onlardan 120 milyonu 5-14 yaşındadır. 5 milyona yaxın uşaq isə qul əməyinə bərabər şərtlərdə çalışır. 15-17 yaşlarında 47,5 milyon uşaq isə şaxtalarda, sahələrdə həyat üçün təhlükəli olan şəraitdə yaşayır. Uşaqların çox hissəsi ferma və plantasiyalarda istismar olunur (http://strateq.az/%C6%8Fsas/6171/usaq-%C9%99m%C9%99yi-il%C9%99-bagli-color-red-bmt-d%C9%99n-d%C9%99hs%C9%99tli statistika.html, 2018).

Şəkil 1. Uşaq əməyindən istifadə, 2018



Mənbə: https://ourworldindata.org › child-labor, 2018

UNİCEF küçədə işləyən uşaqları ailələri ilə münasibət dərəcəsinə görə bir neçə qrupa ayırır (Gartner, Manfred, 2011: 34):

I qrup: ailələriylə daim münasibətləri olan uşaqlar günlərini küçədə işləyərək keçirsələr də, ailələrinin qoruması, nəzarəti altındadırlar.

II qrup: ailələriylə zaman-zaman münasibət quran "küçə uşaqları". Həmin uşaqların ailə bağları zəifləsə belə, tamamilə qopmayıb. Özlərini hələ də ana-atalı, bacı-qardaşlı hesab edirlər. Ailələri olmalarının demək olar ki, fərqindədirlər. Onlar gün ərzində küçədə bir şeylər sataraq keçirsələr də, gecələr çox zaman evlərində olurlar.

III qrup: ailələri ilə heç bir münasibəti olmayan, işləyən uşaqlar. Bu uşaqlar əsasən cəmiyyətin ən yoxsul təbəqəsinin, dağılmış ailənin uşaqlarıdır. Onlar ailələrindən zorla, yaxud da öz istəkləri ilə ayrılmışlar. Günün 24 saatını küçədə keçirirlər. Evindən qovulan, qaçan, ailəsi olmayan və yaxud ailəsi tərəfindən ümumiyyətlə nəzarət edilməyən uşaqlar üçün də küçələr ikinci ev hesab edilir.

UNİCEF-in apardığı araşdırmalarda qeyd edilib ki, küçələrdə işləyən və yaşayan uşaqları gözləyən risklər aşağıdakı kimidir (Bourdillon, Levison, Myers, 2010: 55):

a) istismara məruz qalma;

b) içki, siqaret, müxtəlif növ narkotikdən asılılıq ehtimalı;

c) fiziki və zehni inkişafdakı geriləmə;

d) döyülmə, yaralama və ölümlə nəticələnən fiziki təzyiqlər;

e) qəsbkarlıq, oğurluq kimi cinayətləri həyata keçirməyə meyllilik;

f) fiziki qəzalara uğrama ehtimalı;

g) psixoloji problemlər.

Küçədə işləyən uşaqlar əsasən ailələrin yanında qalır, gündüz küçələrdə işləsələr də, axşam evlərinə qayıdırlar. Amma küçədə işləmə şərtləri onların psixi-sosial inkişaf və təhsil durumlarına mənfi təsir edir. Uşaqlar küçədə yaşamağa təhrik edilməsə, məktəbi atan və küçədə işləyən uşaqların da sayı azalacaq, onların cinsi istismara uğrama riski aşağı düşəcək, yüksək risk altındakı, aşağı gəlirli ailələrin ailədaxili münasibətlərində ümumi bir yaxşılaşma və yeniyetmələr üçün daha yaxşı, sosial inkişaf təmin ediləcək (Cigno, Rosati, 2005:56).

2016-cı ilin göstəricilərinə görə, dünyada uşaq işçilərin sayı 168 milyondur. Onların 85 milyonu təhlükəli iş sahələrində çalışır. Sonuncular arasında ən yaxşı iş şərtləri valideynlərinə aid iş sahələrində çalışanlardır. Amma atasının tarlasında, mağazasında işləyən uşaqların heç biri maddi gəlir əldə etmir. Bu isə uşaq əməyinin istismarı sayılır.

Ümumdünya Uşaq Əməyinə Qarşı Mübarizə Günü BƏT tərəfindən təsis edilib və hər il iyunun 12-də qeyd edilir. Bu gününü təqvimə daxil olunması təşəbbüsü 1997-ci ildə Osloda və Amsterdamda keçirilən "Uşaq əməyinin pis formalarıyla mübarizə" və "Uşaq əməyiylə mübarizəyə dair" mövzulara əsasən keçirilən beynəlxalq konfranslarda irəli sürülmüşdür.

Beynəlxalq Əmək Təşkilatı ilk dəfə Ümumdünya Uşaq Əməyinə Qarşı Mübarizə Gününü 2002-ci ildə qeyd etmişdir. Təşkilatın başlıca hədəfi-diqqətin həmin problemə istiqamətləndirilməsi və onun ləğvinə nail olmaqdır. İyunun 12-də demək olar ki, hər il bütün ölkələrdən olan hökumət, qeyri-hökumət təşkilatlarının nümayəndələri, əmək müəssisələri, işəgötürəənlər, eləcə də bütün dünyadan milyonlarla insan uşaq əməyiylə mübarizə istiqamətində səylərini birləşdirir (Neil, 2004:29).

Uşaq əməyinə və istismarına qarşı mübarizə problemləri ilə bağlı məlumatlılığın çoxaldılması və ictimaiyyətin səfərbərliyi üçün hər il iyunun 12-də ictimai təşkilatlar və hökümət tərəfindən müxtəlif tədbirlər keçirilir, rəsm sərgiləri, tamaşalar, informasiya kompaniyaları təşkil olunur

(https://azertag.az/xeber/Iyunun_12_si_Umumdunya_Usaq_Ameyine_Qarsi_Mubarize_Gunudur-1171683, 2018).

Beynəlxalq Əmək Təşkilatının məlumatına görə, bütün dünyada 250 milyondan çox 5-14 yaşlarında olan uşaqlar işləməyə məcburdurlar. Ümumilikdə isə beynəlxalq aləmdə uşaqların durumu ilə tanış olarkən çox ağır mənzərə ortaya çıxır. Dünyada 18 yaşına çatmamış 2,2 milyard uşaq yaşayır ki, onun da 215 milyonu uşaq əməyi ilə məşğul olur.

- UNİCEF, The Global Compact və Save the Children təşkilatlarının birgə rəyinə görə,
- 51 milyon uşaq doğum zamanı qeydiyyata alınmır,
- 101 milyon uşaq ibtidai məktəbə getmir,
- 15 yaşına çatmamış 2 milyon uşaq isə İİV (İnsanın immun çatışmazlığı virusu) ilə yaşayır.

Həmçinin, 1 milyard uşaq həyatda qalıb yaşamaq və inkişaf etmək üçün zəruri olan bir və ya daha çox xidmətdən məhrumdur (Mənsimov, 2013: 4).

Uşaq əməyindən istifadənin bəzi müsbət cəhətləri mövcuddur. 18 yaşına çatmamış şəxslər onlar üçün müəyyən edilmiş qanunla çərvisində işləyə bilər. Bu isə birbaşa ölkə iqtisadiyyatına müsbət göstərir.

Qanunvericiliyə əsaəsn, gəncləri istehsalata hazırlamaq məqsədilə orta ümumtəhsil məktəblərinin, liseylərin, peşə məktəblərinin və orta ixtisas tədris müəssisələrinin 14 yaşına çatan şagirdlərinin istehsalat təlimi keçirilməsi məqsədilə dərsdən asudə vaxtda yüngül işlər yerinə yetirməklə, valideynlərin razılığı ilə işə qəbul olunmasına yol verilir.

Beynəlxalq Əmək Təşkilatı “Walk Free Foundation” və Beynəlxalq Miqrasiya Təşkilatı ilə birgə köləlik hesabatı hazırlamışdır. Hesabatda 2016-cı ilə 40 milyona yaxın insanın köləliyə məhkum olduğu açıqlanır.

Qeyd olunur ki, köləliyə məhkum 40 milyon insanın 25 milyonu məcburi əməyin, 15 milyonu isə zorakı nikah qurbanıdır. Kölə vəziyyətinə salınan insanların çoxu qızlar və qadınlardır (29 milyon nəfər). Sənədə əsasən, dünyada 5-17 yaşlı 152 milyon uşaq zorla işləməyə məcbur edilib. Bu hal ən çox Afrikada yayılıb. Uşaq əməyindən əsasən kənd təsərrüfatı sahəsində istifadə olunur. Xüsusilə az inkişaf etmiş ölkələrdə 5 yaşından 17 yaşa qədər olan hər 4 uşaqdan biri sağlamlıq və inkişaf üçün zərərli sayılan yerlərdə işlədilirlər. BMT-nin Qlobal İnsan Alveri hesabatına əsasən insan alverinin qurbanlarının 20%-i uşaqlardır.

Metod

Tədqiqat işinin tədqiqi prosesində iqtisadi-statistik təhlil, qruplaşdırma və müqayisə, müşahidə, məntiqi və elmi ümumiləşdirmə, müqayisəli və sistemli təhlil, analiz metodlardan istifadə olunacaq.

Analiz

Dünya üzrə uşaq əməyindən istifadənin və ölkəmizdədə bu mövqeyin qiymətləndirilməsi aktuallığı hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Paralel olaraq, bu mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat önəmli xarakter daşıyır.

Nəticə

Nəticə olaraq qeyd edə bilərəm ki, uşaq əməyi kompleks problemdir və ona çoxsaylı faktorlar təsir göstərir. Uşaqları işləməyə məcbur edən başlıca səbəb kasıblıqdır. Kasıb ailələr ümumi gəlirlərinin

böyük bir hissəsini yeməyə sərf edirlər, buna baxımdan da uşaqların işləməsi onlar üçün sanki çıxış yolu rolunu oynayır. Kasıbçılıq uşaq əməyinin yeganə səbəbi deyildir. Bəzi ölkələrdə başqa mənfi təzahürlər də uşaq əməyindən istifadəyə yol açır. Araşdırmalara əsasən, dünyada 5-17 yaş arası işləyən uşaqların ümumi sayı 218 milyon təşkil edir. Onların 73 milyon nəfəri təhlükəli şəraitdə çalışır.

Uşaq əməyinin və istismarın davamlı olması milli iqtisadiyyatlar üçün təhlükə yaradır və uşaqlar üçün təhsildən imtina və fiziki və əqli sağlamlığa xələl gətirmək kimi qısa müddətli və uzun müddətli ağır mənfi nəticələrə səbəb olur. Uşaq əməyinin mənfi cəhətləri uşaq kölәliyinin, uşaq fahişəliyinin, uşaq alverinin və s. nin yayılmasıdır.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin uğurlu sosial siyasətinin prioritetlərindən biri olaraq, ölkəmizdə uşaqların müdafiəsi, uşaqların sağlam və firavan şəkildə böyüyərək layiqli vətəndaş olaraq yetişmələri üçün kompleks tədbirlər reallaşdırılır. Bu tədbirlərin müəyyən istiqaməti də uşaq əməyindən istifadəyə qarşı mübarizəyə yönəlmişdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Çələbiyev N.Z., (2005) “Uşaq psixologiyası”, Bakı, “Elm”, 253 səh.
2. Mənsimov E.T., (2013) “Gələcəyimiz olan uşaqları qoruyaq”, Bakı, “Azərbaycan” qəzeti, 426 səh.
3. Səfərli A.S., (2016) “Azyaşlı uşaqların istismar edildiyi ölkələr”, Bakı, “Müsavat” qəzeti, 530 səh.
4. Bourdillon M.T., Levison D.T., Myers W.S., (2010) “Rights and Wrongs of Children's Work”, Rutgers University Press, 243 p.
5. Gartner T.A., Manfred M.F., (2011) “Labor Market Integration and Its Effect on Child Labor”, Atlantic Economic Journal, Vol. 39, № 2, 684 p.
6. Neil M.N., (2004) “Universal Moral Principles and the Law: The Failure of One-Size-Fits-All Child Labor Laws”, Houston Journal of International Law, Vol. 27, № 1, 356 p.
7. http://strateq.az/%C6%8Fsas/6171/usaq-%C9%99m%C9%99yi-il%C9%99-bagli-color-red-bmt-d%C9%99n-d%C9%99hs%C9%99tli-statistika.html, 2018
8. https://azertag.az/xeber/Iyunun_12_si_Umumdunya_Usaq_Ameyine_Qarsi_Mubarize_Gunudur-1171683, 2018
9. https://ourworldindata.org › child-labor, 2018

Xidmətlərin Sosial-İqtisadi Mahiyyəti

Fəqan Eyvazov

fegan.eyvazovv97@gmail.com

Xülasə

Müasir dünya iqtisadi sistemi həm struktur dəyişiklikləri ilə əlaqədar olaraq, həm də müxtəlif sosial amillərin təsiri altında ciddi dəyişikliklərə məruz qalır. Çevrilmə inkişaf etmiş ölkələrdə aparıcı iqtisadi sahə xidmət sahəsidir. Xidmət istehlakının genişlənməsi 21-ci əsrin əvvəllərində iqtisadi həyatda ən əlamətdar hadisələrdən biridir. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) məlumatına görə, qlobal ümumi məhsulda xidmətlərin payı 60% -dən çoxdur. Müasir xidmətlər bazarı təkcə maddi istehsal məhsulları ilə müqayisədə üstələyən artım tendensiyası ilə deyil, eyni zamanda xidmətlərin şaxələndirilməsində artan meyllə də xarakterizə olunur. Son onilliklər kompüter informasiya texnologiyaları və telekommunikasiya sahəsində yeni xidmət növlərinin yaranması ilə əlamətdardır. Ümumiyyətlə, xidmət bazarı xüsusi iqtisadi, texniki, mühəndis və digər biliklərin tətbiq olunmasını tələb edən yüksək texnoloji xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsi ilə xarakterizə olunur. Xidmətlər sektorunun inkişafının miqyası və dinamikliyi, onun iqtisadi orqanizmdə və cəmiyyətin sosial həyatındakı rolu təbii olaraq elmi cəmiyyət tərəfindən davamlı maraq artmasına səbəb olmuş, xidmət sektorunu iqtisadi tədqiqatlarda prioritet tədqiqat obyekti halına gətirmişdir. Bu, yuxarıda göstərilən meyllər, eləcə də müasir iqtisadi elmlərin xidmət adlanan müəyyən bir məhsulla bağlı çoxlu bilik toplamaması ilə tam izah olunur. Həm maddi (maddi) malların və xidmətlərin ticarət dövriyyəsi uzun tarixə malikdir. Bununla birlikdə, yalnız son onilliklərdə xidmətlərin istehsalı və satışı sahəsində iqtisadi münasibətlərin xüsusiyyətlərinin öyrənilməsinə kifayət qədər diqqət yetirilmişdir.

Açar sözləri: ÜTT, sosial, ticarət

Giriş

Xidmət sektoru ictimai həyatın ən vacib sahələrindən biridir və fəaliyyətimizin bütün sahələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu baxımdan xidmət fəaliyyətləri insanların maddi dolanışıqlarında rol oynayır, burada müxtəlif mənəvi fəaliyyətləri həyata keçirilir (Abbasov, 2013).

Xidmət sektoru bir tərəfdən əhaliyə göstərilən xidmətlərin çeşidi, digər tərəfdən xidmət fəaliyyətlərinin bir hissəsi olaraq istehlakçılara maddi və sosial-mədəni xidmətlər göstərən təşkilatlar və fərdi icraçıların birləşməsidir (Hacıyev, 2011).

Xidmət fəaliyyətinin məqsədi insanların sosial və fərdi ehtiyaclarını ödəməkdir və xidmət fəaliyyətinin nəticəsi şəhər və kənd insanlarının həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmaqdır (Иванова, 2018).

Beləliklə, 21-ci əsrdə xidmət insan fəaliyyətinin geniş miqyaslı bir sahəsinə çevrildi. Demək olar ki, inkişaf etmiş və inkişaf edən bütün ölkələrin iqtisadiyyatında xidmət sahələrinin əhəmiyyəti kəskin artmışdır. Azərbaycanda xidmət fəaliyyəti mindən çox müxtəlif növ xidmətlər ilə təmsil olunur (Салин, 2012).

Xidmət Sektorları

Xidmət sektorunun yeri və rolu bir sıra amillərlə müəyyən edilir, o cümlədən (Abbasov, Məmmədov, Cabbarov, 2017):

- xidmətlər sektorunun cəmiyyətin sosial-iqtisadi sisteminin inkişafına mühüm töhfəsi;

- bir çox maddi malların istehsal səmərəliliyinin və bazarın təşviqi xidmət səviyyəsindən əhəmiyyətli dərəcədə asılılığı;

- yüksək texnoloji məhsulların və innovativ texnologiyaların inkişafı, istehsalı və satışı ilə əlaqədar xidmətlərin iqtisadiyyata artan təsiri;

- xidmət sahəsinin əhalinin həyat keyfiyyətinin göstəricilərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsiri.

Xidmət sektorunun inkişafı sosial əmək bölgüsü və nəticədə xidmətlərin göstərilməsi üçün iqtisadi sistemin əlaqələrinin ixtisaslaşması, istehsalın maddi və qeyri-maddi elementlərinin inteqrasiyasının güclənməsi ilə əlaqədardır. Son onilliklərdə qlobal miqyasda xidmətlər sektorunun inkişafında müəyyənedici amillər elmi və texnoloji inqilab və maddi istehsalın struktur və texnoloji yenidən qurulmasıdır. Bununla yanaşı, dünya iqtisadiyyatının hazırkı inkişaf mərhələsi xidmət sektorunda ölkələrarası, rayonlararası və sahələrarası əlaqələrin güclənməsi, bütün səviyyələrdə baş verən proseslərin intensiv məlumatlandırılması, istifadə olunan texnologiyalar və idarəetmədə innovativlik ilə səciyyələnir.

Təqdim olunan xidmətlərin çeşidinin genişlənməsinə və onların həcminin artmasına mühüm stimullaşdırıcı təsir əhalinin müəyyən xidmət növlərinə olan tələbatının və istehsalın artan fərdiləşməsidir.

Eyni zamanda, Azərbaycandakı xidmət sektoru, ictimai xidmət sektoru təşkilatlarının istehlak tələbi xüsusiyyətlərinin dəyişməsinə zəruri uyğunlaşma olmaması, xidmət sektoru təşkilatları arasındakı rəqabətin çox aşağı səviyyədə olması və bunları tənzimləyən bir sıra qanunvericilik və tənzimləmə bazasının mükəmməl olmaması və ya xidmət sektoru təşkilatlarının fəaliyyətinin digər aspektləri, xidmət sektoru təşkilatları üçün rəhbər kadr və mütəxəssislərin hazırlanması kimi amillərə mənfi təsir göstərir.

Xidmətlərin geniş spektri və çeşidi, habelə istehlakçılara təqdim etmə üsulları və alətlərindəki fərqlər "xidmət" anlayışının təfsirinə vahid yanaşmanın olmamasını müəyyənləşdirir.

Gündəlik həyatda "xidmət" anlayışı ən geniş mənada istifadə olunur; hər hansı bir mövzuya kömək (fayda) gətirən bir hərəkət kimi başa düşülür (Бабаев, 2013).

Elmi planda xidmətin tərifinə dair müxtəlif baxışlar əsasən onu ya müvafiq əmək fəaliyyətinin nəticəsi, ya da birbaşa fəaliyyətin özü kimi nəzərdən keçirməkdən ibarətdir.

F. Kotler hesab edir ki, bir xidmət "bir tərəfin digərinə verə biləcəyi və əsasən qeyri-maddi olan və bir şeyin götürülməsinə səbəb olmayan hər hansı bir hadisə və ya fayda kimi başa düşülməlidir. Xidmətlərin istehsalı maddi formada mallarla əlaqələndirilə bilər və ya olmaya bilər." (Johnson, Clark, 2001).

Xidmət sektoru sosial-iqtisadi sistem subyektlərinin fəaliyyət sahəsidir, funksional məqsədi fiziki və hüquqi şəxslərin müvafiq xidmətlər göstərərək ehtiyaclarını ödəməkdir.

Xidmət istehsalçıları (istehsalçıları) aşağıdakılardır (Hacıyev, Əliyev, 2002):

- xidmətlərin göstərilməsinə tam diqqət yetirən təşkilatlar;
- xidmətlər göstərən, lakin ümumiyyətlə fərqli bir funksional məqsədi olan təşkilatlar;
- fərdi xidmət təminatçıları.

Xidmət sektorunda, maddi istehsal sahəsində olduğu kimi, müəyyən bir məhsul istehsal olunur. Xidmət, fiziki və ya hüquqi şəxslərin xüsusi ehtiyaclarını ödəmək üçün hazırlanmışdır, tələb varsa, xidmət satıla və ya satıla bilər. Beləliklə, bir xidmət klassik mənada məhsuldur.

Eyni zamanda, bir xidmət, müəyyən bir məhsuldur, xidmət sahəsindəki idarəetmə sistemini formalaşdırarkən nəzərə alınmalı olan aşağıdakı əsas xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir:

1. Xidmətlərin istehsalı və istehlakının davamlılığı. Xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsi onların istehsalı və istehlakı proseslərinin zaman və məkan fasiləsizliyi ilə xarakterizə olunur. Və bu mənada həm istehsalçılar, həm də xidmətlər istehlakçıları müvafiq idarəetməni tələb edən istehsal prosesi sayıla bilər. Bir tərəfdən xidmət istehsalçıları və istehlakçıları arasında birbaşa əlaqə xidmət sektorundakı təşkilatların seçiminə, təliminə (ünsiyyət bacarıqlarının inkişaf etdirilməsinə) və işçilərin həvəsləndirilməsinə lazımi diqqət yetirilməsini zəruri edir. Digər tərəfdən, istehlakçıların istehsal prosesinə cəlb edilməsi, xidmətlərin göstərilməsi prosesindəki fəal rolu onun səmərəliliyinə və beləliklə xidmət sənayesi təşkilatlarının fəaliyyətinin nəticələrinə təsir göstərir.

Bu mövqelərdən, xidmət sənayesi təşkilatlarının vəzifəsi istehlakçılara rahat şərait yaratmaq, xidmət göstərmək prosesi ilə əlaqəli bilik və səriştələrdən istifadə etməkdir.

Bununla yanaşı, xidmət sektorunun müəyyən sahələrinin sənayeləşməsi baş verdikdə xidmətlərin istehsal mərhələsi onların istehlak mərhələsindən ayrılır.

2. İnanılmazlıq. Alınmadan əvvəl ehtiyacları ödəmək üçün bir xidmət göstərmək, üstünlük və mənfi cəhətlərini nümayiş etdirmək, sınaqdan keçirmək, qiymətləndirmək çətindir. Bir sıra xidmətlərin göstərilməsi prosesi maddi elementlərin istifadəsini əhatə etməsinə baxmayaraq, bir xidmətin göstərilməsi qeyri-maddi. Bu, xidmət istehsalçısına ona inamı artırmaq üçün metodlar hazırlamağı və tətbiq etməyi, xidməti təqdim edən təşkilatın səlahiyyət səviyyəsini əks etdirən maddi sübutlardan istifadə etməyi və istehlakçının alış-verişdə aldığı üstünlükləri nümayiş etdirməsini tələb edir.

3. Keyfiyyətin dəyişkənliyi. Xidmətlərin bu xüsusiyyəti xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsinin təmin edilməsi prosesinin xidmət istehsalçısının və onun istehlakçısının birbaşa təması ilə əlaqəli olması ilə əlaqədardır. Bu qarşılıqlı əlaqənin nəticəsi və müvafiq olaraq göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti həm sabit amillərdən (ilk növbədə peşə hazırlığı, o cümlədən xidmət sektoru təşkilatlarının işçilərinin ünsiyyət qurma bacarıqları) və bir sıra dəyişkən amillərdən asılıdır. Sonunculara işçinin fiziki və psixoloji durumu, fərdi xüsusiyyətləri, istehlakçı ilə münasibətlərin xarakteri və s.

4. Qeyri-konservasiya. Xidmətin bu xüsusiyyəti, onun istehsalı və istehlakı prosesinin davamlılığı ilə əlaqədardır. Bundan əlavə, xidmət maddi bir maddə olmadığından, xidmət bazarında tələb dinamikası nəzərə alınmaqla, gələcəkdə həyata keçirilməsi üçün xidmətlər ehtiyatlarının yaradılması imkanını istisna edən maddi məhsuldan fərqli olaraq qorunub saxlanıla bilməz. Bununla əlaqədar xidmət sektoru təşkilatları istehsal güclərinin proqnozlaşdırılan tələbata maksimum uyğunlaşdırılmasına yönəlmiş tədbirləri həyata keçirməli, xidmətlərin tanıtımını təşviq edən qiymət sahəsində də effektiv strategiya hazırlamalı və həyata keçirməlidirlər.

5. Xidmətlərin göstərilməsində əmlak münasibətlərinin spesifikliyi. Xidmətlərin istehlakçıları ümumiyyətlə sahiblərinə çevrilmirlər, çünki onlar xidmətin istənilən maddi elementinə mülkiyyət hüququ almadan istifadə edirlər.

Xidmət sənayesi təşkilatları istehlakçılara icarə hissəsi kimi maddi aktiv istifadə etmək imkanı verdikdə, "icarə" haqqının optimal ölçüsünü tapmağa ehtiyac var. Üstəlik, istehlakçı tərəfindən icarəyə götürülmüş bir obyektin qiymətləndirilməsi meyarları, satın alınma obyekti seçmək meyarlarından çox vaxt fərqlənir, bu da xidmətlərin qiymət siyasətini müəyyənləşdirərkən nəzərə alınmalıdır. Bu, xüsusən təşkilatların maddi və ya qeyri-maddi aktivlərinin icarəyə verilməsi proseslərinə aiddir.

Göstərilən xüsusiyyətlərlə yanaşı, xüsusən də bu kimi xüsusiyyətlər üçüncü tərəf istehlakçılarına göstərilən xidmətin keyfiyyətinə təsiri, onun verilmə müddəti, istehsalçıların və istehlakçıların xidmətin məzmunu barədə məlumatların asimmetriyası və s.

Bir xidmətin yuxarıdakı xüsusiyyətlərinin təzahür səviyyəsi, məzmun istiqamətindən, xüsusən də xidmətlərin təsnifatında əks olunan digər xüsusiyyətlərdən asılıdır.

Xidmət sektoru şirkətində mühasibat uçotunun təşkili və aparılmasında çox vacib bir məsələ uçot siyasətinin qəbul edilməsidir. Bir təşkilatın uçot siyasəti dedikdə onun qəbul etdiyi mühasibat metodlarının məcmusu - ilkin müşahidə, maya dəyəri, cari qruplaşdırma və təsərrüfat fəaliyyəti faktlarının xülasəsi başa düşülür.

Hal-hazırda mühasibat uçotu sistemi qurularkən xidmət müəssisələri maliyyə, vergi və bəzi hallarda idarəetmə uçotunun aparılması zərurəti ilə üzləşirlər. Bu mühasibat uçotu növləri arasında qarşılıqlı əlaqə variantları fərqli ola bilər. Məsələn, maliyyə uçotu vergi və idarəetmə uçotu məlumatlarının yaradılması üçün əsas ola bilər. İri müəssisələrdə vahid mühasibat sistemi yaratmaq demək olar ki, mümkün deyildir. Mühasibat uçotunun müxtəlif növlərinə görə həm mühasibat (maliyyə), həm də vergi və idarəetmə uçotu üçün uçot siyasətini hazırlamaq lazımdır.

Müxtəlif fəaliyyət sahələri üzrə təşkilatlar tərəfindən uçot siyasətinin formalaşdırılması üzərində qurulmuş təcrübə, habelə vergi sahəsində mütəxəssislərin tövsiyələri mühasibat uçotu siyasəti haqqında Əsasnamənin iki müstəqil inzibati sənəd şəklində tərtib edilməsinin qanuniliyini təsdiqləyir: mühasibat (maliyyə) uçot sahəsində təşkilatın uçot siyasəti və uçot siyasətinin təmin edilməsi vergi. Vergi məqsədləri üçün uçot siyasəti Vergi Məcəlləsində gəlir və (və ya) xərclərin müəyyənləşdirilməsi, onların tanınması, qiymətləndirilməsi və bölüşdürülməsi, habelə vergi ödəyicisinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin digər göstəricilərinin vergi məqsədləri üçün uçotu üçün icazə verilən üsulların (metodların) məcmusudur.

Xidmət Sənayesi Müəssisələri

Xidmət sənayesi müəssisələrində, təcrübədən göründüyü kimi, onların arasında kiçik müəssisələrin üstünlük təşkil etdiyini nəzərə alaraq maliyyə, vergi və idarəetmə uçotunun ayrıca idarə edilməsi yüksək mürəkkəblik baxımından qeyri-mümkündür. Bu baxımdan xidmət sektorundakı əksər müəssisə mühasibat (maliyyə) mühasibat uçotu sistemini təşkil edir. Bununla əlaqədar olaraq mühasibat (maliyyə) uçotu məqsədləri üçün uçot siyasətinin formalaşdırılması qaydasını daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Elm adamları M.İ. Cooter, V.R. Zaxaryin, L.M. Polkovsky, I.N.Bogataya, N.N. Khakhonova, mühasibat siyasətinin üç əsas aspekti əhatə etməsinin qənaətindədir: təşkilati, texniki və metodoloji (Полковский, 2002).

Professor P.S.Bezrukiyə görə bir təşkilatın uçot siyasətinin formalaşması prosesi aşağıdakı ardıcıl mərhələlərdən ibarətdir:

1) uçot siyasətinin hazırlanması lazım olan mühasibat uçotu obyektlərinin tərifi;

2) təsiri altında uçot metodlarının seçimi aparılmış faktların müəyyənləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və sıralanması;

3) uçot siyasətinin qurulması üçün ilkin müddəaların seçilməsi və əsaslandırılması;

4) potensial istifadə üçün yararlı şəxsin müəyyənləşdirilməsi;

mühasibat metodunun hər metodu və hər bir uçot obyekti üçün uçot metodlarının təşkili;

5) təşkilatın münasibətlərində istifadə üçün uyğun mühasibat metodlarının seçilməsi;

6) seçilmiş uçot siyasətinin qeydiyyatı.

Bu ardıcıllıqla yuxarıda göstərilən addımların hamısı çox vacibdir: hər bir əvvəlki addım sonrakıların həyata keçirilməsini təmin edir (Демидова, 2006)

Uçot siyasətinin mühasibat uçotu metodologiyasına təsirinin vacibliyini nəzərə alaraq, xidmət sektorunun nümunəsində onun formalaşması prosesinə təsir göstərən əsas amilləri nəzərdən keçirin. Tədqiqat zamanı xidmət müəssisələrinin uçot siyasətinin formalaşması prosesinə təsir edən üç qrup amil müəyyən etdik.

İstehsal prosesinin (xidmətlərin göstərilməsi) və xidmətlərin istehlak prosesinin üst-üstə düşməsi metodoloji cəhətə təsir göstərir.

Maliyyə və vergi uçotu üçün uçot siyasətinə ən çox iqtisadi və siyasi amillər təsir edir. Bu amillərlə yanaşı mühasibat və idarəetmə siyasətinə texnoloji və sosiodemoqrafik amillər təsir göstərəcəkdir. Beləliklə, əhalinin cins və yaş quruluşundakı dəyişikliklər idarəetmə uçotunda istifadə olunan müştərilərin seqmentləşdirilməsini nəzərdən keçirməyin zərurətinə səbəb ola bilər.

Bu amillərin kompleks təsirini əsas elementləri seqmentləşdirmə və pul axını uçotu olan Şimali Telekom rabitə xidmətləri şirkəti üçün idarəetmə uçotunun təşkili nümunəsi ilə xarakterizə etmək olar. Bu şirkət tərəfindən idarəetmə uçotunun yaradılması, müxtəlif ölkələrdə yeni bazarların meydana çıxması, yeni telekommunikasiya sahələri, istehsal xərclərinin azaldılması səylərinin cəmlənməsi və dünyanın müxtəlif bölgələrindən komponentlərin tədarükü ilə əlaqələndirildi. Pul vəsaitlərinin hərəkəti üçün idarəetmə uçotunun yaradılmasının zəruriliyi və effektivliyi, mobil və simsiz rabitə, şəxsi rabitə sistemləri üçün yeni məhsulların hazırlanması və elektron rabitə üçün ATM açarlarının istehsalı sahəsində əhəmiyyətli Ar-Ge (1,2 milyard dollar) ilə diktə edildi.

Üçüncü qrupa xarici mühitin riski və qeyri-müəyyənliyini xarakterizə edən və xidmət müəssisələrinin uçot siyasətinə təsir edən amillər daxildir. Ətraf mühitdəki qeyri-müəyyənlik amilini öyrənərək belə bir nəticəyə gəlmək lazımdır ki, qeyri-müəyyənliyin olması:

1. Mülkiyyətdəki dəyişikliklərin idarə edilməsində törəmə balans hesabatlarının (sıfır, üzvi, aktuar, ləğv, fərqləndirilmiş və s.) istifadəsi.

2. İdarəetmə uçotunun yaradılması, qeyri-müəyyənlik proseslərini izləmək və bu mənfi prosesləri müəyyən dərəcədə xəbərdar etmək (situasiya matris uçotu, hedc uçotu, seqment uçotu).

Yuxarıda göstərilən sahələr çərçivəsində istifadə olunan xüsusi metodlar idarəetmə uçotu üçün mühasibat uçotu siyasəti haqqında tənzimləmədə təsdiqlənməlidir. Xidmət sektorunda idarəetmə uçotu sahəsində uçot siyasətinin təkmilləşdirilməsi yerli və ümumi iqtisadi göstəricilərin öyrənilməsini, iqtisadi proseslərin qeyri-müəyyənliyini, idarəetmə uçotunun mövcud sistemlərinin və metodlarının, xüsusən də maddi və qeyri-maddi xidmətlər sahələrinin dərin öyrənilməsini əhatə edir.

İdarəetmə uçotu üçün uçot siyasətini tərtib edərkən aşağıdakı aspektlər nəzərə alınmalıdır.

Birincisi, maliyyə və idarəetmə uçotu arasındakı əlaqədən asılı olaraq bir xidmət şirkəti idarəetmə hesabat formalarını inkişaf etdirməlidir. Kiçik bir müəssisədə bunu mühasibat hesabları haqqında ətraflı təhlil hazırlamaq, hesabların iş qrafikinə əlavə etməklə etmək olar. Mühasibat uçotunun səmərəli olması halında, analitik mühasibat uçotu məlumatları menecer üçün maraq dairəsində məlumatlar yaratmağa imkan verəcəkdir. Bundan əlavə, həyata keçirilən fəaliyyət növləri, göstərilən xidmətlər, seçilmiş seqmentlər və s. Kontekstində etimadnamələrin formalaşdırılmasını təmin etmək lazımdır.

İkincisi, uçot siyasətinin formalaşmasında idarəetmənin ümumi prinsiplərini, qurulma modellərini və asılılıqları, analitik və riyazi aparatların istifadəsini, yəni idarəetmə iqtisadiyyatının prinsiplərini nəzərə almaq lazımdır.

Havay Universitetinin (Manoa) Maliyyə və Təsisatlar İqtisadiyyatı professoru K. K. Sio hesab edirdi ki, idarəetmə iqtisadiyyatı iqtisadiyyat üçün qoyulan vəzifələr, analitik alətlər (riyazi iqtisadiyyat, ekonometrika), mühasibat prinsipləri, funksional sahələr (maliyyə, marketinq, kadr, istehsal), optimal həllər, iqtisadi metodologiya (təsviri və normativ modellər), iqtisadi nəzəriyyənin qanunları, prinsipləri və müddəaları (makroiqtisadiyyat, mikroiqtisadiyyat) (Минцберг, 2007).

Üçüncüsü, uçot siyasətinin formalaşmasında modelləşdirmə metodlarından və xüsusən situasiya matrisindən istifadə etmək məsləhət görülür. Mühasibat uçotu modellərinin yaradılması, xüsusən idarəetmə uçotu sahəsində, iqtisadi məlumat axınlarını çoxtərəfli şərtlərdə modelləşdirməyə imkan verən və bir qayda olaraq, qeyri-müəyyənlik qarşısında, açıq-aşkar zərurət ilə modellərin istifadəsinə səbəb olur. Eyni zamanda, bu modellər xidmət sənayesi müəssisəsinin uçot siyasətində sabit olmalıdır.

Dördüncüsü, mühasibat uçotu siyasəti, məlumatların əldə edilməsində və qiymətləndirilməsində istifadə olunan meyarlardan, əhatə dairəsindən (daxili və xarici seqmentlərdən), idarəetmə uçotu vasitələrindən başlayaraq və ən vacib məlumat xassələrinə (idarəetmə qərarlarının verilməsi üçün uyğunluq, uyğunluq, etibarlılıq) və ona rabitə yanaşması.

Rabitə yanaşması, davranış tərzi kimi, mühasibat uçotunun informasiya dəstəyi kimi bir funksiyasını vurğulayır. Schroeder, McCullers və Clark, mühasibat uçotuna tətbiq edildiyi kimi, bu metodun məqsədi istifadəçinin mühasibat məlumatlarını onu hazırlayan şəxs və ya mühasib tərəfindən nəzərdə tutulduğu kimi qəbul etdiyini müəyyən etməkdir. Bu yanaşma, imkanlarına baxmayaraq, qlobal tədqiqat metodologiyası kimi qəbul edilə bilməz (Иноземцев, 2006).

Professor K. Drury, idarəetmə uçotunun mövcud təcrübəsi ilə bağlı aşağıdakı əsaslı fikirlər söyləyir: ənənəvi idarəetmə uçotu istehsalın müasir inkişaf səviyyəsinə və artan rəqabət tələblərinə cavab vermir; istehsal xərclərinin uçotunun ənənəvi sistemləri qərar qəbul etmək üçün yararsız olan məlumatları təmin edir; idarəetmə uçotu praktikası maliyyə uçotunun tələblərinə riayət etməklə müstəqilliyini itirir və köməkçi xarakter alır; idarəetmə uçotu, demək olar ki, tamamilə şirkətin daxili

cəhətlərinə diqqət yetirir və işlədiyi müəssisənin mühitinə əhəmiyyət vermir (Ирвин, 2006). İdarəetmə uçotunun keyfiyyət məlumatları yalnız idarəetmə uçotu məqsədləri üçün mühasibat uçotu siyasətində müəyyən edilmiş metod və metodologiyalar olduqda əldə edilə bilər.

Mühasibat uçotunun mümkün inkişafı ilə əlaqəli olaraq mühasibat uçotunun təşkili xüsusiyyətləri, həmçinin idarəetmə uçotunun təşkili ilə əlaqəli olduqca əhəmiyyətsiz təcrübə, idarəetmə məlumatlarına ehtiyacın öyrənilməsi, xidmət sektorunda idarəetmə uçotunun əsas xüsusiyyətlərini və onun perspektiv sistemlərini müəyyən etməyə imkan verdi, bu mühasibat uçotu siyasətində tənzimlənməlidir. Bu, öz növbəsində, iqtisadi fəaliyyətin bütün mərhələlərində yüksək keyfiyyətə nail olmağa kömək edəcək, bu cür hesabat formaları və menecerlərin onu inkişaf etdirməsinə təkan verən və bu istiqamətdə səylərini qiymətləndirməyə imkan verən göstəricilər dəsti təmin ediləcəkdir. Bu vəziyyətdə həm maliyyə, həm də maliyyə olmayan göstəricilərdən danışırıq.

Xarici iş seqmentləri (sahələr, şəhərlər, tiplər, müştərilərin qrupları və kateqoriyaları, icarə, franchayzing) üçün idarəetmə uçotunun təşkili.

İnkişafı üçün yeni istiqamətlər meydana gətirən perspektivli idarəetmə uçot sistemləri, bütün fəaliyyət sahələrində artan qeyri-müəyyənlik amilləri qarşısında işə yönəldilmişdir, xüsusən inflyasiya, tələb və təklif dəyişiklikləri, valyuta dəyişikliyi və daha çox həssas olan xidmət sektoru üçün xarakterikdir. Belə sistemlərə aşağıdakılar daxildir:

- həqiqi dəyəri əsasında uçot və pul axınlarının idarə edilməsi;
- müəssisənin bazar dəyərinin müəyyənləşdirilməsində törəmə balans hesabatlarının istifadəsi;
- hedjinq əməliyyatlarının əks olunması və hedc uçotunun qurulması;
- strateji uçotun təşkili və xüsusən də müvafiq fəaliyyət seqmentləri çərçivəsində;
- aktiv və öhdəliklərin idarə edilməsi;
- ehtiyat sisteminin mühasibat vahidlərindən istifadə;
- maliyyə nəticələrinin tənzimlənməsi;
- verilən və alınan zəmanətlərin idarə edilməsi;
- mühasibat inamının idarə edilməsi.

Rasional uçot siyasətinin formalaşması üçün yalnız ona təsir edən amilləri deyil, həm də maliyyə, vergi və idarəetmə kimi mühasibat uçotu növlərindəki mövcud problemləri nəzərə almaq lazımdır. Bu problemlər xidmət müəssisələrində bunların aradan qaldırılmasının əsas yollarının ətraflı öyrənilməsini və inkişaf etdirilməsini tələb edir.

Metod

Tədqiqat prosesindəki vəzifələri həll etmək üçün ümumi elmi metodlardan istifadə edilmişdir - analiz və sintez, induksiya və deduksiya, eksperiment və modelləşdirmə.

Analiz

İndiki mərhələdə dünya iqtisadiyyatının inkişafındakı ən vacib istiqamətlərdən biri xidmət sektorunun artan roludur. Bu maddi istehsal ilə müqayisədə xidmətlərin istehsal sürətinin artması,

təklif olunan xidmətlər çeşidinin əhəmiyyətli dərəcədə artması və bu sahədə işləyənlərin sayının artması ilə ifadə olunur.

Bu tendensiya xüsusən inkişaf etmiş sosial-iqtisadi sistemi olan ölkələrdə bəllidir, burada ümumi ÜDM-də xidmətlərin xüsusi çəkisi təxminən 70% -dir və xidmət sektorunda çalışanların ümumi sayında işçilərin sayı eyni səviyyədədir.

Nəticə

Beləliklə, xidmət müəssisələrində uçot metodologiyası aşağıdakı xüsusiyyətlərə təsir edir: kiçik müəssisələrin üstünlük təşkil etməsi; müxtəlif vergi rejimlərinin tətbiqi imkanı; xidmət sektorundakı müəssisələrin tənzimləmə qaydalarının xüsusiyyətləri; bütün xidmətlərin maddi və qeyri-maddi xidmətlər, istehsal və qeyri-istehsal bölünməsi; xidmətlərin fərdi və eksklüziv xarakteri; dolayı xərclərin əhəmiyyətli bir hissəsi; istehsal dövrünün qısa müddəti səbəbindən davam edən işin olmaması; istehsal prosesinin (təminatın) və xidmətlərin istehlak prosesinin üst-üstə düşməsi; göstərilən xidmətlərin şaxələndirilməsi. Xidmət sənayesi müəssisəsinin uçot siyasətini formalaşdırarkən bu xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır. Bu, Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericiliyinin tələblərinə cavab verən effektiv mühasibat uçotu sistemi yaratmaq üçün lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov İ.M., (2013) “Audit (dərslik)”. Bakı, “Poliqraf”, 365 səh.
2. Abbasov İ.M., Məmmədov İ.A., Cabbarov A.S., (2017) “Mühasibat uçotu (sahələr üzrə)” - dərslik. Bakı, “Xəzər Nəşriyyatı MMC”, 424 səh.
3. Hacıyev F.S, Əliyev S.H., (2011) “Audit”, dərs vəsaiti. Bakı, “ADİU-nun nəşriyyatı”, 341 səh.
4. Johnson R., Clark G., (2011) Service Operation Management. Financial Times // Prentice Hall, 514 p.
5. Бабаев Ю.А., (2013) Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании: Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, - 352 стр.
6. Вейцман, Н.Р., (2005) “Очерки по бухгалтерскому учету и анализу”. М.: Инфра, 408 стр.
7. Демидова Л.С., Сфера услуг: изменение динамики производительности. Мировая экономика и международные отношения. - 2006. № 12. стр. 36-41.
8. Иванова О.Е., (2018) “Учет на предприятиях малого бизнеса”. Учебник. Изд-во: РИОР. 172 стр.
9. Иноземцев, В., (2006) И. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 553 стр.
10. Клипов, Н.Н., (2003) “Раскрытие информации в пояснениях к бухгалтерской отчетности”. М.: Бухгалтерский учет, 425 стр.
11. Минцберг, Г., (2007) “Стратегический процесс”. СПб.: Питер, 349 стр.
12. Полковский, Л.М., (2002) “Теория бухгалтерского учета”. М.: Экономика и финансы, 408 стр.
13. Салин, В.Н., (2012) “Техника финансово-экономических расчетов: учебное пособие”. М.: Финансы и статистика, 300 стр.

The Impact of Internet Banking on The Use of Banking Services

Bakhtiyar Zeynallov

zbaxtiyar@gmail.com

Abstract

The article suggests directions for improving the activities of Internet banking. The rating is analyzed and legal documents governing Internet banking are presented. The main goals and objectives of the development of Internet banking in the Azerbaijan Republic are determined. The analysis of aspects of the operation of remote banking services, such as the authentication process, receiving notifications of completed actions, user confirmation of completed operations and the use of electronic signatures is carried out. The problems of increasing the use of Internet banking have been identified, including virtuality, a low degree of trust in electronic money and a low cultural level of the population in working with new technologies. Today, when the number of banking services is constantly growing, the quality of the bank's work with customers is determined not only by the set of services provided, but also by the level of implementation of computer and Internet technologies, which greatly simplify the process of customer interaction with the bank. The banking sector is the most sensitive to their development. This is explained by the need to serve customers on a wide geographical scale (from regional to international) with minimal costs and with the maximum degree of convenience and universality of the services offered. The widespread use of Internet technologies contributes to the high competition in banking. Thanks to the Internet, the market for banking services and products has expanded significantly, taking into account all types of remote services, including Internet banking.

Key words: Bank, Internet, Electron

Introduction

Strong competition in the field of remote banking, as well as significantly increased activity of foreign banks are forcing Azerbaijan banks to seek new, more economical ways to increase the quality and density of communication with customers.Modern conditions of activity force not only to actively apply already existing and traditional banking solutions, but also to introduce advanced technical and scientific achievements implemented in various methods of remote servicing from the banking sector.The Internet in our time is an effective tool with which you can not only quickly acquire services, goods, material, as well as financial values, but also information.The development of services through remote access channels makes it possible to individually work with customers depending on their specific preferences, substantially reduce the distance between a banking customer and a bank, and also significantly increases competition between banks, which contributes to the rapid development of remote services, both in high-quality and in a quantitative aspect.Thus, the organization of a complete remote banking service based on the latest trend will improve customer service, improve the quality of banking services, minimize costs, which leads to increased competitiveness.

Given the rapid expansion of financial technology, we can understand how fast the research and written literature in this area is. Sometimes a scientific article written 2-3 years ago does not meet today's requirements. Scientific novelty of the research: has revealed the contents of the concepts of "e-banking services", "ebank products", "quality of e-banking services" as a result of comparative analysis of modern concepts; - new trends and regularities in the implementation of new services in the e-banking sector were studied; - modern methods of complex assessment of e-banking services are explored; - E-banking services efficiency assessment of banks; - investigated the elitization of banking services and made recommendations for improving payment and settlement operations; -

principles for successful presentation of a new product of e-banking market have been proposed.

Method

The theoretical basis is the study of economic scientists of our country and foreign countries on the e-banking resource factor, the Decrees and Decisions of the President of the Republic of Azerbaijan, the normative documents of the Central Bank and other legislative acts. The research database is the data of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan, the State Statistics Committee, the Ministries of Finance and Economic Development, the Association of Banks of Azerbaijan, the relevant research institutions.

Analysis

The theoretical basis is the study of economic scientists of our country and foreign countries on the e-banking resource factor, the Decrees and Decisions of the President of the Republic of Azerbaijan, the normative documents of the Central Bank and other legislative acts. The research database is the data of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan, the State Statistics Committee, the Ministries of Finance and Economic Development, the Association of Banks of Azerbaijan, the relevant research institutions.The result of all this was a rapid increase in the volume of information circulating in society.(Əhmədov .N.H., 2018: p.4).

The “digital dictatorship” is created by the digital bureaucracy in order to simplify the management of the digital state. At the same time, digital rights of digital citizens are not protected; the stake is on digital police measures of total digital control. Digital services are being imposed on the population, which is needed not by the population itself, but by the state (bureaucracy).(Afanasyev A.A., &Rudko-Silivanov V.V., 2017: p.8).

“Digital democracy” is a completely different type of organization of the information society. "Digital democracy" is built for the citizens, for the protection of their digital civil rights. Creating a "digital democracy" is much more difficult than a "digital dictatorship." Forecasts show that “digital democracy” should ensure the confidentiality, anonymity of personal information of citizens. It is possible to ensure the confidentiality and anonymity of personal information (personal data) of citizens only by means of cryptography, while the person himself (the biometric image of the person) must become the personal key for managing his personal cryptography.(Wang, Y.S., 2013: p.503).

Table 1. Criteria for the transition to the information society

Indicators	**Characteristic**
Economic criteria	Characterize the share of gross national product of the country. It is believed that if this share exceeds 50%, then we can assume that the transition to the information society has begun in this country.
Social criteria	They are characterized by the production of information products, means of informatization and the provision of information services.
Technological criteria	The level of development of the information potential of a society, in particular its information technosphere, is determined.

Source: https://studfile. net/preview/ 4513875/ page:2/

The information society, before replacing the post-industrial society, has come a long way in its development. During this time, it is constantly evolving and improving.At first, computers were produced, which were in a single copy, were expensive, occupied huge areas. Only highly qualified professionals could work with such machines.With the development of technology, machines decreased in size, became more reliable and cheaper. The time has come when it is impossible without a computer, and imagine life. It is used by schoolchildren, students, teachers, engineers, programmers, etc. Due to its small size, it has become possible to use a computer everywhere. Therefore, now a person can at any time and in any place get the information he needs.(Davis, F. D., 2016: p.320).

Two main models of the development of the information society are conditionally distinguished: western and eastern. Moreover, in the framework of the western model, the path chosen by Europe should be separated from the American path, and within the eastern one, China (China) occupies a special place. The main feature of the policy of European countries is the search for a certain balance between full control by the state and the laws of the market. At the same time, there is a general opinion in Europe that it is first of all necessary to develop the services sector.(Tong, D.Y.. 2018: s.193).

The American way of forming the information society is based on ensuring that the functions of the state are minimized, and the activities of private individuals are maximized. The main thing in this approach is to leave everything in the hands of the private sector and market forces. In the USA, the main emphasis is on further development with the help of new information technologies.The information society, before replacing the post-indu..strial society, has come a long way in its development. During this time, it is constantly evolving and improving.What are the customer benefits here? This is real-time financial management on-line anywhere. What does the Bank get? - Customer loyalty, increasing the efficiency of business processes, increasing competitiveness, and obtaining additional commission income.(Gholami, R., 2019).

Table 2. Online banking penetration from 2007 to 2019

	Share of respondents
2019	73%
2018	69%
2017	63%
2016	60%
2015	55%
2014	53%
2013	50%
2012	47%
2011	44%
2010	42%
2009	41%
2008	35%
2007	30%

Source: https://www. statista.com/ statistics/ 286273/ internet-banking-penetration-in-great-britain/ (01.01.2019)

Support for SMEs through the creation of specialized platforms. As O. Vasilenko notes: “Last August, the Ministry of Economic Development launched a new program of preferential lending to SMEs (small and medium-sized businesses). The implementation of this program will, in fact, be the real use of modern financial instruments and the latest banking e-commerce products for investment

lending to SMEs ". SME lending involves risks that can be minimized by partnering with platforms such as FundingCircle. Alfabank follows this path. Or you can follow the path of the Turkish bank DenizBank, which created the Kumsal platform, where related services are provided for SMEs to support its activities. In Azerbaijan, the Otkritie Financial Group takes this approach as part of the Tochka project internet of things. The "Internet of things" is gradually penetrating into the financial industry. US Bank offers an API for smart bulbs, allowing them to turn on when changes occur in a client account. Bradesco Bank allows you to link a bank account to a car and automatically pay for the use of toll roads. And New Zealand Bank ASB has proposed a digital piggy bank that allows children to save electronic money in real form.

Table 3. Share of the population that used internet banking from 2008 to 2018

	Share of the population
2018	78%
2017	76%
2016	75%
2015	73%
2014	72%
2013	70%
2012	69%
2011	67%
2010	66%
2009	62%
2008	57%

Source: https://www.statista.com (01.01.2019)

The use of robots and artificial intelligence. In this case, we are talking not only about investment robo-advisers, but also about services for analyzing the investment portfolio for clients with high turnover, in real time.

Table 5. "Ata Bank" VİP deposit for individuals

Time	**AZN**	**USD**	**EURO**
36 month	12,25%	4,5%	-
24	12,0%	4,25%	2,0%
18	11,0%	3,75%	1,5%
12	10,5%	3,0%	1,25%
9	8,5%	2,0%	1,0%
6	6,0%	1,25%	0,75%
3	3,0%	1,0%	0,5%
1	1,0%	-	-

Source: https://www.statista.com (01.01.2019).

Interest rates - different banks set different interest rates for their services. The bank conducting the study must determine the interest rates of competing banks and may set a minimum interest rate according to itself and the conditions of 61 competitive environments. So, we will consider interest rates for various services on the example of Ata Bank.

Methodology

The main purpose of this study is to investigate and analyze the perception of users towards the adoption of Internet banking. In line with this purpose, the perceived usefulness and perceived ease of use are used based on Davis's TAM model, which is commonly used by researchers in the

literature. In addition, the social impact, perceived reliability and website features were investigated in the research. The independent variables used in this study were adapted from the existing literature and the hypotheses described above were developed. Accordingly, the research model is created as follows. (Gholami, R., 2019).

Different bank customers in Baku participated in the survey. A total of 110 respondents participated in the survey. Out of these 110 samples, 8 samples were eliminated due to partial respond, missing data and answered the demographic questions only. The questionnaire consists of two parts. In the first part of the questionnaire, there are questions to determine the demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire, there are 25 factors affecting customers' adoption of Internet banking. Each question was measured by five-point Likert scale. For instance, "1" denotes as strongly disagree, "2" denotes as disagree, "3" denotes as neutral, "4" denotes as agree and "5" denotes as strongly agree. A two-step method was followed to test the model of the research. Firstly, independent variables were grouped by factor analysis, and then multiple regression analysis was performed to reveal the determinism of these groups on the dependent variable (adopting Internet banking).(Cheng, T.C., 2016: p.1559).

Data analysis

In the survey, the gender distribution of the respondents is 55.8 per cent females and 44.1 per cent males. The results also indicate that the respondents are relatively young, with 71.5 percent between 21 and 30 years old. Majority of the respondents have master's degree (55.8%). 38.7 percent have bachelor's degree. A total 5 percent of the respondents have professional and doctorate degree .

Table 5. Demographic features

Variables	Frequency	Percentage
Gender		
Female	45	44.12%
Male	57	55.88%
Age		
20-25	56	57.12%
25-30	24	24.48%
30-35	13	13.26%
Education		
Bachelor's degree	39	38.74%
Master's degree	57	55.88%
Professional degree	4	3.92%
Doctorate degree	1	0.98%

Source: Statistical Package for the Social Sciencesproqram (SPSS): Developed by author

In Table 5, the result of the Barlett test was valid at the level of 0.000 significance. The result of the KMO test shows the adequacy of the sample size is enough (0.77).

Table 6. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	952.149
	df	253
	Sig.	.000

Source: Statistical Package for the Social Sciencesproqram (SPSS): Developed by author

In table 3, 2 expressions from 23 expressions weren't included to study due to low correlation. Correlation coefficients were below 0.50 for these expressions. The reliability of the study was kept high by not being included in the factor groups. Because a high correlation is desired between the variables in factor analysis.

In addition, alpha values were calculated to evaluate the internal consistency of the scales. Cronbach's Alpha coefficient lower than 0.40 indicates that the variables are not reliable. 0.40-0.59 shows low reliability, 0.60-0.79 indicates high reliability and 0.80-1 shows quiet high reliability between the variables. In Table 3, the alpha values of the factors ranged between 0.69 and 0.82, indicating that the dimensions are quite reliable.

Table 8. Correlations

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Perceived usefulness	1					
Perceived Ease of Use	.492**	1				
Social impact	.345**	.517**	1			
Perceived Reliability	.521**	.469**	.509**	1		
Website features	.568**	.551**	.403**	.536**	1	
Adoption of Internet banking	-.088	.060	-.024	.025	.012	1
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Source: Statistical Package for the Social Sciencesproqram (SPSS) : Developed by author

After factor analysis, multiple regression analysis was performed to measure the effect of independent variables (perceived usefulness, perceived ease of use, social impact, perceived reliability and website features) on the dependent variable (adopting Internet banking). Regression analysis results are summarized in Table 9.

Table 9. The Result of Multiple Regression Analysis

Variables	**B**	**Standard error**	**Beta**	**t**	**P**
Perceived usefulness	0.102	0.121	0.481	6.062	0.000
Perceived Ease of Use	0.242	0.045	0.234	4.254	0.001
Social impact	0.015	0.023	0.019	0.387	0.345
Perceived Reliability	0.023	0.012	0.045	0.854	0.672
Website features	0.192	0.045	0.345	3.234	0.002
Note: R^2 = 0.49, F = 35.543, p=0.000					

Source: Statistical Package for the Social Sciencesproqram (SPSS) : Developed by author

The five main independent variables (adoption factor for online banking) namely, perceived usefulness, perceived ease of use, social impact, perceived reliability, website features, and dependent variables (adoption of Internet banking) were entered together. The detail of the regression output was shown in Table R^2 indicates that 49% of adoption of internet banking can be explained by the five independent variables. The proposed model was adequate as the F-statistic = 35.543 (p-value = 0.000) was significant at the 1 percent level ($p < 0.01$). This indicates that the overall model was reasonable fit and there was a statistically significant relationship between adoption factors for online banking. The individual model variables reveals that perceived usefulness, (B=0.102, $p< 0.01$), perceived ease of use (B=0.242, $p<0.01$) and website features (B=0.192, $p<0.01$) were found to have a significant and positive relationship with adoption of Internet banking. Therefore, the hypotheses H_1, H_2, and H_5 were supported. Meanwhile social impact (B=0.015, $p>0.01$) and perceived reliability (B=0.023, $p>0.01$) had no significant relationship with adoption of Internet banking.

Conculusion

The increase in internet use has encouraged companies to advertise and sell their products and services over the Internet. Many banks and financial institutions have also implemented new applications over the Internet, such as Internet banking, to improve service quality and reduce costs. It is very important for these institutions to determine the factors affecting customer attitudes in the adoption and use of Internet banking services.

In this study, it is aimed to investigate the factors that affect customers' adoption of Internet banking. In line with this purpose, statistical analyzes were applied to the hypotheses created according to the research model. Hypotheses about the relationship between variables were developed and tested using factor analysis and multiple regression analysis. However, we found that H_3 and H_4 are not supported.

As mentioned earlier, perceived usefulness is found to be a significant determinant to predict the intention to use the internet banking. This is similar to the TAM model, which has been applied in other technology adoption studies; users will adopt a technology if they find it useful. Therefore, banks in Azerbaijan should try to let their customers know the advantages of using online banking when compared to traditional banking. Among some of the benefits of online banking include being more productive and easier communications to the bank staffs. The main point from this is that consumers are willing to adopt online banking when they know the advantages of it when compared to traditional ways of banking. Therefore, banks should further investigate the types of features which current bank users find useful or they will find useful and promote such features to encourage more customers to adopt online banking.

The perceived ease of use has been found to have a significant impact on the adoption of Internet banking, and the H_2 hypothesis has been accepted.In our study, it was concluded that the social impact factor does not have a direct and significant effect on the adoption of Internet banking. The reason why social impact does not have a significant effect on internet banking can be explained by the widespread use and easy perception of Internet banking services recently.

The analysis result of the H_5 hypothesis shows that the website features have a significant effect on the adoption of Internet banking. It will be important for banks to adopt Internet banking when they organize their websites, to include enough information and explanations that will enable customers to

perform transactions easily and quickly.

References

1. Əhmədov .N.H. (2018). Elektron bankçılıq inkişaf mərhələsində, //Həftə içi - 22 may.- 1- 6.
2. Afanasyev A.A., &Rudko-Silivanov V.V. (2017). Internet banking: state, problems and prospects // Money and credit, No. 4-16.
3. Babaev A. B. (2014). Banks on the Internet Banking Technologies,.№11. 5- 22.
4. Bazaryan A.(2018). Ranking of sites of Azerbaijan banks // Banking Review. 2018. -№3 (33) .- 19.
5. Çelik, H. (2018). What Determines Turkish Customers' Acceptance of Internet Banking?, International Journal of Bank Marketing, 26 (5), 353-370.
6. Cheng, T.C, (2016). Adoption of İnternet Banking: An Empirical Study in Hong Kong, Decision Support Systems, 42, 1558–1572.
7. Davis, F. D. (2016). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, MIS Quarterly, 319-340.
8. Gholami, R., (2019). An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia, Technovation, 29, 130–141
9. Tong, D.Y.. (2018). User acceptance of Online Banking Service in Australia, Communications of the IBIMA, 1, 22, 191 – 197.
10. Wang, Y.S., (2013). Determinants of user acceptance of internet banking: an empirical study, International Journal of Service Industry Management, 14(5), 501-519.
11. https://www. statista.com/ statistics/ 286273/ internet-banking-penetration-in-great-britain/
12. https://www.statista.com

Relationship Between Investment, Banking And Credit Assessment

Rəhimov Subhan

subhan.rehimov.94@mail.ru

Abstract

The main purpose of the article work can be to analyze the relation between banking sector (credit) and investment activity. Another objective of the dissertation is to demonstrate the correlation relation between the relevant fields.This thesis reviews and investigates the research on the relationship between investment, business growth and credit assessment. Relationship between business growth, investment and credit assessment is an important and actual topic to study and investigate deeply. This study investigated the real connection and dependence of the above-mentioned factors of any particular business which may later be affected by any of these in a good or bad manner. The problem of identifying the connection between the above-mentioned factors in any particular business can be condensed into three research questions: the connection between business growth, investment and credit assessment, the impact of investment and credit assessment on the business growth and the role of credit assessment in the success process of a particular company. The aim of this study is to investigate the real relationship between investment, business growth and credit assessment and usage of this finding as further and practical development tools of a company. The meta-analysis functions in the study play a gateway role to the research strategies of a broad collection of literature.

Keywords: Bank, İnvestment, Credit

Introduction

Every business seeks for success in this or another way and to achieve this overall and the most important goal, every entrepreneur needs to concentrate on the theory of business growth and investment as well as giving strong attention to the relation between them. How to success and how to invest in the right time and the right place may be crucial for starting up a business, but when it comes to analyze the real relationship between some financial factors which have direct impacts on the relevant business, the importance of this relationship becomes clearer. In terms of theory, there is a strong relationship between investment, business growth and credit assessment (which is also known as ‘credit rating’) and it cannot be denied that without using right tools and timing to succeed in any particular business, the failure would be on the way ahead and there will be a lack of success in general terms.

First of all, investment (capital) and economic growth have a tight and unbreakable relation. Investment affects economical growth and may help to develop a particular economy or business via the human knowledge and skills. Economic growth is an expected and desired increase in a particular economy’s (or a business’) ability compared to past periods on producing goods and services. Business growth is also mentioned as a process of improvement of some measurements of an enterprise’s success. Business growth may be achieved by enhancing the revenue of the business with great sales as well as increasing the profitability of the enterprise by minimizing the costs. (Makoni, P. L., 2015).

And credit assessment – a rating of the creditworthiness of a particular (current or potential) borrower in the term of any particular debt or financial obligation. Credit assessment is a wide term and can be understood and commented in numerous ways: a credit assessment may be assigned to any asset which seeks to borrow some money – it can be an individual, a state, an authority, a government or a company. In modern world of economy, the credit assessment of the companies as well as governments is mainly executed by some reputable, world-famous rating agencies such as

Standard&Poor's (S&P), Fitch and Moody's. Of course, the just-mentioned agencies are paid by the asset which desires to have a credit rating for itself (or for its debtors).(Kashyap, A., O. Lamont, and J. Stein., 2014: p.46).

So the relationship between business growth, investment and credit assessment is an important and actual topic to study and investigate deeply. This master's thesis will investigate the real connection and dependence of the above-mentioned factors of any particular business which may later be affected by any of these in a good or bad manner. To create a successful business, it is vital to find temperance between these factors and utilize them by the most-useful ways as well as studying the theme properly and more detailed which later will enhance the profitability and strength of a business.

Method

The methodological basis of the study is the general scientific and particular scientific research methods: historical and comparative legal methods, as well as methods of systemic and logical analysis.

Hypothesis

Many scholars and researcher have concluded that there is a strong and undeniable connection and dependence between the business growth, capital investment and credit assessment in any particular business or even economy. The literature, methodology and findings which are indicated and investigated later in this research will confirm this hypotheses, although in the results chapter, the clearer and more detailed confirmation of this hypotheses or theory would be demonstrated and concluded properly and in detail.

Analysis

Investment environment of banks

Forms of approach to the concept of "investment" in the modern economic literature are ambiguous. Thus, investment is a Latin word ("investio") meaning "to dress", to "cover". In English, however, the term has a number of meanings, one of which is "investing", which means "the action or process of investing money for profit or material result". Terminological terms explain the meaning of this word, albeit in part. Of course, under the name of the concept of investment, capital or equity is intended to be realized, and therefore, in order to understand the essence of investment in a market economy, it is also necessary to focus on the creation of fixed assets and the creation of working capital. (Goldberg, S. L., 2007).

The concept of "investment" was mainly used in the planned economic system. This included the cost of creating new funds, expanding and renovating existing businesses, and building new facilities. Thus, after the adoption of the Investment Law, the definition of investment includes cash, special bank deposits, shares and stocks, as well as other securities, loans, other property rights, machinery and equipment, as well as intellectual property and other assets. Thus, based on financial theory, let's note that the term investment is understood as the acquisition of real and financial assets. It is the investment that ensures the growth of production resources and, at the same time, the pace of economic growth. Investments are the kind of capital that helps them increase national economic wealth. In this regard, investing is a kind of investment tomorrow. Thus, although all these definitions, records, reflect the essence of an investment at one or another level, its value is usually

determined by the legislative acts adopted and implemented by each state in the relevant field. (Davydenko, S., and I. Strebulaev, 2017: p.90).

This can create new opportunities for technology change, product development, new marketing techniques, production or after-sales service. Technology change comes before the emergence of a new industry. Usually, when old leaders do not understand the changing needs of their customers, they are left out of their competitive choices and thus do not have time to create a new value chain. The emergence of a new segment may surprise former leaders who are unable to quickly and significantly change the old value chain and are used by other competitors. Changes in energy, raw materials, transport, communications, and equipment prices can lead to a decline in the competitiveness of older leaders and the emergence of new leaders in the competitive advantage. Existing market leaders are in line with certain regulatory rules and do not always have time to respond to regulatory changes. New environmental policies, trade restrictions, and new industry requirements can lead companies to innovate in order to achieve new competitive advantages (Əhmədov, 2010).

The role of bank loans in investing processes, both during the crisis and in development, is growing significantly. Increasing demand for products and services stimulates businesses to invest in new investments. In many countries, the establishment of investment banks is preferable in terms of increasing the role of bank loans in investment processes. There are two forms of investment banks for this type of activity: banks engaged in trading and placement of securities and long-term lending in various sectors .Second-tier banks include business banks operating in Western Europe, mid-term and long-term credit banks, semi-state or state-owned banks in Italy. In countries such as the United States and England, such banks are substituted by specialized financial institutions, and sometimes distinguish them as "development banks." (Lemmon and Roberts, 2010).

Current investment activity of banks and credit risk assessment

In general, the tactical and strategic steps taken by banks to illustrate bank investments are, for example, large-scale global market securities (stocks, bonds and other large forward contracts). As we know, banks do not have access to the business sector, so it is important to focus on opening more financial opportunities only by investing in securities or expanding financing areas such as long-term lending or financing a large company. This, in turn, leads to the formation of extensive risks of inversion in banks.

The Bank has made some differences in its operations during its lending operations. The structure and structure of the credit risk is a well-planned indicator to reduce investment risks using certain factors. The purpose is to carry out the purposeful and principled organization of the existing facilities and activities of the bank with the employees performing various duties.

Credit risk is due to the fact that it is easier to do directly than scoring, not the work of bank personnel.Investment risk management is carried out within the framework of a separate structural division of the existing commercial banks. The Risk Department should be interested in keeping this unit under control.

The Risk Department should make decisions regarding the coordination, organization and management of the work of the students, elaboration of the provisions on the identification, analysis and minimization of the risks of the bank and taking into account the specific types of risk minimization, the Bank’s Internal Control (BIC) department.Based on this scheme, it is possible to

identify all possible situations in which the bank's investment risks are regulated by a credit risk management policy, and it is advisable to initiate the credit risk, that is, risk experts, and to take immediate action.Risk management shows all possible and key factors that may be present. Subsequently, the evaluation of documents within the bank is also based on credit risk, which results in the effect that experts have on the ability to manage the credit risk of effective tools of the risk management department.

Investment Risk - Increases the likelihood of these losses in investment due to past due or outstanding debts of financial liabilities. The purpose of maximizing the return on investment risk is that the commercial bank creates a substitute risk with a planned risk, which is driven by the approach to protecting all of its assets by making less money to avoid stagnation and insure against potential risks. Banks are more interested in working with legal entities than dealing with individuals.(Akdogu, E., and P. MacKay, 2008).

Banks are investing more money into legal entities because the goal is more easy to solve fuel problems with one or two legal entities while minimizing more problems. Thus, it is necessary to monitor the investment of individuals. In all databases, the required loan database is maintained on a regular basis in their personal systems. This type of information can be applied to any banking system, so the design changes in the database and should be lightweight, beautiful and understandable to its core customer.

Banking activity and credit arrangement

The rapid development of the banking sector since the beginning of the last century has in fact made it one of the key indicators of market economy and democracy. As mentioned earlier, the banking system may exist in the system of administrative economy and can be concentrated in the hands of the state, but its true development is possible only in countries with a democratic, free and market economy. It should not be forgotten that institutions (such as religious institutions), which have become a tool to artificially increase their wealth in the hands of the state, are outside the modern development process. This was the beginning of a sharp economic stagnation in Azerbaijan. As a country dependent on imports following a sharp decline in oil prices and two sharp devaluations, Azerbaijan has also seen a sharp rise in prices for food and services, which has minimized social welfare. In 2015, the Central Bank increased the authorized capital required for commercial banks by $ 10 million (www.cbar.az, 2015).

Banks' profit in 2015 was $ 350 million. The loss of manat caused by the loss of manat has decreased significantly as a result of increased reserves and the exchange rate fluctuations. The manat's sharp devaluation has greatly worsened the situation of individuals and legal entities who have taken out loans in dollars in the past, and this crisis continued until early 2019. The crisis situation in the area began to decline slightly in 2019 after the President of the country signed a decree to calculate the major part of the dollar loans received by individuals at the old exchange rate. But at the same time, many economists have argued that the aforementioned demand only applies to individuals and that legal entities are out of the reach of this decree, which could have negative consequences for the national economy. (www.stat.gov.az, 2014).

In 2016-2017 it was decided to conduct serious reforms in the banking sector in the country and in the economy as a whole. The most important part of these reforms was to provide macroeconomic stability in the financial sector and to restore the private sector's previous economic growth rates. In

2016, the Financial Markets Chamber (FIMSA) was established to eliminate decentralization in the banking sector and reduce uncertainty.The FIMSA has implemented effective reforms to strengthen the financial sector by revoking licenses from unhealthy and inefficient banks, while reinforcing existing banks and reinforcing them internationally has been a continuation of these reforms. As a result of these reforms, banks have seen significant quantitative easing, but they have also been strengthened in terms of quality. As of the end of 2018, the number of banks in the country has dropped by 30% from the 2015 situation (from 45) to 30. The reasons for these banks' closure are low assets, poor currency risk management, poor financial services and so on. can be displayed. Thus, as a result of optimization, additional infrastructure for liquidity and capitalization has been established, as stated in the Strategic Road Map (www.anfes.gov.az, 2018).

Many leading banks (International Bank, Capital Bank, PASHA Bank, Bank Respublika, Ziraat Bank Azerbaijan and Unibank) have created favorable credit environment for borrowers in this period. As a result of the reforms, banks' databases, insurance and leasing registers were re-monitored. In the banking sector, the "renaissance" period, which lasted until 2015, was slowly reviving in 2017. In 2016, US $ 1.7bn was hit by a recession, oil prices and currency instability. The Azerbaijani banking sector, which has lost AZN 1 billion, has increased its total capitalization after 2017, reaching approximately $ 3 billion, according to 2018 data. However, the "dollarization" trend, which is at the heart of the financial crisis, remains high and lending is still preferable to the dollar: By the end of 2017, dollarization of deposits was 74.6% (www.stat.gov.az, 2017). Due to the recent economic crisis and macroeconomic instability in Azerbaijan, the position of the banking system in the national economy has been reinforced and nationalized as a result of government policies and reforms aimed at increasing oil prices, preventing devaluation of the national currency and diversifying the financial sector. conditions have been created to continue contributing to the economy.

Table 1. Index of basic social and economic indicators (in percentage to the previous year)

	2015	2016	2017
Gross Domestic Product (GDP)	**101,1**	**96,9**	**100,2**
Industrial products	102,4	99,5	96,6
Agricultural products	106,6	102,6	104,2
Capital investment	88,9	78,3	102,8
Transportation of goods in the transport sector	100,2	100,0	101,8
Passenger transportation in the transport sector	103,5	102,0	102,3
Retail trade turnover by all sources - total	110,9	101,5	102,5
Cycle circulation	114,0	100,1	103,4
Paid services to the public	105,1	98,9	101,2
Average monthly nominal wage	105,0	107,0	105,7
Income of the population	105,8	108,7	108,4
Expenditures of the population	113,5	113,8	111,9
Real incomes that are at the disposal of the population	102,2	96,5	96,2
Consumer Price Index	104,0	112,4	112,9
Price Index of Manufacturers of Industrial Products	69,4	127,5	136,8

Source: https://www.stat.gov.az/?lang=en (01.01.2018)

It is well-known that in countries where a significant part of the national economy, such as Azerbaijan, is based on the oil factor, the oil factor also plays an important role in the development of the banking sector. The oil boom in 2008, driven by high oil prices, has also led to growth in the banking sector, but this development has been artificial and unhealthy. The sharp decline in oil prices in 2014-2015 drove the banking sector into crisis. This example alone shows that the drop in oil prices can reduce macroeconomic stability in oil countries and slow down banks' development. Oil prices are determined not only for economic and objective reasons, but also because of geostrategic steps and trends in international relations.

One of the Bank's active operations is its cash settlement operation. Banks provide cash services to the economy and arrange for free cash flow into the bank's cash desks; provides cash to businesses, associations, organizations, offices and populations; organizes and implements the collection of cash in the cash departments of enterprises, associations, organizations and offices. Banks provide cash services to clients under contract. According to the current legislation, all enterprises operating in the Republic of Azerbaijan must keep free cash in banks. Businesses may only have free cash in their cash box at the limit set by banks. All cash held at the cash desk above the limit must be transferred to the servicing bank.

Table 2. Statistics of credit investments during 2015-2018

Indicators:	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Credit investments (million AZN)	21730.4	16444.6	11757.8	13020.3
Short-term loan investments (million AZN)	5297.3	3478.0	2101.3	2695.1
Interest rate on short-term loans (millon AZN)	24.4	21.1	17.9	20.7
Long-term loan investments (million AZN)	16433.1	12966.6	9656.5	10325.2
Interest rate on long-term loans (million AZN)	75.6	78.9	82.1	79.3
Overdue debts (million AZN)	1508.5	1472.6	1626.7	1585.0
Interest rate on overdue debts (million AZN)	6.9	9.0	13.8	12.2

Source: https://www.stat.gov.az/?lang=en (01.01.2018)

Azerbaijan's retail banking has undergone significant changes over the past 10 years, both as a quality and quantity indicator. The number of banks has increased, the quality of services, the number of products offered, and the outlets have been significantly increased, paying serious attention to the development of this area. The basis for macroeconomic development (such as increasing GDP, income of the population) is improving in parallel. The increase in output was the logical consequence of all these changes for banks (retail to GDP ratio).

Table 3. Credit investments of the national economy (million AZN)

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Credit investments in the economy	**15 422,9**	**18 542,6**	**21 730,4**	**16 444,6**	**11 757,8**	**13 020,3**
short term	3 335,5	3 931,3	5 297,3	3 478,0	2 101,3	2 695,1
As result, in percent	21,6	21,2	24,4	21,1	17,9	20,7
long term	12 087,4	14 611,3	16 433,1	12 966,6	9 656,5	10 325,2
As result, in percent	78,4	78,8	75,6	78,9	82,1	79,3

Source: https://www.stat.gov.az/?lang=en (01.01.2018)

Credits to individuals increased by more than 6 times from 2010 to 2015. The main reason for this is the increased attention and attention paid to individuals by banks to diversify their investments. The main reason for this is the fact that at present there is a small number of business entities and the

desire of individuals to invest in their own needs. The purpose of banks lending to individuals is to help them become individual entrepreneurs.

Conclusions

Interest rates of credit from commercial banks, as in international practice, should be regulated by the state as a whole, including long-term loans. As in developed countries, the ratio between commercial banks' interest rates and the NBA's interest rates should be regulated by the government, and credit rates must be differentiated depending on its purpose, ownership and region.

Credit unions play an important role in the solution of this problem. Creation of credit cooperatives for more efficient organization of entrepreneurial activity should be more widespread, the mechanism of solution of investment problems of small and medium-sized businesses should be fully developed. In this regard, we believe that finding opportunities to reduce credit rates, applying different tax incentives for investment use, and accelerating credit system allocation and management should be considered as important.

A number of generalized indicators that characterize this are quite low in comparison with developing countries. One of the major shortcomings of the country's banking system is the low level of capitalization and the volume of bank assets in the banking sector. According to international practice, the banking sector development in each country is characterized by the ratio of aggregate assets to GDP. The level of this indicator in the country is 42%. In the CIS countries this indicator is at 102%, Ukraine 63.5%, Russia 75%, Moldova 52%, Eastern Europe 60% -100%. One of the main reasons for the situation is the current structure of aggregate assets in the banking sector.

Increasing the competitiveness of banks in modern conditions and their integration into the international financial and credit sector puts the requirements of persistence and flexibility. One of the factors limiting banks' flexibility is their inadequate commitment. At present, the Basel 3 standard is used to increase the sustainability of the central banks and the coefficient is 3%. The use of an existing coefficient aims at reducing the share of liabilities by increasing the share of capital in asset financing, which will increase the bank's liquidity and increase its efficiency. One of the additional measures aimed at increasing the liquidity of financial and banking organizations is the issue of special bank bonds purchased by the state. Bonds are used as capital and banks are exempt from paying interest in the event of a loss, which also increases the resilience of banks while reducing their assets and income.

In conclusion, it can be said that bank investments constitute a competing function between them, being an integral part of the national economy and closely participating in the development of its structural subdivisions. It should be noted that banks are interested in developing any kind of economic infrastructure.

References

1. Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., Abbasova N.H. (2012). İnvestisiya fəaliyyətinin təşkili. Bakı. Elm, 1-456
2. Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., Abbasova N.H. (2012). İnvestisiya fəaliyyətinin təşkili. Bakı – 2012
3. Azerbaijan Statistical Indicators, Azerbaijan State Statistical Committee, Baku, 2009-2018 https://www.stat.gov.az/
4. Davydenko, S., and I. Strebulaev (2017), "Strategic Actions and Credit Spreads: An Empirical Investigation," Journal of Finance 62, 89-95
5. Əhmədov B.S. (2010). Milli iqtisadiyyatda investisiya qərarlarının qəbulu mexanizmi və ona təsir edən amillər /

"İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika" jurnalı, № 2, 12-21

6. Goldberg, S. L. (2007). Financial sector FDI and host countries: new and old lessons. FRBNY Economic Policy Review, 3(1), 1-304
7. Kashyap, A., O. Lamont, and J. Stein (2014), "Credit Conditions and the Cyclical Behavior of Inventories," Quarterly Journal of Economics 109, 45-61
8. Lemmon, M., and M. Roberts (2010), "The Response of Financing and Investment to Changes in the Supply of Credit," Journal of Financial and Quantitative Analysis 45, 1-512
9. Makoni, P. L. (2015). An extensive exploration of theories of foreign direct investment. Risk Governance and Control: Financial Markets and Institutions, 5(2), 102-118

Banks and General Principles of the Lebanese Banking System

Said AHMED

Summary

Lebanon's economic situation has become increasingly alarming. Economic growth, at only 1.4% on average since 2011, slumped to an estimated 0.3% in 2018 – a far cry from the preSyrian crisis average of 6.3% between 2003-2010. The nearly nine-month political vacuum between the May 2018 election and eventual government formation on 31 January 2019 weighed on business confidence. The purchasing managers' index has been glued in contractionary territory since 2013. Although the new government recommitted to a reform and consolidation agenda first presented in April 2018, investor confidence remains subdued, as concrete reform measures keep getting stuck in the pipeline. Meanwhile, the fiscal deficit is expected to have reached double-digits in 2018, pushing public debt above the 150% of GDP mark. The current account deficit stands at around an astonishing 27% of GDP, with financing on a knife-edge as foreign deposit inflows have slowed over recent years, and turned negative over the first two months of 2019 month-on-month. While the central bank continues to defend the currency peg to the US dollar, interest rates and financial market volatility have risen. Country risk has increased sharply. Structural problems such as the heavily loss-making and unreliable power sector, coupled with widespread corruption, have accumulated. Sovereign downgrades testify to the rising pressure.

Keywords: macroeconomics, banks, finance, banking system, financial market.

Introduction

In the economic literature, the question of the content of the concept of "banking system" is interpreted differently. Without going into the existing controversy, when considering the banking system, we will proceed from the general provisions characterizing any system. With this approach, the banking system is a single whole, parts of which are interconnected and interacting with each other, and the system itself simultaneously depends on the properties of these parts.

The banking system of any country was formed as a result of the development of the national economy, now it has become the center of the economic mechanism and interacts with all sectors of the economy, with the population, public authorities, having a certain impact on them. The effective functioning of the banking system is a catalyst for the overall development of the national economy.

Banking systems in different countries were formed far differently.

Historical, political, ethnic, religious and even climatic factors influence this process. Despite this, there are certain general principles for building a banking system at the national level.

Firstly, there is a legislative separation of the functions of the central bank and all other banks. In practice, this gives rise to a two-tier banking system.

The central bank, being at the top level, performs such important functions as: (Mésonnier, and Stevanovic, 2017: p.551)

• issue of cash means of payment;

• the function of "bank of banks";

• government banker;

• monetary regulation of the economy.

In some countries, central banks also have the function of regulating and supervising banks.

Second-tier banks provide intermediation in credit and investment, payments and other banking services. Their activities reduce the degree of risk and uncertainty in the economy both within the country and beyond. Concentrating in their hands the bulk of the loan capital, banks bear the bulk of the credit servicing of economic turnover.

Method

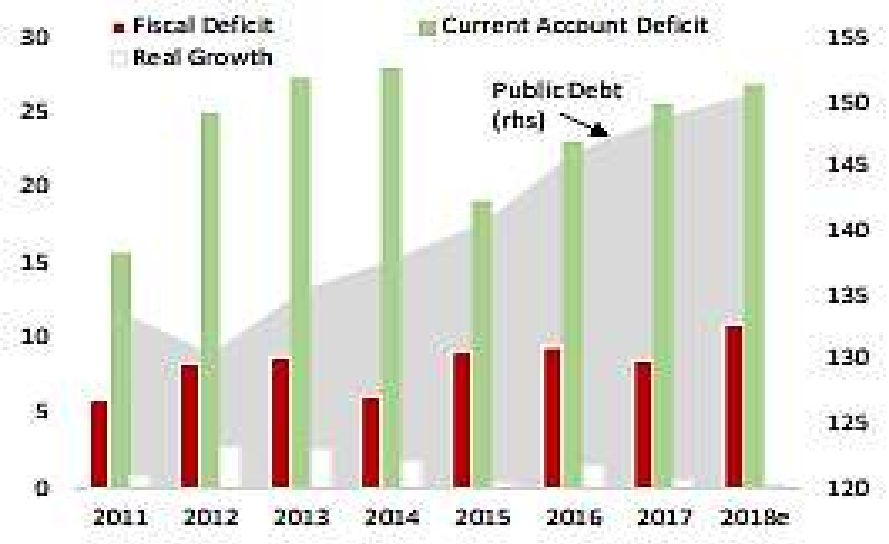
Methodological basis of the research was the scientific works and applied works of leading domestic and foreign scientists in the field of assessing the impact of macroeconomic factors on the economic system; legislation of the Lebanese in the banking sector; regulations, instructions, instructions and other regulatory documents of the Bank of Lebanese.

During the processing and analysis of information, the following methods of scientific knowledge were used: monographic, analytical, graphic, economic-mathematical, economic-statistical, modeling, abstract-logical, etc.

Analysıs

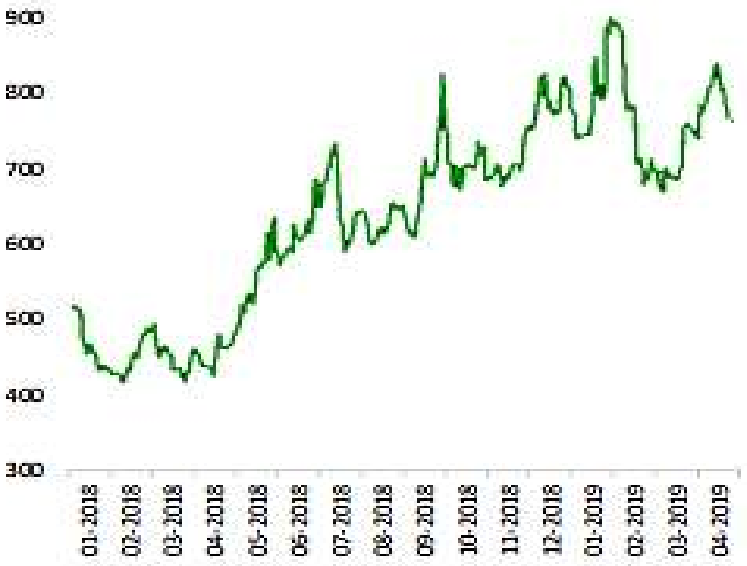
Reinvigorating the reform agenda is a major challenge for the new government. The government intends to pick up its 'Vision for Stabilisation, Growth and Employment', a reform programme presented at the April 2018 Paris 'Conférence économique pour le développement, par les réformes et avec les entreprises' (CEDRE) and largely endorsed by the EU. The concept encapsulated a comprehensive Capital Investment Plan (CIP), assessed as generally appropriate by the World Bank. The government now hopes to unlock the USD 11 billion pledged by international donors. On the fiscal side, the Vision vows to reduce public debt by slashing the budget deficit by one percentage point of GDP per year over five years. The new government aims to start implementing this plan this year. While this goal is going to be difficult enough to reach politically, it may no longer be sufficient after an additional year of slippages.

Figure 1: Growth, Public Debt and Twin Deficits (Percent)



Sources: Banque du Liban (BdL), IMF

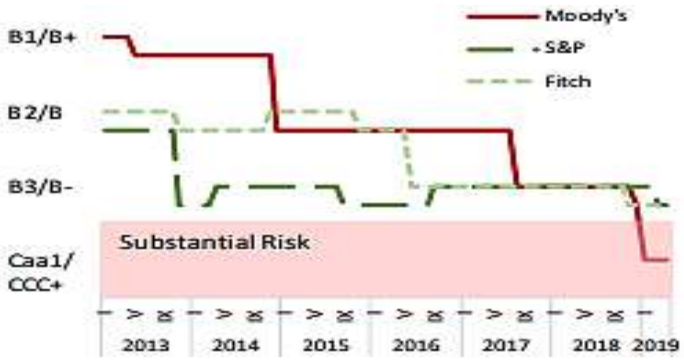
Figure 2: CDS for 5-Year USD-Denominated Bonds (Mid-Spread)



Source: Bloomberg.

These developments cast doubts on Lebanon's track record of resilience. Historically, Lebanon has long been able to withstand the pressure of high public debt and persistent twin deficits, thanks to significant deposit inflows attracted by competitive interest rates and a tightly regulated banking environment. Unemployment and inflation have typically remained below regional averages. In the words of Ferid Belhaj, World Bank Vice-President for the MENA region, 'Lebanon has been defying gravity.' However, the recent trends of slowing deposit inflows, coupled with ongoing political quarrels in the face of ever more pressing fiscal and structural problems, suggest that Lebanon's past business model may no longer be viable. The remainder of this paper will in turn analyse the main challenges pertaining to fiscal sustainability, external rebalancing, financial stability, growth & investment, and public sector governance.

Figure 3: Sovereign Ratings

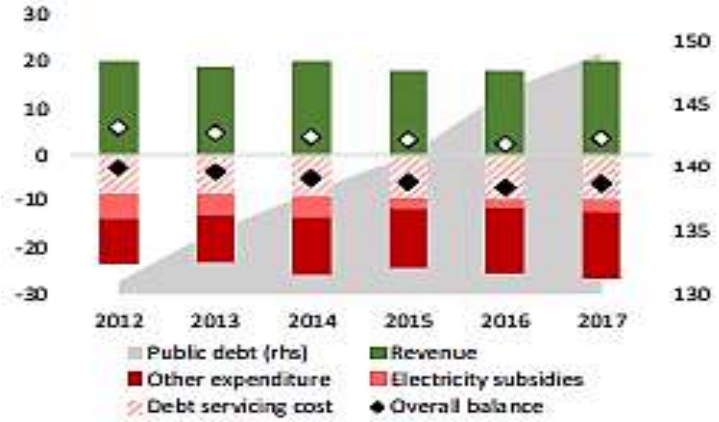


Source: Bloomberg.

The fiscal deficit has reached double digits. The overall balance recorded an estimated deficit of 10.9% of GDP in 2018, a significant deterioration from the 6% deficit recorded the year before, and far from the annual one percentage point consolidation commitment made at CEDRE. With debt service eating up around half of revenues, and electricity subsidies chipping away another 15%,

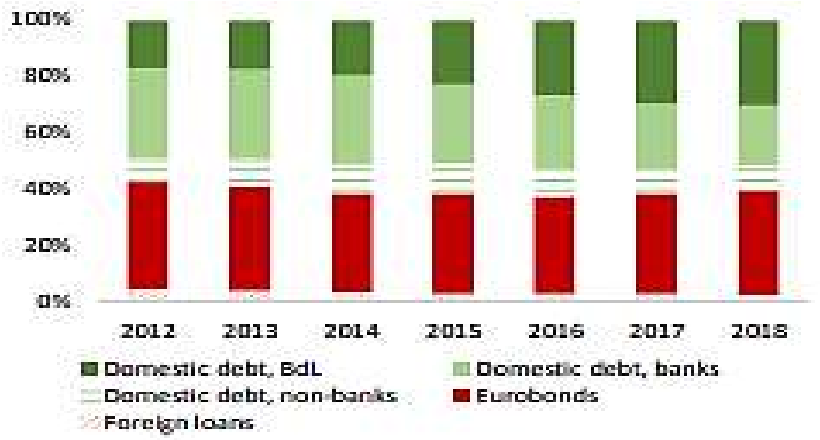
expenditures are rigid and vulnerable to changes in interest rates and oil prices. Pensions are costly and unevenly distributed, amounting to around 2½% of GDP over the last decade while covering only 2% of the population, according to World Bank estimates (World Bank, 2018). The large number of refugees has further strained public services and infrastructure. Recent UNHCR figures put the number of Syrian refugees registered in Lebanon at around 950,000 while NGOs consider 1.5 million a more realistic estimate. Public debt appears unsustainable under current policies. The debt-to-GDP ratio climbed to an estimated 151% of GDP in 2018, one of the highest in the world. In its baseline scenario, the IMF expects debt to increase to 180% by 2023 and to continue rising thereafter, a path considered unsustainable (IMF, 2018). Remarks by the finance minister in January 2019 about a government plan for debt restructuring or rescheduling, although rapidly denied, fuelled the spread on Lebanon's credit default swaps. Qatar's subsequent announcement to purchase USD 500 million in Lebanese government bonds, matched by a hasty assurance of unspecified support from Saudi Arabia, calmed markets temporarily but remains a drop in the ocean and leaves the fundamental malaise of Lebanon's public finances untouched. A mitigating factor from the point of view of the government is the large share of public debt in the hands of the central bank and domestic commercial banks, amounting to around 50% combined, although it raises the risk profile of the financial sector.

Figure 4: Fiscal Balance Composition (Percent of GDP)



Sources: Ministry of Finance, CAS.

Figure 5: Public Debt Composition (Percent of total)



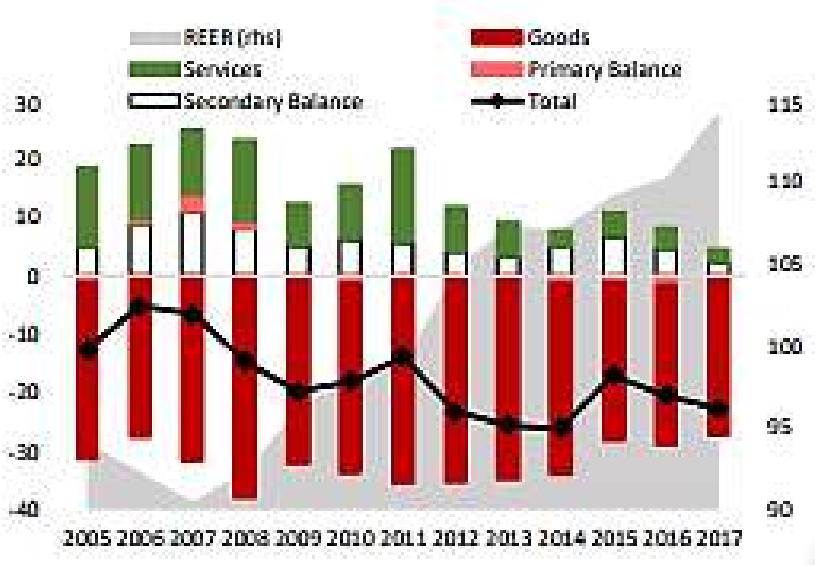
Source: Ministry of Finance.

Strong front-loaded fiscal consolidation seems inevitable. Despite the potentially adverse effect of fiscal tightening on economic growth, comprehensive fiscal consolidation would be an important signal for Lebanon to reassure investors and return to fiscal viability. The government's fiveyear consolidation path of five percentage points of GDP presented at CEDRE in April 2018 would have been just enough to stabilise public debt at its level at the time. One year on, as public debt has continued to grow, an even more ambitious adjustment will be necessary. Options on the table include raising VAT, reinstating fuel excises, phasing out the electricity subsidy, and containing the public wage bill. While the government announced subsidy cutting and a hiring freeze in an initial statement, it ruled out any tax hikes. This will unlikely be enough to do the job.

Resuming tax reform would strengthen revenue collection. The rigid structure of the expenditure side calls for enhanced structural revenue measures to achieve sustained fiscal adjustment. In 2017, the government adopted a first tax reform package including modest increases in VAT, taxes on financial institutions, taxes on interest income, taxes on lottery gains, and import excises on alcohol and tobacco. It also introduced a tax on capital gains from disposal of fixed assets, an advance payment on real estate contracts and fees on seaborne freight. However, the expected revenue increase from these measures was largely neutralised by a public sector pay rise at the time. Further efforts to improve revenue collection could include better compliance efforts and VAT base broadening. Closing the noncompliance component of the VAT gap alone could generate an estimated 3.3% of GDP. Eliminating VAT exemptions and reduced rates for certain goods and services could yield another 4.1% of GDP (IMF, 2017a). Additional tax reforms could aim at cutting down the number of personal income tax bands and implementing higher rates on higher incomes while protecting lower income earners.

External Sector Rebalancing. The currency peg has been an anchor of stability, although there are signs of overvaluation. The Lebanese Pound has been pegged to the US dollar at LBP 1507.5 per USD since December 1997. The peg has acted as the main pillar of economic stability for Lebanon, and maintaining its credibility has been of the highest priority for the Banque du Liban (BdL). However, the real effective exchange rate may be significantly overvalued, putting pressure on reserves. Gross foreign reserves declined to USD 39.7 billion at end-2018, covering around 12 months of imports, from USD 40.6 billion or 14 months of imports at end-2017. Redemptions of Eurobonds worth USD 2.2 billion in 2018, as well as currency conversions in the wake of political uncertainty, offset the BdL's financial engineering operation in early 2018 which had shifted net foreign asset positions from commercial banks to the central bank (see Box 1). Lebanon's Net International Investment Position is estimated at around 130% of GDP, largely related to foreign direct investment. Overall, the assessment of external vulnerabilities suffers from limited data availability.

Figure 6: Current Account Composition (Percent of GDP)



Sources: Ministry of Finance, CAS.

The protracted current account deficit and steady real appreciation point to losses in competitiveness. The current account deficit has been hovering at 20% of GDP in recent years and is expected to have reached around 27% in 2018. Large goods trade deficits have weighed on the current account, fuelled by weak exports and strong imports. Tourism and other services have generated comparably small, and shrinking, surpluses in services. While primary incomes have been negligible, the secondary income balance has been positive on the back of remittances, although these have also shown some declines in recent years. Export competitiveness has suffered from strong increases in the real effective exchange rate since 2007, attaching a hefty price tag to the currency peg. Exports would benefit from better exploiting trade agreements with the EU. The EU-Lebanon Association Agreement provides for preferential trade arrangements. Lebanon could better reap its trade potential with the EU, for instance by improving compliance with technical requirements and quality standards. The Single Support Framework of the EU's European Neighbourhood Instrument points to sanitary and phytosanitary standards in particular (EEAS and European Commission, 2017). The EU offers technical assistance and advice on legal and regulatory issues, as laid out in its 2018 Annual Action Programme, to help Lebanese companies capitalise more on the preferential trade opportunities that the Association Agreement offers (European Commission, 2018). Furthermore, the EU continues to support Lebanon towards membership of the World Trade Organisation and adhesion to the Agadir Agreement, which could be completed in 2019.

Currency devaluation could boost export competitiveness but would inflate the import bill and FX liabilities in domestic-currency terms. In view of the significant estimated overvaluation in real effective terms, a downward adjustment of the peg, or a free float with ensuing market-driven depreciation, could ignite exports and make Lebanon more attractive to tourists. However, before this positive impact would kick in, the large amount of imported goods for consumption and investment would immediately experience a sharp price increase, push up inflation and induce a strong contractionary monetary policy response, driving lending rates into prohibitive territory and induce a sharp recession. The large share of loans denominated in foreign currencies would aggravate the public and external debt burdens in the case of a devaluation, as the value of the FX

debt in LBP terms would increase.1 Since debt sustainability is problematic even on the current pegged exchange rate, a devaluation would in all likelihood tip Lebanon into a sovereign default. In turn, the stability of the banking sector would be acutely threatened.

Results

Lebanon's macrofinancial stability crucially depends on the country's ability to attract large-scale foreign deposits. Drawn by attractive interest rates for dollar-denominated deposits, a stable regulatory environment, and strict bank secrecy, foreign depositors including the wealthy Lebanese diaspora and investors from Gulf countries have traditionally ensured sizeable financial inflows, reflected in the financing of the current account deficit via portfolio and other investments, notably non-resident deposits.1 Banks have in turn effectively used these deposits to fund onward lending to the sovereign, incentivised by the BdL. Attracting sufficient capital has been proving increasingly challenging as non-resident private sector deposit growth has been volatile and eased in recent years, amounting to 5.6% on average during 2018, down from 6.7% in 2017. In early 2019, non-resident deposits even recorded a net outflow on a month-on-month basis.

Aiming to prop up financial inflows and to beef up FX reserves, the BdL engaged in repeated swap operations starting in 2016. Swapping Eurobonds issued by the Ministry of Finance with local currency denominated bonds, and then partly selling the Eurobonds to domestic banks incentivised by a premium, the BdL succeeded in raising both its own reserves and the banking sectors' capital base. However, the BdL's balance sheet has paid the price for these transactions, and banks have been driving down their holdings in BIS banks abroad, effectively depriving banks of their foreign currency-denominated buffers and increasing their vulnerability by further raising their exposure to the sovereign.

The trust of foreign depositors is inextricably linked to the expectation that the currency peg will endure and that the sovereign will not default, as a sovereign default would impair twothirds of bank asset. This could happen directly (as banks hold government bonds) or indirectly (as banks have deposits with the central bank, which holds government bonds) and could drive many banks into insolvency, thereby rendering them unable to honour their deposits. Lebanon enjoys a strong reputation for never having defaulted before, and for the strong and effective financial stabilisation role of the central bank. However, the emergence of any doubt could well trigger a self-fulfilling prophecy that would be very hard to contain. A credible, medium-term fiscal strategy is therefore vital to maintain the current funding model of the Lebanese economy.

References

1. Acevedo, Sebastian, Lu Han, Marie Kim, and Nicole Lafromboise (2016), "Flying to paradise: The role of airlift in the Caribbean tourism industry", IMF Working Paper 16/33.
2. Culiuc, Alexander (2014), "Determinants of international tourism", IMF Working Paper 14/82.
3. EU-Lebanon Association Council (2016), "EU-Lebanon Partnership Priorities", Decision No. 1/2016 of the EULebanon Association Council.
4. European Commission (2018), "Annual Action Programme in favour of the Republic of Lebanon for 2018", Commission Implementing Decision C(2018) 8188.
5. European External Action Service and European Commission (2017), "Programming of the European Neighbourhood Instrument – Single Support Framework for EU support to Lebanon, 2017-2020."
6. European Investment Bank (2018), "The EIB outside the European Union. Financing with global impact",

7. EIB Results Measurement Annual Report 2017. International Monetary Fund (2018), “Staff concluding statement of the 2018 Article IV mission”, https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/02/12/ms021218-lebanon-staff-concluding-statement-of-the-2018- article-iv-mission IMF (2017a), “Revenue mobilization options for Lebanon: Narrowing the VAT tax gap”, IMF Country Report 17/20. IMF (2017b), “Lebanon: Financial system stability assessment”, IMF Country Report 17/21.
8. Ministry of Economy (2018), “Lebanon Economic Vision”, https://www.economy.gov.lb/media/11893/20181022- 1228full-report-en.pdf World Bank (2018), “De-Risking Lebanon”, World Bank Lebanon Economic Monitor Fall 2018.
9. World Bank (2016), “Lebanon: Promoting poverty reduction and shared prosperity”, Systematic Country Diagnostic 103201.

How Does Technological Innovation In The Banking Sector Help In Strategic Management?

Seljan Gaffarly

selcangaffarli08@mail.ru

Abstract

Increasing competition in the developing world makes it compulsory for businesses to use new technologies for sustainability and profitable growth. These new technologies have led to changes in the banking sector as in all sectors. In the context of the digitalization of the economy, active innovative transformations are taking place in the banking segment. To achieve competitive advantage among the increasing rivals in the market, organizations must use innovation strategies. Therefore technological innovations are crucial things for banks to survive in competitive environment as other sectors of economy. One of the factors determining the modern dynamics of the global economic environment is the global digitalization of economic and social life. The most intensive technological transformations of the financial system are taking place in the banking segment.

In this paper, impacts of technological innovations on strategic management in banks have been discussed. Main purpose of this research is to define relationship between new technologies and main strategic evaluation measurements of banks, such as cost margin, return on assets and return on equity.

In this paper data, collected from secondary sources, such as reports, journals, magazines and etc. mainly, has been analyzed. Data covers years between 2008 and 2018 and refers to various countries, distinguished by technological innovations and Azerbaijan practice.

Findings confirm that there is positive relationship between technological innovations and strategic management indicators.

Key words: banking sector, strategic management, innovation, technology

Introduction

The use of innovative technologies in banking allows us to provide financial services in a more efficient way, forming various kinds of advantages (Akhisar, Batu and Tunay, 2015). Given the importance of banking for economic relations as a system of redistributing financial resources, an analysis of the advantages of innovative and technological development of the banking sector can be carried out for three interrelated categories: banks, consumers of banking services, and the state.

Innovative technologies, as a basis for innovative development, in the current conditions have a different impact on banking. For banks, the advantages of innovative technological development consist in improving scoring models, reducing transaction costs, reducing errors, and the ability to provide additional services, open access to new markets, improve the efficiency of business processes (Vives, 2017). These advantages make it possible to form the financial stability of the bank, increase the efficiency of its activities, and generally increase the competitiveness of the credit institution (Akhisar et., 2015).

Methodology

Research design

To explain relationship between new technologies and strategic performance explanatory research design has been used. For discussing new trends and near future vision in terms of using technologies in banking sector, exploratory design has been used.

Research approach

In this research qualitative and quantitative data that cover, distinguished countries with their adoption rate of bank innovations and Azerbaijan, between 2008 and 2018 has been collected.

Research tools

Data has been collected form secondary sources like international reports, journals, and websites and so on.

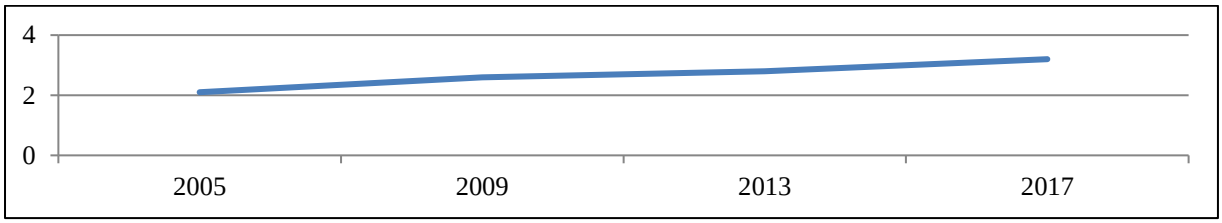
Method of analysis

The collected data are analyzed through descriptive analysis and grounded theory. Descriptive analysis method finds patterns from complex quantitative data. Grounded theory method analyzes qualitative data for defining reasons of certain case.

Analysis

Technologies have been used in banking sector since 1960s (Yıldız, 2017). Evolution of popular technologies in banking sector goes to first part of 20th century (Yıldız, 2017). One of the first examples of these technologies are Automated Teller Machines (ATMs). ATMs ease customers'issues and can service in 24 hours in any location.

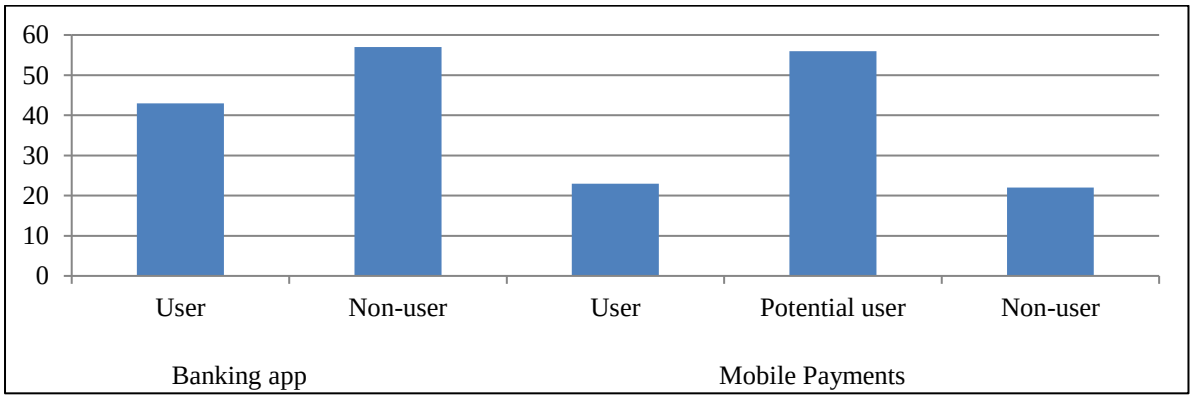
Figure 1: The proportion of ATM to branch of bank in Europe



Source: Kaya O. (2019), Artificial Intelligence in Banking, Deutsche Bank Research, p.4

Mobile banking is another system that gives opportunities to custmers for doing their operations with their phones. Using of mobile banking increases year by year (Kaya, 2019).

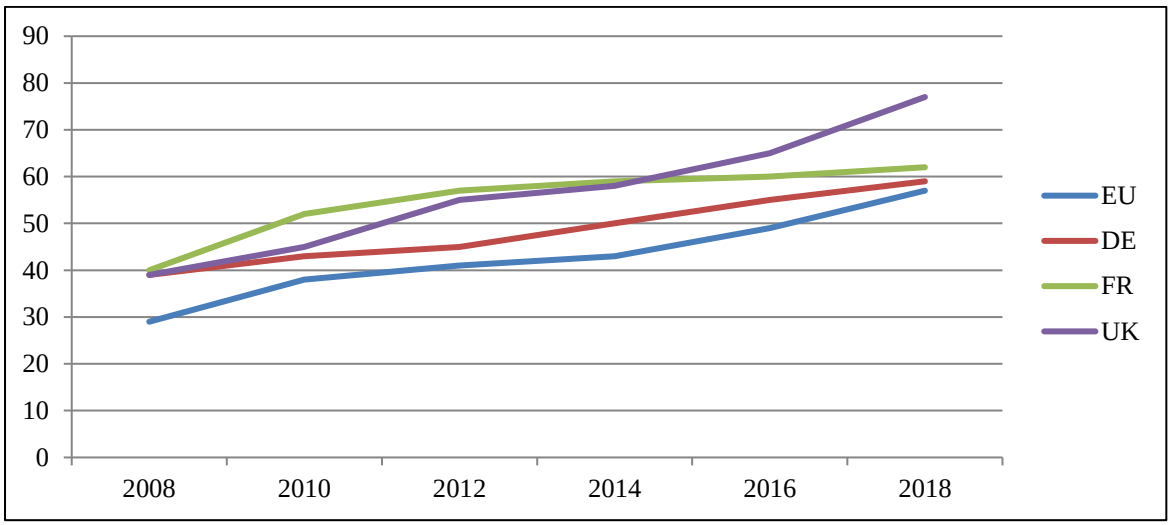
Figure 2: Mobile banking in Germany



Source: Kaya O. (2019), Artificial Intelligence in Banking, Deutsche Bank Research, p.5

Another important invention in banking sector was internet banking in 1980s.The first example of internet banking was "Net Bank" in USA (Yıldız, 2017). By using internet banking, customers can do their operations without time and place limits. Internet banking creates opportunities to banks for saving costs.

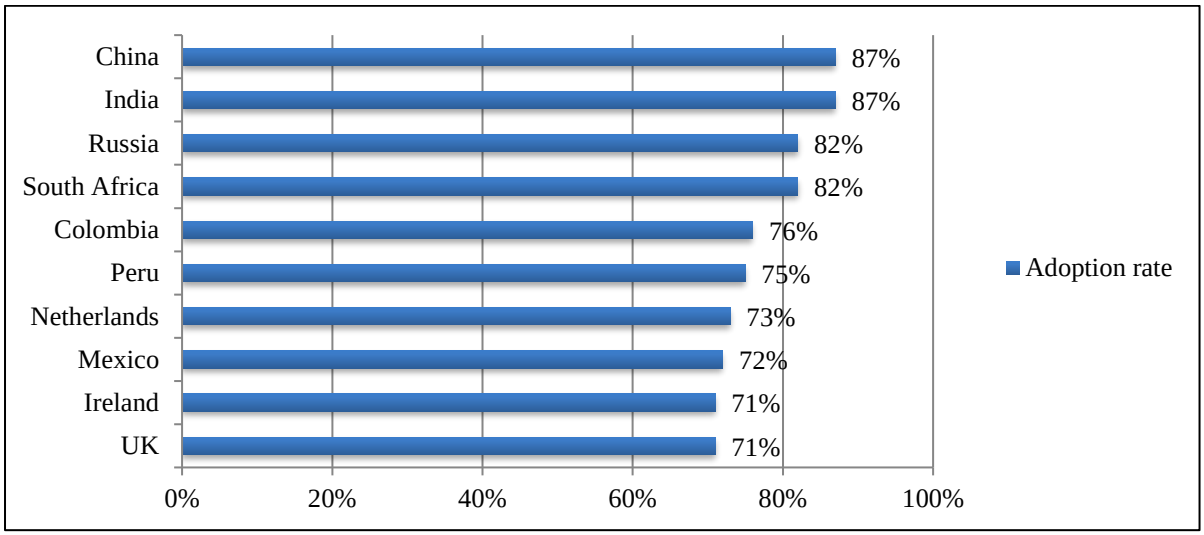
Figure 3: Growth in adult users of internet banking (%)



Source: Kaya O. (2019), Artificial Intelligence in Banking, Deutsche Bank Research, p.4

These innovations caused creation of new term "Fintech". "Fintech" can be explained as using technologies in financial services.

Figure 4: Fintech adoption rates



Source: Bull T., Chen S. and Chiselita D. (2019), Global FinTech Adoption Index, Report of EY, p.7

New age in banking sector is related to Artificial Intelligence (AI). AI imitates human brain for analyzing complex data, creating patterns and serving to customers (Jubraj, Graham and Ryan, 2018). AI applications in banks can be applied in four main area:

-Front office applications. These applications can serve customers and replace human workers;

- Back office applications. These applications can analyze fraud cases and help to prevent risk situations;

- Trade and portfolio applications. These applications candefine customers' behaviour and tastes and create portfolio of banks accordingly;

- Regulatory applications. These applications control data quality and do macroprudential control (Jubraj et., 2018).

Mainly used AI technology is “Chatbot”. Chatbots are used in front office for serving customers through voice or text. For example, ICICI bank in India uses chatbot named iPal for interacting with customers (Kalpesh, Abhijit and Monish, 2016).

“Robo-advisors” are also another example of AI. This technology advisescustomers to make cost-saving desicions and can make financial plans.

Main feature of AI is “Know Your Customer”. This feature help banks to serve their each customers in a personalized way (Mcintyre et al, 2019).

AI technologies have some common tools. These core tools can be summarized in3 categories (Latimore, 2018):

- One of these tools is machine learning. Machine learning is a feature of AI, that refreshes itself without human intervention. Machine learning can analyze complex data, that is difficult for human and find patterns (Latimore, 2018);

- Second tools is “Natural Language Processing” (NLP).This creates communication with custpmers. Customers say their issues, questions and NLP technology convert this information to digital form for understanding by AI and giving anwers (Latimore, 2018);

-Another tool is Natural Language Generation (NLG). This technology can answer customers’ questions. These answers can be in the form of human voice, text or graphics (Latimore, 2018).

AI creates some opportunities in banking sector. This opportunities can be classified in four groups (Kalpesh et., 2016):

-Engagement. This create loyalty on customer against the bank. Banks can define patterns on their customers’ behaviours and tastes, then can serve each of them in a personalized way. This causes positive customer experience and increases customer satisfaction;

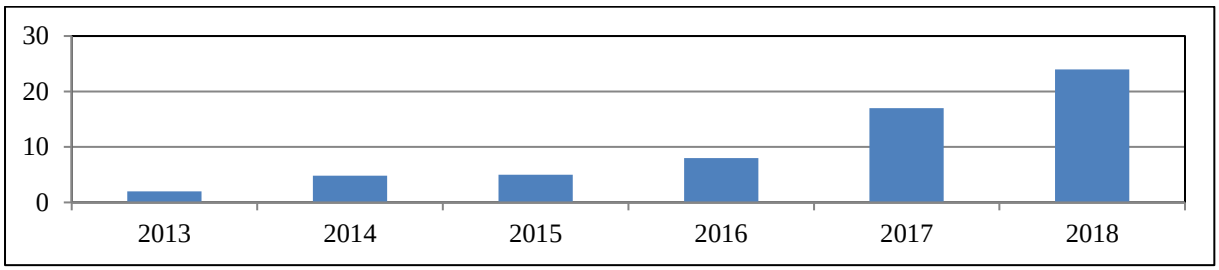
- Automation. AI does monotonous tasks and decision makingand replace some front office human workers. Through automation process, AI help to save costs in banks;

- Insights. AI technologies can analyze bank’s past operations, trends and complex data and systematize them.Then AI technologies can make forecasts through this systematic data. These forecasts help customers to make effective desicions, that save their costs (Kalpesh et., 2016);

- Shaping technologies. These technologies explore customers’ demand and new trends atmarket, then shape strategies and plans about financial and investment desicions.

Investments on AI applications increases day by day in the world.

Figure 5: Growth of AI investments globally



Source: Kaya O. (2019), Artificial Intelligence in Banking, Deutsche Bank Research, p.3

One of the examples of banks, that uses AI is “Royal Bank” in Scotland. The name of that technology is “Luvo”. “Luvo” can interact with customers and make 30000 conversation and answer 350 questions per month (Kalpesh et., 2016). Another example is “Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)”. Their AI system is called “Fonetic”. This system prevent risk cases in trade process. “Narrative Science” is also AI technology, that are used in financial services. This technology converts complex data to narrative form and creates financial reports in a automated.“Credit Suisse”, “USAA” can be shown as examples,that uses “Narrative Science” platform (Kalpesh et., 2016). For analyzing big data and finding patterns, DBS bank, in Singapore, uses “Watson” AI technology.

Applying of AI has some difficulties. Banks must consider these difficulties, when they use AI technologies:

-First challange is data centrelization. AI needs systematic, interconnected data for create patterns, making forecasts, serving customers and controlling internally (Mallari, 2019);

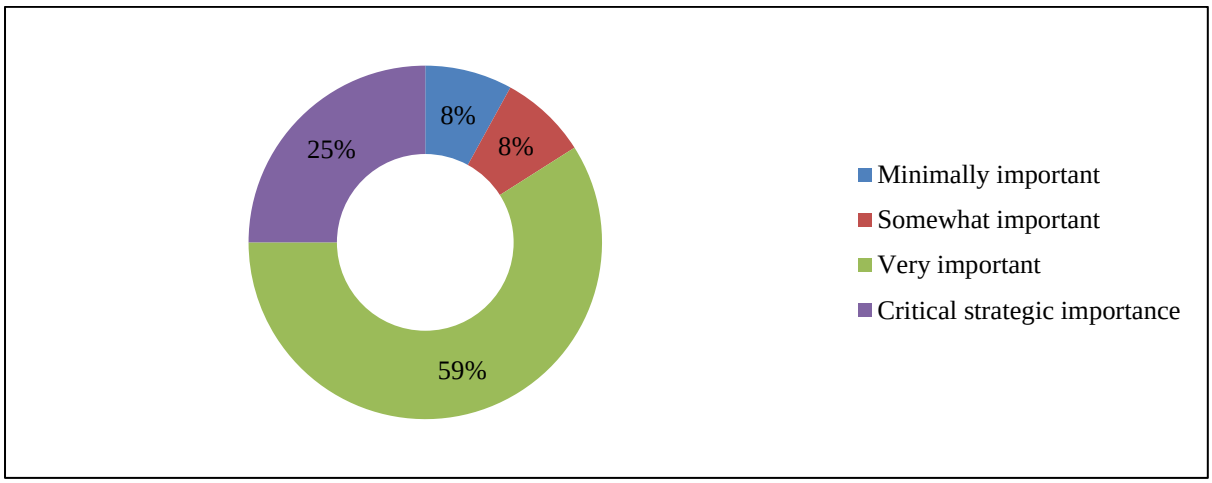
- Another diffculty is data security. Nowadays cyber crimes increse. When data is transformed to the digital form, third parties can steal customer information. These cases can also impact to bank’s reputation negatively.

- Regulation processes also effect to applying of AI. Some regulation articles prevent applying of AI at final desicion making process. According to article 22 in “the EU’s General Data Protection Regulation (GDPR)”, final desicion must be made by human (Mallari, 2019).

- Another challenge is knowing reason of the desicion made by AI. For example, if the AI refuses loan contact with any customer, that customer want to learn reason behind this decision. Exploring,why AI made this desicion, is so complex for human, because to make this desicion AI technologies analyze big data, that is difficult for human (Mallari, 2019).

Despite these difficulties, application of AI is main part of banks’strategic plans.Strategic plan is one of the intruments of strategic management. Strategic management is understood like the long-term justification of the goal, ways of development of the bank and a set of measures for their implementation.The goal of strategic management and planning is to introduce and develop new areas of activity, technologies and banking products so that they contribute to the growth of the volume of operations, increase revenues and increase the bank's market capitalization (Bellens, Meekings and Kennedy , 2018).The first key direction of innovative development is the strategic vision of the bank. Technological innovations have some impacts on strategic performance of banks. For measuring strategic performance in banks, variables such as return on assets (ROA), return on equity (ROE), avarage cost (AC) and cost to income ratio (CIR) are used mostly (Yıldız, 2017). Using technological innovations such as AI impacts positively to these variables. Technological innovations havealso positive impacts on customer engagement. Banks, that embed new technologies such as AI to their strategic plans, are called frontrunners.

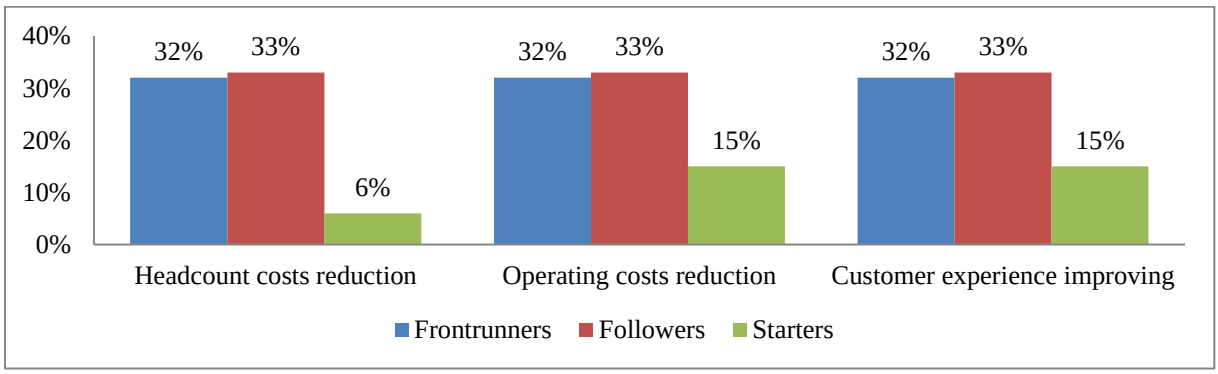
Figure 6: Perception level of frontrunners about technological innovation



Source:https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/artificial-intelligence-ai-financial-services-frontrunners.html, (15.12.2019)

High level of perception about technological innovations helps frontrunners for shaping better strategic plans embed with new technologies. Frontrunners apply these strategies to all levels of organizational process, from HR to customer service. It is not suprising frontrunners invest on AI startups more than others.

Figure 7: Advantages of application of technological innovations



Source:https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/artificial-intelligence-ai-financial-services-frontrunners.html, (15.12.2019)

In Azerbaijan also new pilot projects and laws are created. In this field some developments show themselves. It is good thing that banks are trying to apply innovation and increase using of mobile applications. Some banks such as “Pasha Bank” and “Rabita Bank” begins to apply “chatbots”, but these bots do not have artificial intelligence features. The reason for this is that there is not the library in the Azerbaijani language and its creation requires time and investment of human resources (Akhisar et., 2015).

At present, the issue of e-citizenship in Azerbaijan is on the agenda, and remote identification of customers is actively discussed. Even the Central Bank is implementing a pilot project in this area.

Conclusion

At the end, results of research shows that banks need to embed technological innovations to their strategic plans and apply it across the all operational processes. Banks, that are frontrunners in terms

of using of technological innovations, gain some benefits from application of new technologies:

-Going outside traditional banking operations;

- To bring new product and service to the sector;

- Development transaction volume through increasing of potential amount of customers;

- Keeping existing customers;

- Cost savings through replacement redundant workers by technology on doing monotonous operations;

- Reducing density of operations in departments;

- Reducing amount of departments and personnel;

- Reducing risks through preventing mistakes while doing operations wit complex and big data;

- Increasing customer engagement throgh good customer service;

- Increasing reputation andstregthten brand imageat the market;

- Getting competitive advantage against rivals by appliying new technologies, increasing market share and getting customer loyalty;

- Increasing revenue through cost savings and big market share and so on.

Future of financial services, such as banking depends on using and getting benefits from new technologies. To overcome challenges of application of technological innovations and utilize from these, demands collaborative effort of banks, government and interested companies.For Azerbaijan, there is much work to be done to develop technologies in banking sector. Some proposals are as follows:

- Together with short-term priorities, focusing on long-term implications and investment on new technologies;

- Using strategic collaborations for solving issues;

- Concentrate on segments, in which technological innovations can create radically profitable differences.

References

1. Akhisar İ., Batu K. T. and Tunay N., (2015), The Effects of Innovations on Bank Performance: The Case of Electronic Banking Services, Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol. 195, p. 369 – 375
2. Bellens J., Meekings K. and Kennedy S. (2018), Global Banking Outlook, Report of EY, London, England, 25 p.
3. Bull T., Chen S. and Chiselita D. (2019), Global FinTech Adoption Index, Report of EY, 44 p.
4. Jubraj R., Graham T. and Ryan E. (2018) Redifine Banking with Artificial Intelligence, Report of Accenture, 20 p.
5. Kalpesh J., Abhijit M. and Monish S. (2016), Banking on the Future: Vision 2020, Report of Deloitte, İndia, 41 p.
6. Kaya O. (2019), “Artificial Intelligence in Banking”, Deutsche Bank Research, 9 p.
7. Latimore D. (2018), Artificial Intelligence in Banking, Report of Celent, 27 p.
8. Mallari B., (2019), Artificial Intelligence - Impact on Job Security, Trinity Western University, langley city,

canada, 6 p.

9. Mcintyre A., Conway K., Lillis S., Mcelwaine P., Sidebottom P. and Westland S. (2019), The Dawn Of banking Inthe Postdigital Era, Report of Accenture, Dublin, İreland, 30 p.
10. Vedapradha R. and Harıharan R. (2018), Application Of Artificial Intelligence in Investment Banks, Review of Economic and Business Studies, Vol. 11, pp.131-136
11. Vives X. (2017), The Impact Of Fintech On Banking, European Economy, Vol.2, p.97-105
12. Yildiz Ç. Ç. (2017), Yeni Teknolojilerin Bankacilik Sektörüne Olan Sosyoekonomik Etkileri:Türkiye Örneği, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Istanbul, 39 s.
13. https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/artificial-intelligence-ai-financial-services-frontrunners.html, (15.12.2019)

What company should not do in next banking crisis

Rahimov Nurlan

nurlanrehmv@gmail.com

Abstract

Among the most acute problems of economic development and its most sensitive sectors over the past decades is ensuring financial stability. Unfortunately, the dynamism of the processes taking place in the world and in national jurisdictions indicates that the frequency of crisis phenomena that arise in different segments of the world economy does not allow regulators to cope with new challenges in a timely manner despite the continuous improvement of methods and mechanisms of prudential supervision and regulation. In this regard, the fundamental and applied problems of crisis management at the macro and micro levels are gaining relevance and are in demand at the theoretical and applied levels. National regulators, including the Bank of Azerbaijan, are constantly working to improve regulatory standards, develop a list of the first signs of problems in the activities of commercial banks, as well as supervisory response measures. The transitional state of the Azerbaijan banking business, the implementation of the restructuring and modernization of the banking industry, the emergence of troubled banks on the market have necessitated anti-crisis management of commercial banks. The absence of an anti-crisis component in the banking management system strengthens distrust of the banking sector and reduces its effectiveness.The accumulated experience in studying the causes of crises in banks, the methodology of crisis management and bank restructuring in foreign countries does not take into account the specifics of the Azerbaijan market. This requires a search for a bank crisis management model that is adequate to Azerbaijan conditions.

Key words: Financial Crisis, Commercial analysis, banking crisis

Introduction

The banking crisis has traditionally been understood as the persistent inability of a significant number of banks to fulfill their obligations to counterparties, which is expressed as a violation of the terms of settlement and cash services, obligations to depositors, holders of bank obligations, bankruptcy and liquidation of banking institutions. The greater part of the existing banks in the crisis, the naturally, it has more serious economic consequences. If the banks that carry out the largest volumes of basic banking operations begin to experience serious difficulties, then the crisis can be considered systemic, that is, threatening the existence of the entire banking system.

At present, the most acute manifestations of the crisis (interruptions in the work of the settlement system, flight of depositors from banks) have been overcome, the banking system is in a state of stagnation and the search for ways to survive. The problems of regulating relations with foreign and domestic lenders, restoring confidence in the banking system, restructuring and recapitalizing the country's banking system have come to the fore. (Brown, S., A. Lynch, and A. Petajisto, 2017: p.207).

Azerbaijan was far from the first country to face a large-scale economic crisis and a crisis in the banking system in particular. World experience in banking crises is extensive. During the 20th century, there was practically no country left that had not experienced it to one extent or another. Studying the world experience, analyzing the mistakes of other countries would help to avoid their repetition in Russia.Over the past 20 years, significant and extensive changes have occurred in the global economy. The reduction of government intervention in the economy, the liberalization of financial markets, the active privatization of state property coincided with the development of new

information technologies. All these changes made it possible to form new financial markets and connect national systems into a single market.

The experience of different countries proves that banking crises reflect the complex process of adapting banking systems to new macroeconomic conditions. Liberalization of foreign economic relations and deregulation of the banking sector in developed and developing countries, globalization of the financial services market, market reforms in countries with economies in transition — all these processes developed quite painfully, increasing macroeconomic instability and imbalance of the economy at the first stages and negatively affecting the state of bank balances. Against the background of increased instability of the banking system, they turned out to be extremely susceptible to such traditional factors of banking crises as the economic downturn, turmoil in the real sector of the economy.(Soliman, A.M., 2018: p.59).

The decline in production, the deterioration of the solvency of enterprises-borrowers of banks are a traditional cause of banking crises. The degree of influence of the crisis in the economy on the banking system depends on many factors. However, it is important to highlight the underlying reason - the state of the banking system itself at the beginning of the economic crisis. We are talking primarily about the liquidity positions of banks, about how much their liabilities are secured by their own capital, and what is the quality of their loan portfolio. Excessive credit expansion during a long economic recovery, as a rule, is a factor provoking banking crises. The flip side of credit expansion is a deterioration in the quality of the loan portfolio, an overestimated assessment of collateral for loans, and an increase in credit risk. At the same time, accelerated credit growth makes it difficult for regulators to monitor the quality of banks' loan portfolios as a result of their rapid change.(Aleksashenko S., 2019: p.60).

Credit expansion has preceded banking crises in many countries over the past 20 years, including Japan, Latin America in the 80s, and Southeast Asian countries in the 90s. The experience of these countries indicates that credit growth, more than double the GDP growth, can be considered a signal of a potential threat of a banking crisis.Inflation affects the banking sector through several channels - through interest rates, weakening incentives for savings and narrowing the deposit base, the flight of national capital abroad, and a change in the structure of active and passive operations. During inflation, bank assets can grow rapidly, even in real terms, and bank profits can grow if they manage to keep interest margins high. Financial institutions with much longer-term assets than liabilities are in a difficult situation. Investors, especially at high rates of price growth, can negatively respond to banks to lower real interest rates, especially if there are alternative options for investing savings. To maintain the deposit base, banks are forced to raise interest rates on deposits. If, at the same time, the opportunities for increasing the yield on active operations are limited due to low liquid or illiquid long-term assets, banks experience a sharp drop in profits.(Obstfeld, Maurice, 2018: p.59).

In most countries, during the period of high growth in prices, banks significantly reduced the terms of credit contracts, reorienting themselves to borrowers with a high capital turnover rate. Since one of the fundamental functions of banks is to turn current savings into long-term investments, a sharp reduction in the terms of contracts with an inevitable decrease in investment financing can be considered as a “erosion” of financial institutions. Reducing the terms of loan contracts significantly undermines the stability of banks, making them more vulnerable to fluctuations in the situation.

The deterioration of the terms of trade was observed in most countries where banking crises took place. In a sample of 29 countries with systemic crises, trade conditions tended to worsen several years before the crisis. In general, the pre-crisis fall in foreign trade reached 17%. For countries with partial crises, this figure was 4%, while in countries where there were no banking crises, terms of trade improved. The fall in prices for the most important export items after several years of boom led to a sharp deterioration in the financial situation of exporting companies and their banks and contributed to the development of banking crises, in particular in Chile, Malaysia, and Norway. (Howells, P.G., 2017).

Macro stabilization can have an impact in a different scenario. So, an overly tight program can lead to a sharp change in the conditions in which commercial banks operate, and to an increase in the difficulties of banks that are not able to adapt to new business conditions. Often, in this situation, most credit institutions in a country hit by a banking crisis find themselves in it.A thorough study of the above-mentioned conditions for the development of banking systems of various countries that led to banking crises and their analysis should help domestic reformers and, above all, the Central Bank, build a competent strategy for the development of the country's banking system. It should be noted that there is no and cannot be a stable banking system with strong, stable banks that provide a full range of banking services, in a country with weak enterprises, an underdeveloped economy, and tormented by structural imbalances in production. (Brown, S., A. Lynch, and A. Petajisto, 2010: p147).

The banking crisis should be seen as an inevitable by-product of the liberal financial regime, which has been typical for an increasing number of countries over the past 15 to 20 years. Despite the fact that some countries did not experience banking crises in the last third of a century (Germany, Great Britain, Holland), there is no reason to expect these exceptions to become a rule. A crisis prevention policy based on stronger market discipline and better bank control will certainly reduce underlying risks. It will also facilitate the early identification of growing problems in the banking system in order to take timely corrective measures. Finally, better awareness, stronger institutions, and more effective policy instruments should also help resolve crises. Anyway, we can expect the persistence of banking crises as an integral feature of the global economy. It also suggests that they will constitute a long-term threat to macroeconomic stability and the sustainability of global capital markets.(Brown, S., A. Lynch, and A. Petajisto., 2017).

Many banks suffered as a result of granting loans. The banking crisis is characterized by a sharp increase in the share of doubtful and bad debts in banks' loan portfolios, an increase in their losses due to the revaluation of uncovered market positions, and a decrease in the real value of bank assets. All this leads to a massive deterioration in the solvency of banks and reflects the inability of the banking system to effectively distribute financial resources. Statistically, a decrease in the efficiency of resource allocation is most clearly manifested in an increase in the share of overdue loans in the total volume of bank loans. The main signal is the emergence of a liquidity crisis, which can not only hit a limited number of insolvent banks, but also capture stable banks.

Banks, as a rule, provide for certain losses in their portfolio of assets. However, there have never been and never will be absolutely safe loans issued to the private sector, since there is a problem of asymmetric information flows. Solid and solvent banks cover these losses with pre-created risk reserves. Banks calculate the degree of risk for each item of assets and create the appropriate funds to

compensate for the expected losses. Determining the risk of not repaying loans and taking preventive measures is a prerequisite for the normal functioning of banks.(Caporale, G.M., 2018: p.154).

Poor management and / or negative external factors can lead to a bank crisis, which becomes apparent when existing reserves and capital base cannot cover all losses on assets. In this case, the shareholders lose their initial investment, and additional financing is required to cover all losses.(Philip B., Alex E., Itay G, 2016: p.460).

There are two ways to solve the problem. The first is to liquidate the bank, and then losses after the sale of assets will be covered by the owners of deposits and / or the deposit guarantee fund, if any. The second way is recapitalization of the bank. It can be implemented by new private shareholders if they are interested in acquiring a bank at high entry costs. If private investors do not show interest in buying a bank, the state itself carries out its recapitalization or takes the bank under its control. In this case, corresponding to the systemic banking crisis, a significant part of the net losses is transferred to current and future taxpayers until the bank's life is restored. As a rule, the state can then privatize the restructured bank in order to recover the funds spent on its restructuring. Another issue is the ability of the state to cover the financial costs of restructuring in the framework of a stable budget and credit mechanism. Such a general scheme allows us to distinguish three types of banking crises.(Amelin I.E. 2017: p.32).

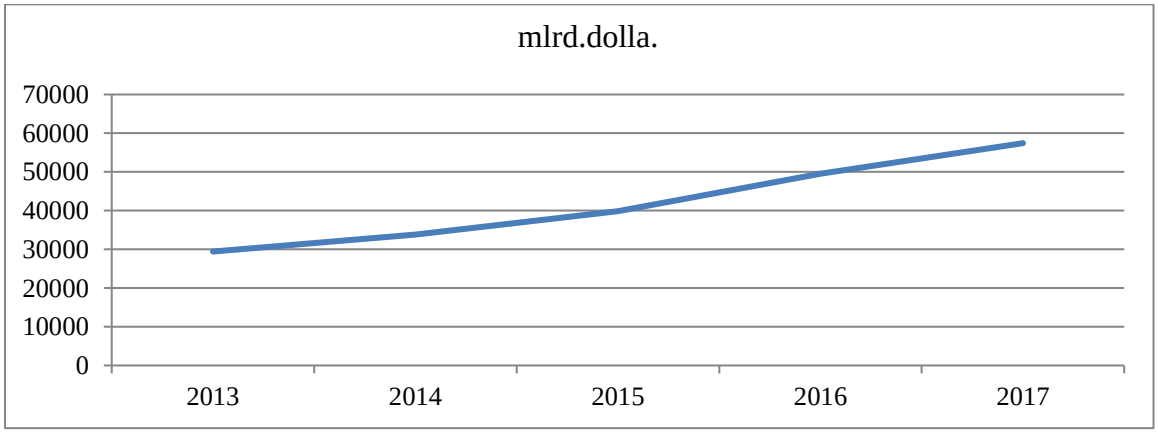
Method

In the course of this work, general scientific and special research methods were used, such as statistical analysis, synthesis, generalization method, comparison method, correlation analysis.Comparative analysis methods will also be used in writing a dissertation. Thus, comparative analysis of different enterprises will be conducted in different chapters of the dissertation, and comprehensive economic analysis of these enterprises will be conducted.The methodological basis of the dissertation research is dialectical and system-functional approaches, methods of formal logic, functional and institutional analysis, statistical research methods.

Analysis

An analysis of the assets of commercial banks is of great importance for their financial stability. Despite the slowdown in WFP growth, there is a tendency towards an increase in the total volume of assets in the banking system of Azerbaijan, which is clearly illustrated in

Figure 1. - The volume of assets in the banking system of the Azerbaijan Republic, billion rubles.



At the end of 2018, there was a total of 6,088 banks operating in the European Union 28. Across Europe, approximately 2.67 million individuals were employed by credit institutions, with some bank employees looking after more than two hundred customers each. In 2018, Germany had almost one thousand more banks operating than any other European country. Germany has three main types of banks, which includes Commercial, savings (or Sparkassen) and Cooperative banks. As of 2018, Co-operative banksaccounted for 879 of the 1.78 thousand banks in operation. Between 2013 and 2017, almost one thousand co-operative banks closed.

Table 1. Number of banks in Europe (EU28) in 2018, by country

	Number of banks
Germany	1,584
Poland	647
Austria	544
Italy	508
France	409
United Kingdom	390
Ireland	327
Finland	257
Spain	200
Sweden	153
Portugal	141
Luxembourg	135
Denmark	98
Netherlands	93
Belgium	88
Lithuania	85
Hungary	60
Czechia	59
Latvia	54
Greece	37
Estonia	37
Romania	34
Cyprus	32
Slovakia	27
Bulgaria	26

Source: https://www.statista.com/statistics/264905/top-10-banks-by-market-capitalization/ (01.01.2020)

Market capitalization, also known as stock market value, is the total value of issued shares of a publicly traded company. It is equal to the share price multiplied by the number of shares outstanding. It applies only to publicly traded companies or companies that have made their stock market debut, also known as an initial public offering or IPO. Due to the nature of the capitalist system and the practice of buying and selling stock in public markets, market capitalization can be used as a proxy for the wider public's opinion of a company's net worth, making it therefore a determining factor in calculating other theoretical values of companies and their stocks: for example, stock valuation. Although market capitalization of stock markets and economic regions can be used as a comparison against other economic indicators, it reflects only the equity value of a company. The equity value does not take into account the firm's choice of capital structure, which has a great influence on how a company allocates between equity and debt.(Zervos, S, 2019: p.459).

2018, there were 4,708 FDIC-insured commercial banks in the United States. The FDIC, of Federal Deposit Insurance Corporation, is an agency that insures the banking system in the U.S. The number

of such registered banks has been declining since 2002, when it there were over 7,800 FDIC-insured banks in the country.

Number of FDIC-insured commercial banks in the United States from 2002 to 2018

	Number of banks
2018	4,708
2017	4,909
2016	5,102
2015	5,330
2014	5,596
2013	5,836
2012	6,061
2011	6,263
2010	6,506
2009	6,813
2008	7,061
2007	7,262
2006	7,380
2005	7,507
2004	7,612
2003	7,750
2002	7,870

Source:https://www.statista.com/statistics/184536/number-of-fdic-insured-us-commercial-bank-institutions/ (01.01.2020).

In finance, the financial market encompasses the part of the free market economic system in which people and entities can trade securities, commodities and other goods at low transaction costs that reflect supply and demand. The financial markets facilitate a number of things that are essential to the workings of a market economy, an economy which heavily relies on interactions between buyers and sellers for the allocation of resources. The financial market encourages the raising of capital; it promotes international trade through the currency markets, the transfer of liquidity, the transfer of risk, and price discovery, and it allows a much higher level of integration for global transactions.

Conclusion

Based on the results of the dissertation research on the topic “Anti-crisis management of commercial banks in the context of the restructuring of the banking system”, the following conclusions can be drawn:

The banking crisis is one of the states of instability and is seen as an extreme aggravation of contradictions in the bank (banking system), leading to the oppression of the most important functions of the organization (system) and threatening environmental sustainability. The contradictions are related to the impact on the bank of external and internal factors of crisis, which are classified into factors of a general and specific nature. When identifying crisis conditions, it is necessary to take into account the manifestation of symptoms, crisis factors and the impact of causes - catalysts for the crisis.

The crisis of a commercial bank is associated with the influence of numerous factors, the most destructive are macroeconomic, system-wide, financial, regulatory, regional and corporate factors. In the study of endogenous crisis factors at the level of an individual commercial bank, it was found that the crisis conditions are due to the specifics of banking as a diversified and high-risk type of entrepreneurial activity. Exposure to the crisis as a potential threat to the bank’s activities is associated with the specifics of the functioning of bank capital as public capital, the bank’s high

dependence on external sources, the fixedness of bank obligations in terms and volumes, and the discharge of credit money. The variety of risks taken by the bank is due to the activities of banks in the money, capital and capital markets and their structural elements — credit, investment, financial, and speculative markets. Banking, which has emerged as a diversified type of activity, has acquired the specificity of the risks of credit, settlement, deposit, issuing, money-changing and intermediation in the aggregate of their influence.

The presence of internal genetic contradictions in banking, a high dependence on external environmental sustainability factors, the social nature of banks requires a special approach to management, the use of a special type of banking management - crisis management. Crisis management of a commercial bank is understood as a complex of measures aimed at preventing a crisis, organizing and conducting work to get out of a crisis with the least losses.

Anti-crisis management of the bank as a category is implemented in everyday practice, primarily of insolvent banks, has the features of applied management, characterized by attempts to formulate methodological approaches to improve banking management. Thus, we can state that there is no academic level in the application of the concept, which should be formed on the basis of the general theory of management.

The correlation of the object and functions of banking management, crisis management, and risk management allows us to consider AKUKB as a special type of management, characterized by focus, dynamism, adaptability. The object of AKUKB is the activity of a commercial bank, the managerial impact is directed at liquidity, profitability, and stability of the bank in relation to internal and external crisis factors, a particular case of which are individual business risks. The anti-crisis management system for commercial banks is a combination of subsystems of general and linear management, functional subsystems and the relationships between them. Functional subsystems provide management of anti-crisis planning, analysis, diagnostics of financial condition, information and legal support of anti-crisis measures, regulation of activities of bank divisions, internal control, and marketing.

7) An analysis of the practice of anti-crisis management of commercial banks indicates the absence of a preventive component, the use of a narrow set of remediation and liquidation measures. The low efficiency of restructuring measures is determined by the weakness of the banking system of the Azerbaijan Republic, and the incompleteness of its formation. The restructuring focus on certain groups of large and sectoral banks is not linked to the concept of restructuring the banking system and its main strategic goals - ensuring the stability of the banking system and creating conditions for banks to perform generic functions.

To complete the process of restructuring the banking system, it is necessary to take into account the peculiarities of the multistructure system of commercial banks, regional and corporate factors affecting the activities of banks. The implementation of the general concept of restructuring is associated with a focus on intrabank management, improving the quality characteristics and areas of banking management.

A new approach is needed to achieve the sustainability of commercial banks through early diagnosis of crises, the application of individual criteria for crisis, modeling the possibility of their emergence and exit crisis situations. The model of stability criteria proposed by the author contributes to the early prevention of insolvency and bankruptcy of a commercial bank, the use of a wide range of crisis management tools and the implementation of a crisis management system at a strategic level.

References

1. Aleksashenko S. (2019). Economics of Russia: development prospects in 2018// Analytical Banking Journal. No. 3 (58), 56-74
2. Amelin I.E. (2017). Methods of calculating the credit limit and a graphical model of bank stability // Bankruptcy of credit organizations..-№1. 31-33
3. Brown, S., A. Lynch, and A. Petajisto. (2017). Hedge Funds after Dodd-Frank. NYU Stern Policy Solutions to Restore Financial Stability February 20, 201-219
4. Caporale, G.M., 2018). Brief philosophical dictionary. M .: 2016- 1-307
5. Howells, P.G.(2017). A history of financial turmoil. From John Law to Sergey Kiriyenko. M .: CJSC Olymp-business, 1- 378
6. Obstfeld, Maurice (2016). New corporate strategy: Transl. From English.-SPb .: Peter, 1-356
7. Philip B., Alex E., Itay G (2016). The structure and functioning of modern financial capital // MEMO.- 11, 459-462
8. Soliman, A.M..(V (2018). International experience in restructuring banking systems. M .: Bureau of Economic Analysis, 1-198
9. Zervos, S (2019). Banking houses in Russia 2009 Essays on the History of Private Entrepreneurship L .: Nauka, 1, 1-245

E-ticaretin Müşteri Faydasında Rolü Ve İnternet Yaygınlılığı Azerbaycan Durumu: Olasılıklar ve Zorluklar

Fəqan QARAYEV

qarayevfeqan223@gmail.com

Özet

Elektronik ticaret veya e-ticaret, İnternet üzerinden mal ve hizmet alım ve satımıdır. Satın alma ve satış dışında, birçok kişi İnternet'i fiyatları karşılaştırmak veya online veya geleneksel mağazadan alışveriş yapmaktan önce sunulan en son ürünlere bakmak için bir bilgi kaynağı olarak kullanır. İnternet ve e-ticaret gelişmiş ülkelerde ideal iş amaçlı kullanılırsa, büyük başarılar ve faydalar salgılar. E-ticaret iş dünyasında bir devrimdir. Ticaret terimi, iş ortakları arasında gerçekleştirilen işlemler olarak görülmektedir. Elektronik ticaret, internet de dahil olmak üzere bilgisayar ağları üzerinden ürün, hizmet ve bilgi satın alma ve satma veya alışverişi sürecini tanımlayan yeni bir kavramdır. E-ticaretin müşteri memnuniyetine değer katma özelliği vardır ve dünyanın gelişmiş ülkelerinin bakış açısından, e-ticaret web siteleri çevrimiçi ürün ve hizmet satın almak için çok uygundur. Bilgi ve İletişim teknolojisinin ilerlemesi, insanın günlük yaşamının tüm alanlarında birçok değişiklik getirmiştir. Günümüzde İnternet aracılığıyla bir çok kişi online ticari kurumlarla iletişime geçerek e-ticaret işlemlerinden yararlanıyorlar. Bu kaçınılmazdır ki, modern e-ticaret doksanların ortalarında World Wide Web'in geliştirilmesiyle ortaya çıkmştır. İnterneti kullanarak ticari işlemleri kolaylamak için tasarlanan teknolojiler çok hızlı bir şekilde gelişmiştir. Buna rağmen, müşterinin çözülmemiş gizlilik sorunları teknolojilerin daha fazla gelişmesini engellediğinden, İnternet'i kullanarak henüz işlemlerin güvenli ve sorunsuz şekilde gerçekleştiği bir çevreye ulaşamadık. Bu çalışma, gelişmekte olan ekonomiye sahip Azerbaycanın e-ticaret durumunu, bazı olasılıkları ve zorlukları öngörmektedir.

Anahtar kelimeler: E-ticaret, İnternet, Bilgi Teknolojisi, Azerbaycan, Müşteri memnuniyeti

Giriş

E-ticaret “çoğunlukla internet üzerinden ürün, hizmet ve / veya bilgi satın alma, satma, aktarma veya alışverişi süreci” olarak tanımlanmaktadır. (Turban et al., 2012).

İşletmeden tüketiciye (B2C), e-bankacılık, işletmeden işletmeye (B2B), tüketiciden tüketiciye (C2C), eşler arası (P2P), mobil ticaret gibi çeşitli e-ticaret modelleri vardır. (Laudon & Traver, 2010)

E-ticaretin birçok faydası ürün tanıtımı, maliyet tasarrufu, zamanında bilgi, bilgi tutarlılığı, daha iyi müşteri hizmeti, daha iyi müşteri değeri, rekabet avantajı ve iş yapmanın kolaylığıdır (Alwahaishi, Nehari-Talet & Snasel, 2009). E-ticaret sadece bireysel müşterilere ve işletmelere fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kaynakların verimli kullanımı sayesinde ülkenin genel ekonomisini de geliştirir. Bu şekilde, e-ticaret, maliyet, zaman ve çaba açısından ticari işlemlerde verimliliği artırdığı için eski iş yapma yöntemlerinin yerini alır.

Azerbaycan gibi gelişmekte olan ülkede e-ticaretin yaygın olması için bazı şartların mevcutluluğu önemlidir. Örneğin, istenilen ülkede Bilgi ve İletişim Teknolojisi e-ticaretin temelidir. (Aaron, Decina& Skillen, 1999)

E-ticaretin teknolojik sağlayıcıları arasında İnternet, elektronik posta, World Wide Web, intranet ve extranet bulunur. Liu (2008) ise düşünüyor ki,e-ticaret gelişiminin temel belirleyicileri BİT becerileri ve teknolojik desteği olan insan kaynaklarıdır.

E-ticaret henüz bir sıra ülkeler için gelişmiş durumda değil. Fakat kapsayıcı ekonomik büyüme için e-ticaret şimdi daha önemli. Bunun için Azerbaycan hükümeti tarafından son yıllarda bazı adımlar atılmışdır. Örneğin 2018 yılında Azerbaycan ilk e-ticaret etkinliğini gerçekleştirdi. Ülkenin e-

ticaretin sağlayacağı bazı avantajlardan yararlanması (Azerbaycanın İpek Yolu üzerinde lojistik merkez olması, finansal hizmetler için posta ağının gerekliliyi, e-imza sistemlerinin artan kullanımı, hükümet veri merkezinin açılması, bulut hizmetlerini tanıtmak için önlemler ve diğer faktörler) söz konusu olmuştur.

Bunun yanı sıra, Azerbaycanda e-ticaretin gelişmesi, bununla da ülkenin sosyo-ekonomik inkişafı için yerel e-ticaret stratejisinin oluşturulması ve geliştirilmesi hükümetin dikkatindedir.

E-ticaretin ana görevi müşterilere kolay hızmet sunmaktır. BİT'lerin, özellikle de İnternet'in gelişmesi sonucu olarak, küresel iş dünyasının hızla İşletmeler Arası (B2B) e-Ticaret'e doğru ilerlemesinin yanı sıra, İşletmeden Tüketiciye (B2C) modeli de gelişiyor. Böyle ki, İnternet küresel pazara erişim sağladığı için, alıcılar fiyatları bölgelere göre karşılaştırabilir, fiyatların değişip değişmediğini öğrenebilir ve ikame ürünler hakkında bilgi edinebilirler. Pazarın şeffaflığı nedeniyle, müşteri çeşitli e-ticaret sitelerinin hizmetlerini kolayca karşılaştırabilir. E-ticaret durumunda, işletmeciler müşteriden yalnızca bir tık uzakta. Müşteriler belirli bir e-ticaret sitesi tarafından sunulan ürünlerden, fiyatlardan veya hizmetlerden memnun değilse, malum site çok daha kolay bir şekilde değişebilir. Satıcıların bakış açısına göre, bu durumda fiziksel bir mağaza varlığına ihtiyaç duyulmuyor.

B2C E-ticaret Orta Asya ve Kafkasya bölgesinde gelişmeye başlıyor. Orta Asya ve Kafkasya B2C E-ticaret Pazarı 2015'e göre, Azerbaycan ve Kazakistan hariç, İnternet kullanımı ülkelerinin çoğunda% 50'nin altındadır ve finansal hizmetlere erişim yalnızca Kazakistan'daki nüfusun yarısından fazlasına ulaşmaktadır. Bununla birlikte, yStats.com'un raporunun gösterdiği gibi, altyapı geliştikçe ve İnternet kullanımında artış görüldükce, Orta Asya ve Kafkas ülkelerinde B2C E-ticaret de büyüyebilir.

Asya ve Pasifik bölgesi (Azerbaycan dahil olmakla) B2C e-ticaret pazarında en büyük paya sahiptir. Hollanda merkezli E-ticaret Vakfına göre, bölge 2017'deki 2.3 trilyon $ küresel e-ticaret toplamının 1 trilyon $ 'ını oluşturmuştur.E-ticaret ekonomik faaliyetlerde açıkça büyüyor. Küresel gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki e-ticaretin payı 2011'de% 1,3'den 2015'te % 3,1'e yükselmiştir. Ekonomiye katkısı en çok Asya ve Pasifik bölgesinde belirgindir.

Bu çalışmanın amacı, e-ticaretin müşteriler için faydalarını aktarmak, Azerbaycanda e-ticaretin mevcut durumunu değerlendirmek, bu alanda yapılan faaliyyetleri ortaya çıkarmak, internetin kullanım durumunu gözden geçirmek, e-ticaretin yaygın olmasını engelleyen bazı kısıtlamaları öne sürmek ve çözüm sunmaktır.

Yöntem

Araştırmada ikincil veri toplama yöntemiyle çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler analiz edilmiştir. İkincil verilerin oluşturulmasında, çeşitli üniversite kütüphanelerinden, konuyla ilgili kurum ve birliklerin süreli ve süresiz yayınlarından ve internetten büyük ülçüde yararlanılmıştır.

Analiz

E-ticaret 1995 yılı başında ortaya çıkmıştır ve günümüzde gelişmekte olan bir ekonomide popüler hale gelmektedir. E-ticaret, ticari işlemleri yapabilmek için dijital ürünler kullanmak zorunluluğunu gerektirir. Dijital ürünler, dijital ağ üzerinden dağıtılabilen ürünlerdir (K. Laudon ve J. Laudon, 2013). E-ticaret, şirketlerin birbirleriyle, tüketiciler ve hükümetlerle etkileşime girme şeklini hızla değiştiriyor. BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojileri) ortamındaki değişikliklerin bir sonucu olarak, e-ticaret artık gelişmekte olan birçok pazarda ve gelişmekte olan ekonomilerde hızla büyümektedir

(UNCTAD, 2015). İnterneti kullanarak ticari işlemleri kolaylamak için tasarlanan teknolojiler çok hızlı bir şekilde gelişmiştir.

Çalışmada, e-ticaretin benimsenmesinde önemli etken gibi yer almakta olan İnternetin Azerbaycan'da durumu analiz edilmiştir.

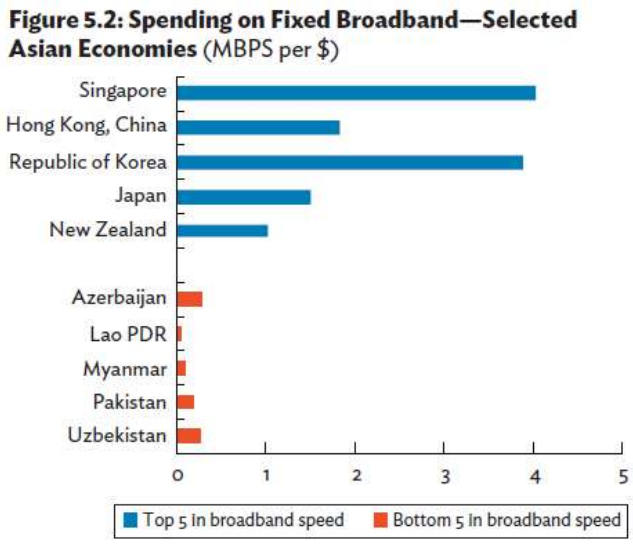
Devlet İstatistiklerinin 2005-2018 yıllarını kapsayan BİT'in ana altyapı göstergelerine göre, 2005'te 100 kişi başına İnternet kullanıcı sayısı 8'dir, ancak 2018'de bu sayı 10 kat artarak 80'e çıkmıştır. İlginç bir nokta ise, ayda 20 saatlik İnternet kullanımı için ortalama tarifenin 2005 yılında 5 manat olmasına rağmen, 2018'de bu rakam 1.2 manat gösterilmiştir.

2016 yılında Asya ve Pasifik ülkelerini kapsayan istatistiklere göre, Azerbaycan'da İnternet kullanıcılarının sayısı Gürcistan ve Ermenistan gibi komşu ülkelerden daha fazla olmaktadır.

İnternete çıkışın olmaması ve ya çıkış seviyesinin düşük olması e-ticareti engelleyen bir durum olmaktadır. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne (ITU) göre dünya nüfusunun% 52'si ve Asya ve Pasifik ülkelerinin % 62'si 2017'de internet erişiminden yoksundu. (Facebook 2016)

Bazı ekonomilerde, geniş bant internet hızının fiyatı yüksektir ve bu, e-ticaret pazarını geliştirmek için önemli bir engeldir. Şekil 2, Asya ve Pasifik'teki ilk 5 ve en düşük 5 ekonomide 1 dolara internet hızının kaç olduğunu göstermektedir. Azerbaycan'da 1 dolara internet hızı 0,26 MBPS teklif edilirken, Singapur'da bu fiyata 4 MBPS internet hızı elde edilmektedir. Bu istatistike, geniş bant internet hızının gelişmekte olan ekonomilerde fiyatının pahalı olduğunu ve olabileceğini vurgulamaktadır.

Şekil 1: Geniş bant internet hızının fiyatı-Seçilmiş Asya ülkeleri (dolar başına MBPS indirme hızı)



Kaynak: Speedtest Global Endeksi Şubat 2018, http://www.speedtest.net/ global-index; cable.com.uk. https://www.cable.co.uk/media-centre/release/ new-worldwide-broadband-price-league-unveiled

Müşterilerin bakış açısından e-ticaretin en büyük faydası zamandan tasarruf etmek ve dunyanın her hangi noktasından kolay erişime sahip olmaktır. Müşteri istediği zaman siparişini verebilir. Müşteriler için e-ticaretin diğer ana avantajları asağıdaki gibidir:

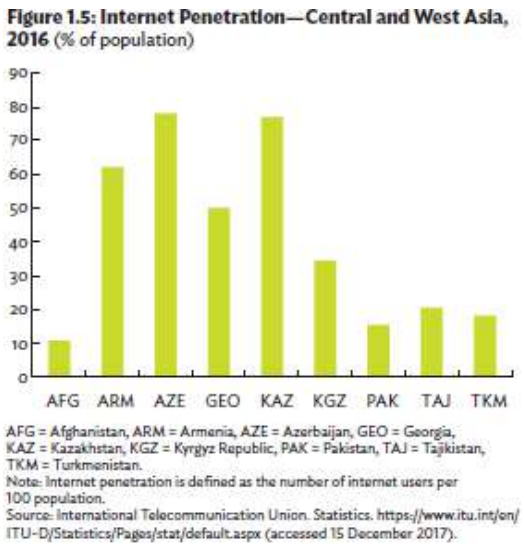
1. İşlemlerin yapılması için fazla masrafın çıkmaması

2. Daha fazla komfor-müesseye veya herhangi alışveriş merkezine gitmeden 24 saat boyunca internet üzerinden e-işlemler yapılabilir.
3. Zaman tasarrufu - Müşteri internet üzerinden zaman kaybetmeden her hangi bir ürünü satınala veya satabilir.
4. Bilgiye hızlı ve sürekli erişim- Müşteri, tek bir tıklamayla farklı web sitelerindeki bilgiye kolay erişebilir.
5. Kolaylık-Tüm alım ve satımlar evde otururak veya işyerinden veya müşterinin istediği yerden yapılabilir.
6. Diğer şirketlerin hizmetlerinden yararlanma-Bir şirketin hizmeti tatmin edici değilse müşteri istediği zaman şirketi kolayca değiştirebilir.
7. Müşteri, yerel veya ulusal pazarda bulunmayan herhangi ürünü internet üzerinden alabilir ve bu müşteriye ürüne eskisinden daha geniş bir erişim alanı sağlıyor.

Bir müşteri, bir ürün hakkında yorum ekleyebilir ve başkalarının ne satın aldığını görebilir.

Çeşitli ekonomilerde İnternet yaygınlığı gelişmiş ülke düzeyine ulaşmıştır. Azerbaycan'da internet kullanımı ve online alışveriş yapma 25 yaş altı kişiler arasında yaygındır.

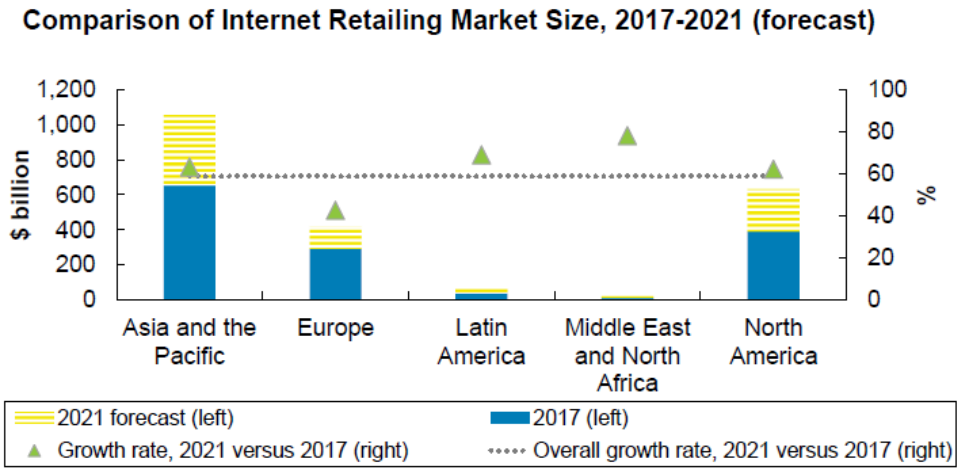
Şekil 2: İnternetin Yaygınlılığı - Orta ve Batı Asya, 2016 (nüfusun yüzdesi)



Kaynak: Eurasonitor International Database

Genel olarak, 2017-2021 arasındaki dönemde internet perakendeciliği pazarının boyutunun karşılaştırmasına göre, Asya ve Pasifik en büyük ve hızlı büyüyen e-ticaret piyasasıdır. Burada pazar boyutu, internet perakende pazarında satılan toplam mal ve hizmetleri içerir. Asya ve Pasifik Avustralya, Azerbaycan, Hong Kong, Çin, Hindistan, Endonezya, Japonya, Kazakistan, Malezya, Yeni Zelanda, Çin Halk Cumhuriyeti, Filipinler, Singapur, Kore Cumhuriyeti, Taipei, Çin, Tayland, Özbekistan ve Vietnamdan ibaretdir.

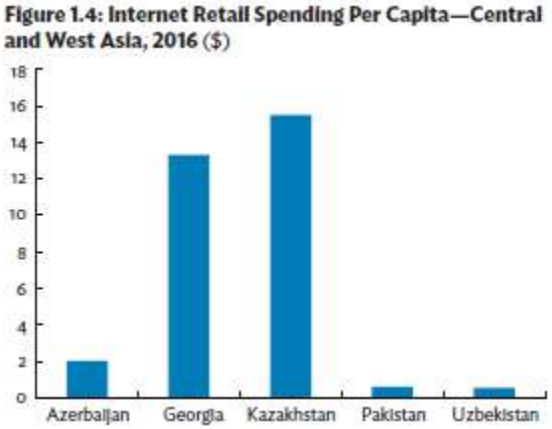
Şekil 3: İnternet perakendeciliği pazarının boyutu karşılaştırması, 2017-2021 (öngörü)



Kaynak: Eurasonitor International Database

Ancak, Euromonitor International'ın verilerini kullanarak Kshetri (2018) kaynağından belli oluyor ki, kişi başına internet perakende harcamalarını belirtmek üzere 2016 yılı seçilen 5 ülkeden (Azerbaycan, Gürcistan, Kazakistan, Pakistan ve Özbekistan dahil ülkeler) Azerbaycan Gürcistan ve Kazakistan'a kıyasla daha düşük seviye göstermiştir.

Şekil 4: Kişi başına internet perakende harcamaları



Kaynak: Kshetri (2018)

Orta ve Batı Asya e-ticaret pazarındaki çoğunluğu yabancı satıcılar ve platformlar oluşturuyorlar. Örneğin, Azerbaycanda çoğu genç olmak üzere, İnternet kullanıcıları daha çok Ebay gibi online hızmetler sunan platformlardan alışveriş yapmayı tercih ediyorlar. (ESCAP, 2018).

Ancak birkaç yıl öncesine kıyasla Azerbaycan'da e-ticaret ile ilgili yeni girişimler uygulanmaktadır. Örneğin, ülkede en çok kullanılan ödeme sistemlerinden biri Rusya'da kurulan Web Para Sistemi olmasına rağmen, son yıllarda yerel ödeme sistemleri geliştirilmiş ve bu alandaki iç rekabet artmıştır.

Bugün, epay.az, epul.az, million.az, AZercard.com ve diğer şirketler online ödeme hizmeti sunmaktadır. Buna ek olarak, devlet kurumları ve kamu hizmetleri için ödeme yapılabilecek Devlet Ödeme Portalı bulunmaktadır.

Buna ek olarak, GoldenPay ve Asan İmza gibi çevrimiçi doğrulama sistemleri, çevrimiçi satışları teşvik eden yerel elektronik ödeme sistemleri olarak görülebilir.

Bu hizmetlerden bazılarının geliştirilmesinin nedenlerinden biri, 2018 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev tarafından 2018 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Dijital Ödemelerin Geliştirilmesi için Devlet Programının imzalanmasıdır. Devlet Programı, Azerbaycan Cumhuriyeti'nde İletişim ve Bilgi Teknolojilerinin Geliştirilmesi için Stratejik Yol Haritası'nda dijital ödemelerin yayılmasına yönelik önleyici tedbirler uygulamak üzere tasarlanmıştır. Hükümet programının amacı, vatandaşlar, işletmeler ve devlet kurumları arasındaki nakitsiz ödeme ortamını önemli ölçüde genişletmek, nakit akışını en aza indirmek ve bunun sonucunda bankacılık sektörünün finansal kaynaklarını güçlendirmektir. (Eliyev, 2018)

Ancak, Azerbaycan'da hala geleneksel ödeme sisteminden, yani nakit ödeme usulünden yararlanan kişiler çoğul teşkil eder. Bunun en büyük nedeni Azerbaycanlı bir müşterinin daha şüpheci olması ve online ticarete daha az güven duymasıdır.

Azerbaycanda yurtiçi hizmetle aynı zamanda yurtdışı e-ticaret yapan bazı online siteler mevcuttur. Örneğin, AzExport.az online satış portalı, Azerbaycan'da üretilen ve dünyanın herhangi bir yerindeki alıcıların İnternet üzerinden satın alabileceği bir mal veritabanı sağlar. Yaygın kredi kartlarını, yurtdışı ve içi nakliye ve lojistik şirketlerinin hizmetlerini kullanarak güvenli ödeme seçenekleri sunar. Site, potansiyel alıcıları ürün veritabanına yönlendirmek için diğer büyük uluslararası satış portallarıyla da ortaklık kurmuştur.

Birçok otel, restoran, süpermarket giderek kredi ve banka kartı ödemelerini kabul etmektedir. Bununla birlikte, Azerbaycan'da çevrimiçi işlemler artmasına rağmen, seyahat ve turizm sektörlerinde de büyüme var, çünkü büyük otellerin yanı sıra uçak biletleri (aviasales.az, tickets.com.tr) için online rezervasyon imkanı da var. Ayrıca, insanlar İnternet üzerinden vize başvurusu yapabilirler. Bunun dışında, e-ticaretin gelişmesinin bir sonucu olarak, vize sürecini kolaylaştırmak için Azerbaycan hukumeti tarafından Asan Visa sistemi oluşturulmuştur. Bu, yabancıların hızlı bir şekilde hiç vakit kaybetmeden e-vize alabilecekleri anlamına gelmektedir.

Online hizmete gelince ise, süpermarketler de dahil olmak üzere, bazı işletmelerde e-ticaretin kollarından biri olan online teslimat aşağı seviyede kalmaktadır. Azerbaycan'da formajör hallarda durum daha kötüleşiyor. Günümüzde yayılan Koronavirüs nedeniyle karantina rejiminde kalması gereken insanlar Azerbaycanda süpermarketlerin online teslimat hizmetinin olmaması durumundan pek memnun değiller.

Bankalara gelince ise, PaşaBank, Kapital Bank, Azerbaycan Uluslararası Bankası gibi bankalarda online bankacılık hizmetleri müşterilere sunulmaktadır. Müşteriler bu nedenle fiziksel olarak bankaya gitmeden istedikleri zaman İnternet üzerinden banka işlemleri yapabilirler.

E-ticaretin geliştirilmesi için BİT'in inkişafında Azerbaycan hukumeti tarafından gerekli adımlar atılmaktadır. Bakanlık iletişim, BİT, bilim, teknoloji ve yenilikle ilgili politika oluşturmaktan ve değerlendirmeden sorumludur. Atılan adımlardan biri olarak, 2013 yılı Azerbaycan Cumhuriyeti Başkanı İlham Aliyev tarafından BİT yılı olarak kabullendirilmiş ve BİT geliştirme stratejisinin hazırlanması, BİT potansiyelinin güçlendirilmesi, İnternet kalitesinin artırılması, kullanıcı haklarının korunmasına yönelik bazı tedbirlerin uygulanması ile alakadar kararname çıkarılmıştır.

Ayrıca, hükümet elektronik imza, e-ticaret ile ilgili düzenlemeler hakkında bazı talimatlar vermiştir. Bu yasal düzenlemeler bilgi toplumuna geçiş sağlamayı, e-devlet yapısını güçlendirmeyi ve elektronik ticareti yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır.

E-ticaret hala 15.9 milyar AZN perakende sektörünün nispeten küçük bir alanını kapsıyor olsa da, odak noktası geleceğe yöneliktir. Bu, hala Azerbaycan'daki e-ticaret gelişiminin ilk aşamasıdır, yani gelecek, genişleme ve artan iş beklentileri için önemli fırsatlar sağlayacaktır. Örneğin, bu tip B2C e-ticaret pazarının ABD'deki perakende sektörünün% 2'sinden% 6'sına çıkması sekiz yıldan fazla zaman aldı. Mevcut e-ticaretin yerel büyüme oranı ile bu pazar 5 yıl içinde Azerbaycan'ın toplam perakende sektörünün% 3'üne ulaşmaya hazırlanıyor (https://www.thebusinessyear.com/azerbaijan-2016/e-rise/focus).

Azerbaycan hükümeti e-ticareti engelleyebilecek durumlardan biri olan siber güvenlikle mücadele konusunda bazı önlemler almakta devam ediyor. Örneğin, Azerbaycan'da Ulaştırma, İletişim ve Yüksek Teknolojiler Bakanlığı tarafından diğer devlet kurumlarıyla birlikte 2019-2022 yıllarını kapsayan siber güvenlik stratejisi geliştirilmiştir. Azerbaycan'da ulusal siber güvenlik düzeyini artırmak ve bilgi sistemlerine yönelik tehditleri azaltmak gerekir.

İstatistikler bu tür tehditlerin varlığını gösterir. Azerbaycan Özel İletişim ve Bilgi Güvenliği Devlet Ajansı'ndaki Bilgisayar Olaylarına Müdahale Ekibine (CERT) göre, ülkenin devlet kurumlarından bilgisayar güvenliği taleplerinin sayısı geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında, Ocak-Nisan 2019'da 1.200'ü aşmıştır. (Azernews, 2019, https://www.azernews.az/business/150833.html)

Sonuç ve Öneriler

E-ticaretin gelişmesinde en önemli faktörlerden birinin internetin yaygın kullanımı olduğunu söyleyebiliriz ve bu faktör Azerbaycan'da olumludur ve internet kullanıcılarının internet kullanımında artış görülmektedir.

Fakat, e-ticaret hizmetlerinden yararlanan kişiler daha çok genç kısım. Hukumetin yaptığı faaliyetlerin yanı sıra, e-ticaret şirketlerinin tüketiciler arasında e-ticaret bilinci oluşturmak için daha fazla çalışması gerekir. Örneğin, Sri Lanka'nın 2011 yılında kurulan bir e-ticaret girişimi Anything.lk potansiyel müşterileri e-ticaretin temelleri konusunda eğiten bir müşteri hizmetleri ekibine sahiptir. Bu, bir web sitesi ve e-postanın ne olduğu ve çevrimiçi işlem yapma koşullarını içerir. YourStory ile yapılan bir röportajda Anything.lk'in kurucusu, yaklaşık 400 müşterinin Colombo'daki ofisini ziyaret ettiğini, yaklaşık üçte birinin daha önce hiç çevrimiçi satın almadığını söylemiştir (YourStory 2013).

Bir başka önemli nokta, Azerbaycan'da internet fiyatlarının düşük gelirli insanlar için azalması durumunda, internette e-ticaret tarafından sağlanan hizmetlerden de yararlanabilmeleridir.

Azerbaycan'da bir sıra alanlarda online teslimat gelişmemiş durumda kalmaktadır. Örneğin, süpermarketlerde bu hizmet henüz yok seviyesindedir. Bu açıtan dağıtım ve lojistik altyapısının geliştirilmesi gereklidir. Diğer yandan, Azerbaycan'da adres sistemini değiştirme sürecinin başlaması, posta kutularının hizmetten çıkarılması veya kaldırılması, 7/24 çalışan posta ofislerinin ve "akıllı posta kutularının" olmaması ve bildirimlerin alıcıya kağıt şeklinde iletilmesi, ulaşım kalitesini de olumsuz yönde etkilemektedir. Günümüzde müşteri, postayı kağıt formda almak yerine SMS veya e-posta yoluyla bildirim alabilmesi daha kolay çözüm olabilir. Postanelerin yanı sıra 7/24 çalışan akıllı zarf kutularının kullanımı da ulatışım kalitesini ve müşteri memnuniyetini arttırabilir.

Azerbaycanlı müşterilerin güvencini kazanmak ve müşteri memnuniyetini kazanmak için yapılabilecek eylermlerden biri işletmelerin diğer ülkelerde e-ticaret alanında faaliyet yapan işletmelerin başarı öyküsünü gözden geçirmek olabilir. E-ticari kurumlar müşteri güvencini kazanmak için uygun strateji oluşturmaları gerekir. Örneğin, Vyetnamda faaliyet yapan Lazada çalıştığı yerel posta ofisleri aracılığıyla müşterilerden iadeleri kabul ediyor ve satınalınmamış ürün parasını nakit halde geri veriyor. Bangladeş'te faaliyet yapan diğer bir online şirket Pıckaboo ise 3 günlük iade politikasını müşterilerin hızmetine sunmuştur.

Siber güvenliye gelince ise, diğer ülkelerde olduğu gibi, Azerbaycan'da da henüz bu sorun tamamen aradan kaldırılmamıştır ve henüz mevcut durumdadır. Örneğin, 2015 Eylül'de Azerbaycan bankalarından olan Amrahbank A.Ş'ye gerçekleştirilen, Temmuz 2016 "Ravan Sığorta" A.Ş'ye gerçekleştirilen siber saldırı güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğunun göstergesidir. Belli ki e-ticaret platformları için güvenlik gereksinimlerinin belirlenmesi, tüketicilerin kişisel (ödeme dahil) verilerinin korunması ve işlemlerin güvenliğinin sağlanması için çalışmalar yapılmalıdır.

Kaynakça

1. Turban, E., King, D., Lee, J., Lian, T.-P. & Turban, D. 2012. Electronic commerce 2012. London: Prentice Hall.
2. Laudon, K. & Traver, C.G. 2010. E-commerce 2011. 7th Edition. London, UK. Prentice Hall.
3. Alwahaishi, S., Nehari-Talet, A. & Snasel, V. 2009. 'Electronic commerce growth in developing countries: Barriers and challenges.' Paper presented at Networked Digital Technologies (NDT) First International Conference on. 28-31 July 2009. Ostrava, The Czech Republic.
4. Aaron, R., Decina, M. & Skillen, R. 1999. 'Electronic commerce: Enablers and implications,' IEEE Communications Magazine, 37(9): 47-52.
5. Liu, M. 2008. 'Determinants of e-commerce development: An empirical study by firms in Shaanxi, China.' Paper presented at Wireless Communications, Networking and Mobile Computing, 2008. WiCOM '08, 4th International Conference on 12-14 Oct. 2008
6. Laudon, K. C., and Laudon, J. P. (2013). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Twelve Edition. Pearson. Delhi.
7. UNCTAD (2015). Information economy report 2005:Unlocking the Potentials of e-commerce for developing countries. United Nations Publication
8. ESCAP (2018). Embracing The E-Commerce Revolution In Asia And The Pacific.
9. Əliyev İ., 2018. 2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasinda Rəqəmsal Ödənişlərin Genişləndirilməsi üzrə Dövlət proqramı
10. www.thebusinessyear.com
11. www.azernews.az
12. YourStory. 2013. How is E-commerce in Sri Lanka Different?

Araştırma Yönümlü Üniversite Modeli Kapsamında Üniversite Araştırma Merkezlerinin Markalaştırılmasına Yönelik Çalışma – UNEC Örneğinde

Faiq Məmmədov

faiq.memmedov95@gmail.com

Özet

Araştırma universitelerinin ve universite araştırma merkezlerinin günümüz dünyasında ne denli önem arz etmesinden ve ülkemizin de bu konudaki çalışmalarından yola çıkarak universite araştırma merkezlerinin markalaşmasına yönelik yapılan bu çalışmamızın amacı bu merkezlerin markalaşması zamanı gerek duyulacak bilgi ve analizlerin elde edilmesi ve markalaşma sürecine uygulamaktır. Bu maksadla markalaşma için gerek duyulan çeşitli araştırma ve analizler yapılmıştır. Müşterilere yönelik yapılan anket çalışmasıyla universite araştırma merkezlerinin müşterileri olan özel ve kamu kuruluşlarının araştırma ihtiyaçları ve araştırma merkezlerinden beklentileri belirlenmiş ve müşteri ihtiyaç analizi yapılmıştır.Bu amaçla rastgele örnekleme yöntemi ile ulaşılan 20 kuruluşun üst yönetimi ile yapılmış araştırma sonucunda ihtiyaç analizi yapılmış ve değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmamızın ikinci kısmını kapsayan rakip analizi için Azerbaycanda faaliyet yürüten 9 önemli araştırma şirketleri seçilmiş ve veriler toplanmıştır. Rakip analizi kapsamında kaynak (internet) tarama yöntemi ile yapılan araştırmada rakiplerin hizmet çeşitleri, güçlü ve zayıf yönleri analiz edilmiş, müşteri memnuniyyetleri hakkında bilgi edinilmiştir. Veriler esasında araştırma şirketlerinin faaliyet alanları, iletişim kanalları ve.b bulgular incelenmiş ve değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmamızın son kısmı olan iç çevre analizinde ise UNEC araştırma merkezlerinin markalaşması sürecinde gerek duyulacak ihtiyaçların, karşılaşılacak fırsat ve tehditlerin belirlenmesi amacıyla SWOT analiz yapılmıştır. Tüm bu araştırmaların sonucu olarak iç ve dış çevre analizleri yapılarak universite araştırma merkezlerinin markalaşması kapsamında gerek duyulacak bilgiler toplanılmış, müşteri ihtiyaç ve belkentileri, rakiplerin ve UNEC araştırma merkezlerinin güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Markalaşma, Akademik markalaşma, Araştırma universitesi, Araştırma merkezleri

Giriş

Universite araştırma merkezlerinin markalaştırılması, geçmişden beri universite faaliyetlerinde önemli yere sahip bir alanın rekabetçi pazarda konumlandırılması amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu merkezlerin markalaşması aynı zamanda ait oldukların universitelerinde markalaşması ile sonuçlanacaktır. Bir eğitim enstitüsünün markalaşması ise, öğrencilerinin, ebeveynlerinin, mezunlarının, fakültelerinin ve diğer destekleyici personelin yaşamları ona sıkı sıkıya bağlı olduğu için ciddi stratejik sonuçları içerir. Bu sebeple Universite araştırma merkezlerinin markalaştırılması giderek popüler olan bir pazarlama stratejisi haline gelmektedir. Öncül üniversitelerden de görüldüğü gibi araştırma konusunda markalaşan universitelerin doğru markalaşma stratejileri universite pazarlaması açısından oldukça başarılı sonuçlar ortaya koymuştur ve elde edilen bu başarılı sonuçlar araştırma merkezlerinin markalaşmasını birçok universite için cazip kılmıştır. Aynı zamanda araştırma faaliyetleri markalaşma ile birlikde universite gelirlerine büyük oranda katkı yapmış ve olağan bir imaj kazanmasına sebebiyyet vermiştir. Bu sebeplerden universite araştırma merkezlerinin markalaştırılması oldukça güncel bir konudur ve doğru yaklaşımlar ile üniversitelerin gelişiminde büyük bir etken olabilmektedir. Dolayısı ile bu merkezlerin markalaştırılması konusu pazarlama bilimleri ışığında incelenmeli ve bu alanda geliştirilen yeni stratejiler uygulanarak markalaşma süreci daha etkin olarak yürütülmelidir. Devletin eğitim stratejisinin bir parçası haline gelen araştırma universiteleri bağlamında Azerbaycan Devlet İktisad Universitesi de dünya sıralamasında önemli yer edinmek isteyen bir universite olarak araştırma universitesi gibi faaliyetine önem vermeli ve bu faaliyetlerini markalaştırmalıdır. Bu çalışmada da, UNEC`in araştırma merkezlerinin markalaştırılmasına ilişkin çeşitli stratejik konular ve diğer etkiler ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Marka

Günümüzdeki marka, tanımı gereği, bir şirketin, şirkete ait olduğu kolayca tanımlanabilen bir ad, sembol veya tasarım oluşturduğu bir pazarlama uygulamasıdır. Bu, bir ürünün tanımlanmasına ve diğer ürün ve hizmetlerden ayırt edilmesine yardımcı olur. Markalaşma önemlidir, çünkü sadece tüketiciler üzerinde unutulmaz bir izlenim bırakmaz, aynı zamanda müşterilerinizin şirketinizden ne bekleyeceklerini bilmelerini, kendinizi rakiplerden ayırmayı ve sunduğunuz şeyin daha iyi bir seçim olduğunu açıklamanızı sağlar. Marka, bir işletmenin kimliğinin ve nasıl algılanmak istediğinin gerçek bir temsili olarak inşa edilir. Marka ilgili olduğu çeşitli kavramlarla incelenir.

Marka unsurları - bir şirketin ürün veya hizmetini tanımlamaya ve ayırt etmeye yarayan görsel ve bazen fiziksel vasıtalardır. Marka denkliği söz konusu olduğunda bunların doğru seçimi ve koordinasyonu çok önemlidir. Güçlü bir marka oluştururken, aşağıdaki marka unsurları önemlidir: isim, logo, slogan, hikaye. İsim, logo ve slogan gibi marka unsurları bir markanın veya şirketin görsel kimliğini oluşturur. Bu unsurların işletmenin marka özünü, marka kişiliğini ve kurum kültürünü yansıtması gerekir. Görsel kimliğin uzun vadeli bir bakış açısıyla tasarlanması gerekir. Marka performansının tutarlılığını sağlamak için, her bir marka elemanının kullanımını tam olarak belirten marka kılavuz çizgileri tanımlamak çok yararlıdır. Böyle bir kılavuza görsel kimlik kodu denir. Marka elemanları için bu görsel kimlik kodu, markanın seyreltilmesi veya zayıflatılması riskini azaltmak için bir dizi seçim kriteri izlemelidir. Bunlar, kullanışlılık, anlamlılık, hatırlanabilirlik, korunabilirlik, geleceğe yönelik, olumluluk, transferedilebilirliktir. (Kotler, Philip, Pfoertsch ve Waldemar, 2006).

Marka kimliği - somuttur ve duyulara hitap eder. Görebilir, dokunabilir, tutabilir, duyabilir, hareket ettiğini izleyebilirsiniz. Marka kimliği, tanınırlığı ve farklılaşmayı artırır. Farklı unsurları alır ve bunları tüm sistemlerde birleştirir. (Wheeler,2013).

Marka değeri - Marka teorisine önemli bir katkı, Kevin Keller tarafından müşteri tabanlı marka değeri ve marka hiyerarşisi kavramını tanıtmasıyla yapılmıştır. Keller'e göre marka değeri, marka bilgisinin bir markanın pazarlanmasına tüketici tepkisi üzerindeki etkisidir. Müşteri Bazlı Marka Değeri (CBBE) modeli, müşteriler tarafından sorulan soruları belirten dört adımı tanımlar ve her adım bir öncekine ulaşmaya bağlı olarak bir 'marka merdiveni'ni temsil eder. Bu adımlar, bir dizi alt boyuta sahip altı marka yapı taşından oluşur. Güçlü bir marka oluşturmak için amaç, müşterilerle uyumlu bir ilişkinin olduğu piramidin zirvesine ulaşmaktır. (Kuhn, Kerri-Ann ve Alpert, 2004).

Araştırma universitesi kavramı

Araştırma üniversiteleri, çeşitli disiplinlerde ve alanlarda bilginin yaratılmasına ve yayılmasına kendini adamış ve mümkün olan en üst düzeyde öğretim ve araştırmaya izin veren uygun laboratuvarları, kütüphaneleri ve diğer altyapıları içeren akademik kurumlar olarak tanımlanmaktadır. Tipik olarak büyük ve çok yönlü olmasına rağmen, bazı araştırma üniversiteleri daha dar konulara odaklanan daha küçük kurumlar olabilir. Araştırma üniversiteleri, öğrencileri genellikle tüm düzeylerde eğitir. Gerçekten de, araştırma ve öğretimin bu sinerjisi, doktora derecesine sahip tam zamanlı akademisyenleri istihdam eden bu kurumların ayırt edici özelliğidir. (Altbach, 2013).

Bir araştırma üniversitesi sadece bir kurum değil, aynı zamanda bir fikirdir. Bir konsepte dayalı bir kurum oluşturmak ve sürdürmek kolay değildir. Araştırma üniversitelerinin merkezinde, ilgi görmeyen ve kendi ilgisi dahilinde olan araştırmaların yanı sıra araştırmanın daha pratik unsurlarına

ve çağdaş toplumda kullanılmasına bağlı olması gereken akademik personeli bulunmaktadır. (Altbach ve Salmi, 2011).

Metod

Öncül üniversitelerden de görüldüğü gibi araştırma konusunda markalaşan universitelerin doğru markalaşma stratejileri universite pazarlaması açısından oldukça başarılı sonuçlar ortaya koymuştur ve elde edilen bu başarılı sonuçlar araştırma merkezlerinin markalaşmasını birçok universite için cazip kılmıştır. Aynı zamanda araştırma faaliyetleri markalaşma ile birlikde universite gelirlerine büyük oranda katkı yapmış ve olağan bir imaj kazanmasına sebebiyyet vermiştir. Bu sebeplerden universite araştırma merkezlerinin markalaştırılması oldukça güncel bir konudur ve doğru yaklaşımlar ile üniversitelerin gelişiminde büyük bir etken olabilmektedir. Dolayısı ile bu merkezlerin markalaştırılması konusu pazarlama bilimleri ışığında incelenmeli ve bu alanda geliştirilen yeni stratejiler uygulanarak markalaşma süreci daha etkin olarak yürütülmelidir.

Azerbaycan devletinin eğitim stratejisinin bir parçası haline gelen araştırma universiteleri bağlamında Azerbaycan Devlet İktisad Universitesi de dünya sıralamasında önemli yer edinmek isteyen bir universite olarak araştırma universitesi gibi faaliyetine önem vermeli ve bu faaliyetlerini markalaştırmalıdır.

Çalışmamızın ana sonuca ulaşması için araştırma sorularımız aşağıdaki gibi olacaktır.

1. Araştırma Yönümlü Üniversite Modelinde Üniversite Araştırma Merkezlerinin Rolü ve Önemi Nedir?

2. Araştırma Yönümlü Üniversitelerde Araştırma Merkezlerinin Faaliyetleri Nasıl Tasarlanmış ve Yürütülmektedir?

3. Üniversite araştırma merkezlerinin müşterilerinin ihtiyaçları nelerdir?

4. UNEC`te Araştırma Merkezlerinin markalaşması yönünde neler yapılmalı?

Araştırma Modeli

UNEC araştırma merkezlerinin markalaştırılması modelini ortaya koymak açısından markalaşmanın temellerini oluşturan iç ve dış çevre analizi yapılmış ve bu doğrultuda UNEC universite araştırma merkezinin güçlü ve zayıf yönleri, aynı zamanda rakip araştırma şirketleri ve hedef kitle olan müşteriler incelenmiştir. İç çevre analizi kapsamında üniversitenin paydaşlarıyla mülakat ve SWOT analiz yapılmıştır. Dış çevre analizi kapsamında ise müşteri analizi yapılması için anket yöntemi ile Azerbaycanda faaliyetde bulunan 20 özel ve kamu kurumundan bilgiler toplanmıştır. Kurumların üst yönetimleri tarafından cevaplandırılan 3-ü likerd soru olmakla birlikte 13 sorudan ibaret anketde kurumların araştırma faaliyetleri incelenmiş, araştırma için ayırdıkları kaynak, işbirliyi yapdıkları araştırma şirketleri ve araştırma ihtiyaçları öğrenilmiştir.Dış çevrenin diğer bileşeni olan rakipler ise internet kaynaklarından kaynak taraması yöntemi ile, hizmet çeşitleri, tanıtım kanalları gibi bilgiler toplanarak analiz edilmiştir.

Analiz

Araştırmamız 3 kısımdan oluşuyor. Bunlar müşteri, rakip ve iç çevre araştırmalarıdır. Her bir kısım için topladığımız veriler uygun başlıklar altında analiz edilecektir.

Müşteri analizi

Universite araştırma merkezlerinin esas geliri özel ve kamu kuruluşları tarafından bu merkezlere sipariş olunan araştırmalar ve araştırmalara yapılan sponsorluklardandır. Bu doğrultuda universite araştırma merkezlerinin markalaşması sürecinde merkezlerin faaliyetinin sürekli olmasının teminatı olan müşterilerin analiz edilmesi gerekir.

Azerbaycanda bulunan özel ve kamu kuruluşlarını hedef alan çalışmamız 20 büyük kurumla yapılmıştır. Anketin uygulandığı kurumlar çoğu sektörü kapsamakla birlikte büyük çoğunlukla 30%-i FMCG, 25%-hizmet, 15%-i banka sektöründe faaliyet göstermekteler. Anketimiz 30%-i departman müdürü, 30% bölüm başkanı, 15%-i girişimci olmakla kurumların üst yöneticileri tarafından yanıtlanmıştır.

Kurumların 50%-i 501+ çalışana, 20%-i ise 201-500 arası çalışana sahip büyüklükdeki kurumlardır. Bu kurumların 30%-i yıllık olarak araştırmalara 11.000-50.000 Azn arası büdçe ayırırken, 25%-i hiç bütçe ayırmamakta. Katılımcıların 65%-i kurum içi araştırma bölümlerinin mevcut olduğunu bildirmekle birlikte, 90% katılımcı araştırma şirketlerinin hizmetlerinden faydalandıklarını belirtti. Ayrıca araştırma şirketlerinin hizmetlerinden yararlanan katılımcıların 75%-nin bu şirketler hakkındaki bilgiyi iş çevresinden duyduğunu belirtmesi, bu sektörde ağızdan-ağıza pazarlamanın, dolayısıyla müşteri memnuniyyetinin ne denli önemli olduğuna işaretdir.

Universite araştırma merkezlerinin hizmet çeşitlerinin belirlenmesi amacıyla müşteri ihtiyaçlarının öyrenilmesi için sorulmuş soruya sektörel bazda baktığımızda sosyal ve verimlilik araştırmalarına en fazla banka sektörünün, pazarlama araştırmaları, satış kanallarının analizi, şirket içi analiz, çalışanların eğitimi ve gizli müşteri araştırmalarına tüm sektörlerin ihtiyacı olduğu belirlenirken, danışmanlık hizmetlerinin pek çok kurum tarafından ihtiyaç duyulmadığı görülmüştür.

İhtiyaç analizinin ikinci kısmında araştırdığımız ihtiyaç duyulan hizmetlerin kurumlar tarafından şimdiye kadar kullanım ortalamasına baktığımızda en fazla kullanım oranı ile pazarlama araştırmalarının ihtiyaç duyulan en fazla araştırma çeşidi olduğunu Tablo 1 yardımıyla görebiliriz.

Tablo 1. Hizmet çeşitlerinin ihtiyaç ve kullanım oranı

Hizmet çeşidi	İhtiyaç oranı	Ortalama kullanım sayı
Sosyal araştırmalar	1.10	1.68
Pazarlama araştırmaları	1.75	3.53
Gizli müşteri araştırması	1.70	2.68
Verimlilik analizi	1.25	1.93
İşbirliyi araştırmaları	1.05	1.85
Satış kanallarının analizi	1.50	2.83
Şirket içi araştırmalar	1.10	2.33
Danışmanlık	0.80	2.05
Çalışanların eğitimi	1.30	2.68

Kaynak: Yazarın yapdığı anket sonuçları

Katılımcıların en az ihtiyaç duydukları hizmetin danışmanlık hizmetleri olduğunu belirtmelerinin yanı sıra en az kullanım oranına sahip hizmetin sosyal araştırmalar olduğunu görmekteyiz.

Bu tablodan gördüğümüz üzere müşterilerin en fazla önem verdikleri hizmet çeşitleri pazarlama ve gizli müşteri araştırmalarıdır. Bu doğrultuda universite araştırma merkezinin markalaşma sürecinde

bu iki hizmet dalında özellikle farkındalık yaratmak üzere stratejiler üretmemiz gerekmektedir.

Araştırmamızın likerd ölçeği vasıtasıyla yapdığımız ve araştırma şirketi seçiminde rol alan faktörlerin müşteriler için önem derecesini ölçen diğer bir analizinde sorguya katılan hedef kitlenin seçim zamanı en fazla kaliteye ve uzmanlığa önem verdiği gözlenmektedir.

Tablo 2`den de görüldüğü üzere müşterilerin araştırma seçiminde en az önem arz eden faktörler şirketin sosyal medya hesaplarının olmasıdır. Bu bilgi müşterilerin araştırma merkezleri ile ilgili bilgileri genelde sosyal medyadan almadıklarını kanıtlar niteliktedir. Seçim zamanı önem arz etmeyen diğer faktör de şirketin yabancı veya yerli olmasıdır ve bu da araştırma konusunda yerli uzmanlara güven duyulduğu anlamına geliyor.

Tablo 2. Araştırma şirketi seçimine etki eden faktörlerin önem derecesi

Faktör	Önem derecesi
Fiyat	3.60
Kalite	4.55
Hızlı hizmet	3.95
Portfolyo	4.10
Yabancı şirket olması	2.95
Takım	4.10
Firmanın tanınırlığı	3.70
Hizmet çeşitlerinin sayı	3.20
Prestij	3.45
Facebook hesabı	2.90
İnstagram hesabı	2.80
Youtube hesabı	2.85
Diğer sosyal medya hesapları	2.90
Vebsitenin olması	3.90
Deneyim	4.40
Garanti	4.10
Güvenirlik	4.35
Uzmanlık	4.45
Firma çalışanlarının davranışı	4.10

Kaynak: Yazarın yapdığı anket sonuçları

Araştırma merkezi seçiminde medya kanalları içinde sosyal medya kanallarının aksine, araştırma şirketlerinin vebsiteye sahip olması daha fazla önem verilen faktördür.

Bu analizden gelinen sonuç müşterilerin en fazla önem verdiği faktörlerin araştırmanın kalitesini belirleyen (kalite, uzmanlık, deneyim, güvenirlik) faktörler olduğudur.

Rakip analizi

Azerbaycanda universite araştırma merkezleri yeni yaranmaya başladığı için rakip analizi kısmında Azerbaycanda faaliyetde bulunan araştırma şirketlerini evrenimiz olarak aldık. Araştırma pazarında en önemli yere sahip 9 şirketle ilgili yapdığımız araştırma, şirketlerin hizmet çeşitliliği ve tanıtım kanalları üzerine yoğunlaşmıştır. Bu şirketlerin 44%-i Azerbaycanla birlikte global pazarlarda hizmet vermekteler. Önemli şirketlerden olan “ERA-AZ Marketinq” aynı zamanda Nielsen ve İpsos`un da içinde bulunduğu global araştırma şirketlerini Azerbaycanda temsil etmektedir. En büyük çalışan sayısına sahip “ACT” araştırma şirketi en az çalışan sayısına sahip Bimpact`la birlikte en fazla

hizmet çeşidini pazara sunan şirketlerdir. Aynı zamanda 1993 yılında kurulan "SİAR" araştırma şirketi global pazarlara hizmet veren tek Azerbaycan merkezli şirketdir.

Rakip analizi kapsamında araştırma şirketlerinin temel hizmet çeşitlerini incelediğimiz zaman pazarlama, gizli müşteri ve sosyal araştırmalar en fazla arz gören hizmetlerdir. Bu da müşteri analizi kapsamında incelediğimiz zaman müşteriler tarafından en fazla talep edilen hizmetlerle örtüşmektedir.

Tablo 3. Azerbaycanda hizmet veren önemli araştırma merkezleri

Şirket ismi	Global/Yerel	Merkez	Azerbaycanda faaliyete başladığı yıl	Çalışan sayısı	Hizmet çeşitleri sayı
Siar	Global	Azerbaycan	1993	51-200	4
Era-Az (Nielsen, İpsos)	Yerel	Azerbaycan	1996	51-200	4
Act	Global	Gürcüstan	2002	501-1000	6
Bimpact	Yerel	Azerbaycan	2018	2-10	6
Retailor	Yerel	Azerbaycan	2015	11-50	1
Business İnsight	Yerel	Azerbaycan	1998	51-200	3
Qafqaz	Yerel	Azerbaycan	1991	11-50	5
4 Service	Global	Avstriya	2015	51-200	4
Global Vox Populi	Global	Mumbai	2014	51-200	5

Kaynak: Araştırma şirketlerinin online iletişim kanalları

Hiç bir araştırma şirketi tarafından temin edilmeyen ve müşteriler tarafından az da olsa talep duyulan hizmet olan çalışanların eğitimi araştırma universitelerinin deneyimli ve bilgili akademik kadrosu sayesinde farkındalık yaratabilecek unsurdur.

Müşterilerin genellikle iş çevresinden tanıdıkları araştırma şirketleri sosyal medya hesapları üzerinden pek fazla tanıtıma önem vermemekteler. Linkedin ve facebook üzerinden tanıtım faaliyetlerine önem veren şirketler, youtube üzerinden kısmen, instagram üzerindense yok denilebilecek kadar tanıtım faaliyetinde bulunuyorlar. Ayrıca şirketlerin SEO optimizasyonları da orta düzeyde geliştirilmiştir.

Rakiplerin marka unsurlarını incelediğimizde tüm şirketlerin marka ismi, sembolü ve vebsiteleri bulunmakta, slogan ve diğer marka unsurlarından ise yararlanılmamaktadır.

İç çevre analizi

İç çevre analizi kapsamında UNEC`de bulunan araştırma merkezlerinin SWOT analizi yapılmış, merkezlerin güçlü ve zayıf yönleri incelenmiş, aynı zamanda fırsat ve tehditler değerlendirilmiştir.

Güçlü yönler

- Yüksek bilgiye sahip akademik kadro
- İç mali kaynakların yeterliliği
- Araştırmaların teşfiki için motivasyon uygulamaları
- Araştırma faaliyetlerini tüm iktisadi alanlara çeşitlendirme imkanları
- Azerbaycanda en fazla araştırma makaleleri yayınlama oranına sahip olma
- Yeterli kütüphane olanaklarına sahip olma

- Öğrencilerin araştırmalara katılım imkanları

Zayıf yönler

- Dış mali kaynakların temin edilememesi
- Sanayi ile işbirliğinin istenen düzeyde olmaması
- Akademik kadronun iş yükünün fazla olması
- Araştırma faaliyetlerinin yetersiz sıklığı
- Online iletişim kanallarının yetersiz kullanımı
- Araştırma sonuçlarının pratik olarak değerlendirme imkanlarının zayıf olması

Fırsatlar

- Dünyada bilginin en büyük sermaye olduğu ve bunun araştırmalarla edinilebileceği fikrinin hakim olması
- Devlet düzeyinde araştırma universitelerine ve universite araştırma merkezlerine açık destek
- Özel şirketlerin giderek araştırma faaliyetlerine daha fazla önem vermesi
- Azerbaycanda araştırma sektöründe universitelerin yok denecek kadar, özel sektörünse çok az rekabet ortamı yaratması
- Teşfiqler sayesinde gençlerin akademik kariyer yapma isteklerinin artması

Tehtitler

- Özel sektörün araştırma faaliyetlerinde daha fazla özel araştırma şirketlerine güvenmesi
- Global araştırma merkezlerinin potansiyel girişimleri

Sonuç

Sonuç olarak markalaşmanın önemli parçası olan iç analiz zamanı araştırma merkezimizin güçlü ve zayıf yönlerinin neler olduğu ve merkezi bekleyen fırsat ve tehditler hakkında bilgiler edinilmiştir.

Müşteri analizi zamanı universite araştırma merkezlerinin hedef kitlesinin temel ihtiyaçları belirlenmiş ve hangi araştırmaların daha fazla talep olunduğuyla ilgili bulgular elde edilmiştir. Aynı zamanda müşterilerin araştırma seçimlerine etki eden faktörlerin önem dereceleri belirlenmişdir.

Markalaşma sürecinin diğer temel talebi olan rakip analizinde ise Azerbaycanda bulunan araştırma şirketlerinin güçlü ve zayıf yönleri incelenmiş, hizmet çeşitleri ve kalitelerinin müşteri talepleri ile ne denli örtüşdüğü belirlenmiştir.

Çalışmamızın odak noktası olan üniversitelerde çalışmamızın sonuçları dikkate alınarak araştırma merkezleri kura ve onlara markalaşma yolunda yardımcı olunabilir. Araştırma konusunda markalaşmak isteyen universiteler çalışmamızda yapdığımız araştırma, analiz ve incelemeleri değerlendirip, kendi markalaşma stratejilerine uygulayarak hedeflerine ulaşabilirler. Bu sayede devletimizin eğitim stratejisine de bağlı olarak universitelerin araştırma universitelerine dönüştürülmesi sağlana ve bu alanda dünya universiteleri ile rekabete girebilme olanağı sunulabilir.

Kaynaklar

1. Kotler, Philip & Pfoertsch, Waldemar (2006), B2b Brand Management, pp.92-93.
2. Kuhn, Kerri-Ann and Alpert, F. (2004), Applying Keller's brand equity model in a B2B context : limitations and an empirical test, pp.3-4.
3. Philip G. Altbach (2013), Advancing the national and global knowledge economy: The role of research universities in developing countries, Studies in Higher Education 38(3): 316-330.
4. Philip G. Altbach and Jamil Salmi (2011), The Road to Academic Excellence The Making of World-Class Research Universities, pp.14-15-16.
5. Alina Wheeler (2013), Designing Brand Identity, pp.3-4.
6. "Siar" Araştırma Merkezi vebsitesi (http://www.siar.az), 20.02.2020.
7. "Era-az Marketinq" Araştırma merkezi vebsitesi (https://www.era-az.com), 20.02.2020.
8. "ACT" Araştırma merkezi vebsitesi (https://azerbaijan.act-global.com), 20.02.2020.
9. "Bimpact" Araştırma merkezi vebsitesi (https://bimpact.az), 20.02.2020.
10. "Retailor" Araştırma merkezi vebsitesi (https://www.retailor.az), 20.02.2020.
11. "Business İnsight" Araştırma merkezi vebsitesi (https://www.businessinsight.az), 20.02.2020.
12. "Qafqaz" Araştırma merkezi vebsitesi (http://qafqazresearch.com), 20.02.2020.
13. "4ServiceGroup" Araştırma merkezi vebsitesi, (https://4service.group/az), 20.02.2020.
14. "Global Vox Populi" Araştırma merkezi vebsitesi (http://globalvoxpopuli.com), 20.02.2020.

Markanın tüketici satın alma davranışları üzerinde etkisi

Şəhanə İsmayılzadə

ishahana@mail.ru

Özet

Küreselleşme sonuçunda, ülkerler arası sınırların ekonmik anlamada ortada kalkması sebebi ile ticaret gelişmiş, üreticiler dünya pazarına yeni ve farklı ürün çeşidleri ile katılmışlar. Ürünlerinin tüketici hafızasında daha iyi kalması ve yanı zamanda rakabete devamlı mamül yaratmak ve daha büyük pazar payı edinmek amacıyla üreticiler markalaşma stratejini kullanmaktadırlar. Markalaşma her hangi bir ürün ve ya hizmete sadece bir marka adı vermek ve dış dünyaya kuruluşun işareti ve baskısını bildirmekten daha fazla bir anlama gelmektedir. Markalar ürün farklılaştırma ve pazar bölümlendirme staratejisinin sonuçu olarak ortaya çıkmaktatır. Bir marka sadece piyasaya etki etmez aynı zamanda bir çağrı, bir vizyon ve kategorinin ne olması gerektiğine dair belirgin bir tasarımla pazarı düzenler. Ayrıca marka yaratma süreci statejik olarak belirli aşamalardan geçen uzun bir sürectir. Markalaşma kavramına hem tüketici, hem de işletme açısında ikiboyutlu olarak ele ala biliriz. Üreticiler markalaşma statejisinin kullanarak marka farkındalığı yaratark tüketim tarzlarına yön vermeği amaçlamaktadırlar. Tüketiciler ise ürün satın alma sürecinde ürünün fizyoljik niteliklerinin yanısıra onun markasına da dikkat etmektedirler. Günümüzde tüketiciler arasında satın alma zamanı marka tercihlerinin giderek artması gözlemlenmiştir. Marka farkındalığı, marka çağrışımı ve marka sadakat gibi ifadeler marka ve tüketici ilişkisini açıklamak için kullanılmaktadır ve yanı zamnada tüketici ve marka ilişkisini berirleyen bir çok model geliştirilmiştir. Ayrıca tüketicilerin kararalma sürecine demografik, psikolojik, kültürel faktörler de etki etmektedir.

Açar sözler : marka, tüketici davranışı, marka bilinci, marka farkındalığı

Giriş

Tüketimin küreselleşmesi sonuçunda dünyadakı tüketim alışkanlıkları hızlı şekilde değişmektedir. Bu durum tüketicilerin markalı ürün satın alma davranışlarını da etkilemketdir. Şöyle ki işletmelerin rekatbetcil ortamada kalmak və daha geniş pazar payına sahip olmak için markalaşma starteji kullanıyorlar. Ayrıca markalaşma statejisi işlemenin ürününün tüketici zihninde daha kolay kalmasını sağlamaktadır.

Tüketici satın alma davranışları ile ilgili şimdiyedek bir çok çalışma yapılmıştır. Bu kavramın ortaya çıkmasında büyük emeği geçen iktisatşılardan biri de Alfred Marşaldır. Onun yaratdığı iktisadi modele göre tüketici her zaman rasyonel davranmaktadır, yanı her kararını alırken faydasını maksimizasyonunu sağlamağa çalışıyor.

Günümüzde yapılan çalışmalarda ise tüketci satın alma davranışı bir çok boyutdan inceleniyor, psikolojik, sosyal etmenler de inceleniyor.

Satın alma süreci zamanı tüketici her hangi ürün grubu üzerinde bir çok markayla karşılaşmaktadır. Tüketicilerin ürün tercihi zamanı hangi markayı seçmesi ve tercih nedeni pazarlamacılar için önemli olmaktadır. Ayrıca bu etmen son yıllarda sosyoloji ve davranışsal iktisadın incelediği mühim konu haline gelmiştir.

Marka Nedir?

Tüketicilerin markaya yönelik algısı, pazarlam karmasının önemli bir etmenidir (Gabor and Contiu, 2012) . Jin ve Veber markaların öncelikle müşterilerin malları ve üreticini tanıması ve bilmesi için hizmet sunduğunu öne sürmektedir (Jin ve Veber, 2013). Marka değeri yaratmanın amcı işletmelerin markaları kendi mülkiyyetinde göstermek ve sorumluluğu almaktır. 1930 yılından itibaren markalar

tüketicilerinin hem bir markayı rakiplerinden ayırmalarını hem de üreticilerin tüketicilere vaat etdikleri hizmeti belirlemerini sağlamakatadır (Jin ve Veber, 2013).

Akademisyenler zaman geçtikce marka itibarının giderek önem kazandığına inamaktadırlar. Markalar başarılı ve karlı olması için olumlu bir öne sahip olması gerekiyor (Veloutsou ve Moutinho, 2009). Schmitt markayla ilgili beş sürecin tanımını kapsayan bir model oluşturmuştur: markayı tanımak, deneyimlemek, entegre etmek, sinyal vermek ve bağlantı kurmak (Schmitt, 2012).

Tüketicilerin deyeimler markalı ve markasız ürün kullanma zamanı farklılık göstere bilir. (Sheena ve Naresh, 2012). Markaların birçoğu kültürel semboller olarak da takdir edilmektedir. Hatta tüketiciler marklar çevresinde topluluklar da düzenleye bilir. Marka bilgisi sık sık çoklu duyu uyarımı ile aktarılmaktadır. Tüketiciler markalar hakkındakı bu özellikleri bilir, deneyimler ve onlara yanıt verir(Schmitt, 2012).

Marka Yaratım Süreci

Günümüzde marka yaratım süreci uzun detaylı bir planlamaya dayanmaktadır. Mraka oluşum srüeci bir çok katmanlardan ibaret olmaktadır. Marka yaratım sürecinin ilk aşaması tüketicinin ihtiyacını karşılayan mamül ve ya hizmet üretmektdir. Lakin mal ve hizmet ne kadar orjinel ve yenilikçi olursa, bu markanın rekabete davamlı olmasını, rakiplerini geçmesine yardım etmektedir. Günümzde markların kalitlerini aynı düzeyde değerlendrie biliriz. Bu sepeten tüketiciler mal satın aldıkları zamanı, onun kendileri için getirecekleri faydayı göz önünde bulundurarak tercih yapmaktadırlar. Bu faydaya örnek olarak kendine güven, kişisel tatmin ve başkalrını göstere biliriz. Marka oluşum sürecinin ikinci aşamsı iişletmelerin kendi marklarını rakiplerinden farklı kılmak için başvurdukları statejilerdir. Bu etmenler genellikli markanın logosu, ambalaji, ismi gibi faktörlerde kendini göstermektedir. İşletmler bu faktörlerin yardımı ile markayı tüketici bilincinde kalmasını sağlamaktadır. Üçüncü katman markaya fayda ekleyerek zenginleştirerek onu tüketici için daha arzu edilebilir bir hale getirmektir. Ek faydalara örnek olarak, ücretsiz teslim, satış sonrası garanti, finansal destek ve bu gibi başka hizmetler dahildir.

Güçlü bir marka oluşum süreci ard-arda değerler zincirinin oluşması ile gerçekleşe bilir. Bu sürec işletmelere, ülkere göre farklılık göstermekle beraber, aynı zamanda o zamanki koşullardan asılı olmaktadır.

Marka Farkındalığı

Marka farkındalığı incelenirken marka sadakatı, marka bilinci ve marka çağrışımları gibi kavramları da dikkata almak gerekiyor. Marka sadakatı markanın tüketiciler tarafından deneyimlenib ve markaya karşı olumlu hisler geliştirmesi sonuçunda o markayı yeniden tercih etmesidir. Ürünün ve ya hizmetin niteliği, faydası ve tüketici zininde oluşturduğu imaj marka çağrışımı olarak kabul etdilmektedir ve olumlu marka çağrışı olmadan müşteri bağlılığı sağlanılması çok güç bir durumdur.

Aparılan araştırmalar sonuçunda, tüketicilerin genellikle tanıdıkları, bildikleri ve daha önce denedikleri bir markayı tercih etme eğilimlerinin yüksek olduğu aşikarlanmıştır. Bir markanın tüketiciye tanıdık olması markanın değerlendirmesi açısından önemli bir etmendir. Bilinen markların satın alınma ihtimali bilinmeyen markalrın satın alma oranına nispetde fazla yüksektir. Bu sepepten marka farkındalığı işletmeler açısından önemlidir. Marka farkındalığını bir piramidi, tüketicinin marka ile ilgili hiçbir şey bilmemesi seviyesinden başlayarak markanın ürün kategorisi içinde tüketici için aklındaki tek ürün olma seviyesinde son bulmaktadır.

Marka sadakatı oluşması için ilk önce ürün ve ya hizmetin tüketici tarfından deneyimlenmeis gerekiyor. Eğer ürüne karşı tüketici sadakatı oluşmazsa bu zamna tüketici her dafa farklı markalr kullanarak marka çeşidliğini artıracaktır ki, bu sürec her hangi bir markaya marka sadakı oluşanadek devam edecektir.

Tüketici tercihleri

Satınalma kararı verirken tüketicileri ve onların davranışlarının etkileyen faktörleri tanımlamaya çalışan bir çok çalışma ve teoriler vardır. Tüketici davranışlarının araştırılmasının amacı, bir ürünü satın alma veya yok sayma kararlarında tüketicilerin tutum ve kalıplarının keşfetmektir(Matsatsins ve Samaras, 2000). Tüketicilerin ürün ve marka tercihleri birçok farklı faktörün birleşiminden kaynaklanmaktadır. Bazı faktörler ürünün kendi özelliklerinden (örneğin fiyat, dayanıklılık) gelirken, diğerleri tüketicilerin kendilerinin nitelikleridir (Fitzsimons ve Huettel,2012).

Ge, Brigden ve Haubl tüketicilein genllikle bazı alternatiflerin bilindiği ortamlarda seçimler yapmalarını ve arama yoluyla ek alternatiflerin açığa çıkabileceğini öne sürdü(Ge, Brigden ve Haubl, 2015). Bir dizi alternatif arasından seçim yaparken, bunların her birinin keçfedilme şekli normatif bir bakış açısıyla ilgisiz olmalıdır. Tüketicilerin genellikle bir seçim yapmadan önce keşfedilen alternatifler kümesi veya ek alternatifler bulmak için arama yapmak arasında seçim yapıyorlar. Tüketici tercihlerini hem de vatanseverlik, korumacalık ve sosyal ekonomik muhafazakarlık gibib tüketici özellikleri seçimleri etkilemektedir (Spillan ve Harcar, 2010).

Tüketici ve marka ile ilişkisini tanımlayan bir çok model vardır. Bu modllerden biri de markayla ilgili beş süreci ayırt ediyor: tanımlama, deneyimle, entegre etme, sinyal verme ve marka ile bağlantı. Tanımlamanın bit parçası olarak, tüketici markayı ve kategorisini tanımlar, dernekler oluşturu ve marklar arasındaki ilişkileri karşılaştırır. Deneyim tüketicinin marka ile ilgili sahip olduğu duyusal, duygusal ve katılımcı deneyimleri ifade ediyor. Entegrasyon marka bilgisini genel bir marka kavramına, kişiliğe ve marka ile ilişkide birleştirmek anlamına gelir. Anlamlandırma, markanın bilgilendirici bir ipucu, kimlik sinyali ve kültürel sembol olarak kullanılmasını ifade eder. Son olarak, marka ile bağlantı kurmak, markaya karşı bir tutum oluşturmayı, markaya kişisel olarak bağlı olmayı ve bir marka topluluğunda marka ile bağlantı kurmayı içerir. Bu süreçler, tek yönlü ve doğrusal olmak zorunda değildir, yanı süreçler farklı sıralarda ortaya çıkabilir. Ayrıca, her yapının kavramsal olarak farklı olduğu varsayılırken, belirli bir yapı bir dereceye kadar başka bir yapı ile çakışabilir ve farklı yapılar etkileşime girebilir.Her bir aşamaya ayrılıkta bakalım.

Tanımlama

Tüketicinin markayı tanımla süreci marka kategorizasyonu, marka birlikleri ve markalr arası ilişki olarak üç aşamada gerçekleşiyor. Tüketiciler bir marka ile nesne merkezli bir şekilde etkileşime girdiklerinde, çoğunlukla markaya, ürün kategorisiyle ve bu ikisinin birbiriyle ilişkisiyle ilgilenirler. Birincil görev, bir markayı(adı ve logosu) bir ürün kategorisine veya kurumsal markalar için endüstri kategorisine bağlamaktır. Hafızaya dayalı sınıflandırma markayla ilgili bir hedef gerçekleştirmek için bir ön koşuldur(Alba, Hutchinson ve Lynch, 1991).

Bir markayla kendi kendine alakalı yollarla etkileşim kurmak için, tüketiciler kendileriyle ilgili bilgileri tanımlar. Bir marka stratejisinin tüketici zihninde yaratmak veya sürdürmek istediği benzersiz marka ilişkileri kümesi, bir markanın kimliğini oluşturuyor (Aaker, 1996). Araştırma, tüketici zihnindeki marka ilişkilerini temsil etmek için bir kişinin belleğinin bağlantılardan ve düğümlerden oluştuğu ilişkisel ağ modellerini kullanmıştır (Farquhar ve Herr, 1993). Marka

birlikleri değerlik, güç, teklik ve tutarlılık bakımından da farklılık göstere bilir.Örneğin bazı tüketiciler genei marka ile ilgilenirken, diğerleri markanın her hangi bir ürün kategorisi ile ilgilene bilir.

Son olarak bir markayı sosyal düzeyde tanımlamak için tüketici markanın diğer markalarla olan ilişkileri hakkında daha fazla bilgiye ihtiyac duya bilir. Marklar diğer markalarla karşılaştırıldığında markalar bağlamsallaşar. Markalar arasındaki en doğrudan ilişkilerden biri, örneğin karşılaştırlmalı reklamçılık biçimindeki açık bir karşılaştırmadır. Yapılan araştırma sonuçunda, karşılaştırmalı reklamların kaynak güvenilirliğini azaltmasına rağmenmarkalar için çeşidli faydaları olduğu gösterilmiştir (Greval, Kavanoor, Fern, Costley ve Barner, 1997).

Deneyim

Deneyim süreci, markanın duygusal algılarını, markanın etkisini ve tüketicinin bir markada arayabileceği katılımcı deneyimleri içeriyor. Markalar tüketicilere çeşidli temas noktalarında görme, ses, koku, dokunma ve tat yoluyla çok duyusal uyarılar sağlar. Bununla birlikte, çoğu marka algılanırken birden fazla duyu söz konusu olabilir. Örneğin her hangi otomobil markasını değerlendirilirken görme, ses ve dokunma rolü düşünülür. Ayrıca sözlü bilgilerde markalar hakkında örtülü duyusal etkiler de vardır. Tüketici hem de ürün değerlendirirken ses sembolimzni de kullanmaktadır (Yorkston ve Menon, 2014)

Markalar duyusal uyarılar sağlamakla birlikte, hem de olumlu ve olumsuz ruh halleri uyandıra bilir. Örneğin tüketiciler marklarla etkileşime geçtikleri zaman kendilerini mutlu, kızgın ve ya üzgün hiss edebilir. Marka yönetimi ve reklamcılıkta “duygusal markalaşma” yalnızca satış önerilerine odaklanan daha önceki pazarlama yaklaşımlarına alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Gobe, 2001).

Tüketiciler sosyal olarak meşğul olduklarında, markaya aktif olarak katılarak ve etkileşime geçerek yaşayabilirler. Yani, tüketici artık passif bir bilgi alıcısı ya da akılda saklanan aktif bir bilgi işlemcisi değildir. Aksine, deneyimlemek ve yapmak bir davranış deneyiminin bir parçası olarak iç içedir(Brakus ve ark, 2009).

Entegrasyon

Entegrasyon sürecinde tüketiciler marka bilgilerini birleştirir, kişilik ve markala ilişkili genel bir marka kavramı yaratırlar.Marka kavramı, bir ürün markası veya kurumsal marka ile ilişkili entegre bilgilerden oluşan psikolojik yapıdır. Entegre bilgi genllikle üst düzey bir kavram şeklinde saklanır. Genel marka kavramı marka değerinin ayrılmaz bir parçası olarak görülmüştür ve yönetim odaklı yazılarda yaygın olarak yayılmıştır(Aaker,1996). Beş faktörlü bir model olan Samimiyet, Heyecan, Yetkinlik, Gelişmişlik ve Sağlamlık, Amerikalı tüketicilerin marka kişilik algılarını en iyi şekilde sergiliyor(Aaker,1997). Ancaq marka kişilik yapısı evrensen olmayabilir. Yukarıda sadaladığımız beş faktörden yalnız üçü Japoniya ve İspanyadaki markalar için geçerlidir (Aaker, 2001).

Markalarla tüketiciler arasında kişilerarası ve sosyal ilişkiler paralel olarak da etkilimde buluna bilir. Örneğin, “samimi” markalarla ilişkilerin “dostluk” şblıbunu doğrultusunda derinleştiği görülmüştür (Aaker, Fournier ve Brasel, 2004).

Sinyal Verme

Bilimsel olarak, markalar anlamı aktaran vasıtalar olarak görüle bilir. Tüketici katıımına bağlı olarak, bir marka bilgi işareti, kişisel kimliksinyali veya kültürel sembol olarak hareket edebilir. Bir marla hakkında biriken bilgi işlevsel ipuşları olarak kullanıla bilir. Bir markanın fiyatı ve kalitesi, bir markanın bir değer, premium veya lüks marka olduğunu gösteren en yaygın kullanılan bilgi sinyali türüdür (Zeithaml, 1988). Markalar sadece bireysel benlikleri değil, bir grubu, bir toplumu veya bir kültürü temsil etmek için de kullanıla bilir. Kültürel semboller olarak milletler(McDoanlds), nesiller(Gap) ve kültürel değerler(Marlboro) anlamına gele bilir.

Marka Ile Bağlantı

Son olarak model marka ile tüketicinin bağlantısını tanımlamak için çeşidli yolları belirlemek için üç psikolojik yapıyı ayırıyor: marka tutumu, marka eki ve marka topluluğu. Marka tutumları, nesneleri bir iyilik veya beğenme derecesi boyunca değerlendirmeye yönelik psikolojik eğilimlerdir. Markalara veya reklamlara yönelik tutumlar, uzun zamandır tüketici psikolojisinin merkezi ypıları olmuştur (MacKenzie, Lutz ve Belch, 1986).

Kendi kendine ilişkide bulunmak için, marka eki, bir tüketicinin müşteri ile olan bağlantısının açıklayan temel yapı gibi görünmektedir. Marka bağlılığı, marka tutumlarından daha güçlü bağlantılar sağlar. Tüketici psikolojisi alanında, tüketiciler hediyeler, koleksiyonlar, ikamet yerleri ve özellikle markalara duygusal bağlar oluşturabilir. (Thomson ve diğerleri,2005).

Kişilerarası ve sosyo-kültürel katılım düzeyini inceleyen araştırmacılar, marka topllukları ile tüketici bağlantılarını incelediler. Bir marka topluluğu," bir markanın kullancıları arasında yapılandırılmış sosyol iliçki kümesine dayanan, coğrafi olarak bağlı olmayan üzmanlaşdırılmış topluluktur" (Muniz ve Oguinn, 2001). Marka toplulukları ticari niteliktedirler, diğer topluluklardan farklı olarak coğrafyaya bağlı değildir.

Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Tüketici davranışları hem tüketicinin bireysel algı, ilgi, tutumu ile yanısıra , tüketicinin bulunduğu topluluğun kültürel ve diğer faktörler nedeni ile etkilenmektedir. Sosyal-kültürel faktörlerlere kısaca tüketicinin bulunduğu sosyal sınıf, danışma grubu gibi etmenler dahildir. Araştırmalar kişinin marka tercih etdiği zaman o markanın imaji ile kendi kültürel imajı arasında ilişki kurduğunu gözetlemiştir.

Kişisel faktörler dedikde ise öncelikle demografik ve durumsal faktörler düşünülmektedir. Demografik faktöre kişinin yaşı, cinsi, medeni durumu ve s. dahildir. Pazar bölemlendirilmesi zamanı demgrafik faktörlere büyük önem vermektedirler. Durumsal faktörler ise daha çok tüketicinin gelir düzeyini ile bağlıdır. Örneğin her hangi bir mamülün satın alma süreci zamnaı tüketicinin gelirinde anı değişim kararın olumlu ve ya olumsuz olmasına doğrudan etki ediyor.

Sonuç

Sosyal ve ekonomik alanda baş veren değişimler pazar deye isimlendirilen ekonmik yapıda tüketici davranışlarışdan da yan geçmemiştir. Marka bilincinin gelişmesi ve tüketicilerin markalı ürün alma isteği artmış bulunmaktadır. Günümüzde ürün çeşidinin çokluğu nedeniyle insanlar artık geçmişteki gibi ne üretilse onu satın almıyor, çeşidli ürün arasında seçim yapıyorlar. Bu da işletmelere rekabetcil pazar yapısına tab getirmesi için markalaşmayı vacip kılmaktadır.

Marka tüketici zihninde farkındalık oluşturarak hem markanın tüketici zihninde daha kolay kalmasını sağlıyor ve yanı zamanda ürün diğer rakib ürünlerden farklılaştırıyor. Bu sebebten dolayı

tüketici ve marka arasında psikoloji ilişkilerin incelenmesi pazarlamacılar açısından olukça önemlidir.

Kaynakça

1. Aaker, D. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York: The Free Press.
2. Aaker, D. (2004). Brand portfolio strategy. New York: The Free Press.
3. Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. Journal of Marketing Research, 34, 447-356.
4. Aaker, J. L. (1999). The malleable self: The role of self-expression in persuasion. Journal of Marketing Research, 36, 45–57.
5. Aaker, J. L., Fournier, S., & Brasel, S. A. (2004). When good brands do bad. Journal of Consumer Research, 31, 1–16.
6. Aaker, J., Benet-Martínez, V., & Garolera, J. (2001). Consumption symbols as carriers of culture: A study of Japanese and Spanish brand personality constructs. Journal of Personality and Social Psychology, 81, 492–508.
7. Alba, J. W., Hutchinson, W. J., & Lynch, J. (1991). Memory and decision making. In Thomas S. Robertson, & Harold H. Kassarijian (Eds.), Handbook of Consumer Behavior (pp. 1–49). NJ: Englewood Cliffs.
8. Brakus, J. Josko, Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? Journal of Marketing, 73, 52–68.
9. Gabor, M. R., & Conţiu, L. C. (2012). Is Dacia–Logan Car Brand on the First Place of Romanian Youth Preferences? Testing the Influence of Advertising Campaigns with Nonparametric Statistics. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 58, 1344-1352.
10. Ge, X., Brigden, N., & Häubl, G. (2015). The Preference-Signaling Effect of Search. Journal of Consumer Psychology, 25(2), 245-256.
11. Gobé, M. (2001). Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people. : Allworth Press
12. Grewal, D., Kavanoor, S., Fern, E. F., Costley, C., & Barnes, J. (1997). Comparative versus noncomparative advertising: A meta-analysis. The Journal of Marketing, 61, 1–15.
13. Jin, X., & Weber, K. (2013). Developing and Testing a Model of Exhibition Brand Preference: The Exhibitors' Perspective. Tourism Management, 38, 94-104.
14. Matsatsinis, N. F., & Samaras, A. P. (2000). Brand Choice Model Selection Based on Consumers' Multicriteria Preferences and Experts' Knowledge. Computers & Operations Research, 27(7-8), 689-707.
15. Schmitt, B. (2012). The Consumer Psychology of Brands. Journal of Consumer Psychology, 22, 17-22.
16. Sheena, & Naresh, G. (2012). Do Brand Personalities Make a Difference to Consumers? Procedia - Social and Behavioral Sciences, 37, 31-37.
17. Spillan, J. E. & Harcar, T. (2013). A Comparative Study of Patriotism, Protectionism, Social Economic Conservatism between Indian and Vietnamese Consumers: The Effects of these Constructs on Buying Inclinations. Eurasian Journal of Business and Economics, 6 (12), 1-26.
18. Veloutsou, C., & Moutinho, L. (2009). Brand Relationships Through Brand Reputation and Brand Tribalism. Journal of Business Research, 62(3), 314-322.
19. Yorkston, E., &Menon, G. (2004). A sound idea: Phonetic effects of brand names on consumer judgments. The Journal of Consumer Research, 31, 43–51.

E-ticaret ve Çevrimiçi Alışveriş Zamanı Tüketici Satınalma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Aytac YUSİFZADƏ

endlessness.com@gmail.com

Özet

Artık hayatımızın en önemli kısmını oluşturan internetin her gün son süratle gelişmesi, onun neredeyse her alana nüfuz etmesine sebep oluyor. Günümüz teknolojileriyle internet heryerde ulaşılabilir olmuştur. Ekonominin temelini oluşturan ticaret de internetin sağladığı olanaklar sonucu e-ticaret halini almıştır. Kendi faaliyetlerini ve müşteri tabanını genişletmek, karlarını artırmak isteyen satıcılar internetin onlara sunduğu avantajlardan yararlanarak e-ticaret faaliyetleri göstermeye başlamışlar. Değişen koşullar nedeniyle günün büyük bir kısmını internette ve sosyal medyada geçiren tüketicilerin sayısının artması, internetin bizlere sunduğu avantajlar ve diğer bu gibi nedenler göz önüne alındığında pazarlamacılar ve işletmeler için alışveriş imkanlarının internet üzerine taşınması son derece önemli bir konudur. Tüketiciler açısından bakıldığında e-ticaret, fiziksel çabaları azaltdığı, her tüketici için ayrı bir pazar alanı oluşturduğu, maliyet ve zaman bakımından tasarruf sağlamaya yardımcı olduğu ve istenilen pazarlamacı ve işletmelerin faaliyetlerini kolayca karşılaştırmaya yardımcı olduğu için internetin en çok kullanılan özelliklerinden biri haline gelmiştir. Rakiplerine karşı avantaj sağlamak, pazarlama faaliyetlerini genişletmek ve satışlarını artırmak isteyen e-pazarlamacılar tüketicilerin e-ticarete ne kadar meraklı olduğunu anlamak için e-ticarette tüketicilerin satınalma davranışlarına daha çok etki eden e-ticaret faktörlerini iyice incelemeli, e-pazarlama stratejileri buna uygun olarak tasarlamalıdırlar. Bu çalışmanın amacı e-ticaret faaliyetlerinden yararlanan tüketicileri internetten alışveriş zamanı etkileyen faktörleri araştırıp incelemektir. Bunun için genel olarak e-ticaret kavramı, satınalma karar süreci, e-ticaret ve geleneksel ticaret arasındaki farklar, e-ticaretin avantajları ve dezavantajları gibi konular teorik olarak açıklanmış, onlayn tüketicileri etkileyen faktörler azaliz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: E-ticaret, Tüketici davranışı, İnternet, Güven

Giriş

Günümüzün hızla gelişen rekabet ortamında iş dünyasıyla birlikte, ürün çeşitliliği ve satış yöntemleri de değişmiş ve gelişmiştir. Dijitalleşmenin temelini oluşturan internetin sağladığı imkanlar sayesinde tüketiciler, hem istedikleri ürünleri seçebilme, hem de fiyatları karşılaştırarak optimum seçim etme imkanına sahipler. Gelişen internet koşullarına ayakuydurabilmek her bir işletme için gün geçtikçe daha da önemli ve gerekli bir hal alıyor. Rekabet arttığı için e-ticaret faaliyeti gösteren işletmeler de tüketicileriyle daha çok ilgilenme çabasındadırlar. Dijitalleşmenin etkisiyle en çok gelişen satış kanalı türü e-ticaret satış kanallarıdır.

Ürünler hakkında yeni ve farklı bilgileri sürekli olarak elde edebildikleri için tüketicilerin satınalma davranışları sürekli değişmekte ve bu da, pazarlamacılar için çok büyük önem taşımaktadır. Tüketicilerin çok fazla seçeneğe sahip olması satınalma davramışlarını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Yüzlerce, hatta binlerce işletmeler arasındaki rekabet ortamında kaybolmak istemeyen işletmeler müşterilerine kendilerini sürekli hatırlatmak zorundadırlar. Bunu sağlamak için işletmeler tüketicilere ayak uydurmalı, yani onların zamanlarını daha çok harcadığı ortamlarda, internet ortamında bulunmalıdırlar. Bu sayede onlar istenilen noktada bulunan tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını öğrenip onları karşılayabilirler (Gültaş ve Yıldırm, 2016).

İnternet üzerinden alışveriş zamanı alışverişin istenilen ve daha kısa bir zamanda yapılabilmesi tüketiciler için e-ticaretin en önemli üstünlüklerinden birisidir. Aynı zamanda e-ticaretin çok fazla ürün çeşitliliği olması, fiyat karşılaştırması yapabilmek ve daha az fiziksel çaba harcamak gibi diğer önemli üstünlükleri de vardır. Bunlarla beraber, e-ticaretin çeşitli belirsizlikler ve güvenlik açısından

risk oluşturması gibi dezavantajlarının olması bazı tüketicilerle e-ticaret arasında mesafe yaratmıştır (Yılmaz Yaman, 2018).

Yoğun rekabet ortamında ayakta durabilmek için pazarlamacı işletmeler çağdaş zamanın taleplerine ayak uydurmayı başarabilmeliler. Bunların başında tüketicilerin neler istediğini ve nasıl davranışlar gösterebileceklerini anlamak geliyor. Bunları bilmek işletmelerin e-pazarlama stratejilerini belirlemesinde kolaylık sağlayacaktır. Fiziksel ve sanal pazarların hem yapı, hem de müşteri tabanı yönünden farklılık göstermesi, fiziksel ve sanal pazarlardaki tüketicileri etkileyen faktörlerin de farklılık göstermesine sebep olmuştur. Aynı zamanda sanal tüketici davranışlarını etkileyen faktörler arasında sektörlerin farklı olması ve kültür özellikleri de bulunuyor. Tüketicilerin davranışlarını anlamadan onların istek ve ihtiyaçlarını bulmak ve onları e-ticarete yönelten nedenleri saptamak mümkün değildir. E-ticaret hacminin belirlenmesi ve tüketicilerin e-ticarete olan ilgilerinin belirlenmesi işletmeler için çok kritik bir konudur. Bunun için pazarlama faaliyetleri tüketici davranışları üzerine kurulmalıdır.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı internetten alışveriş zamanı çevrimiçi tüketicilerin satınalma davranışlarına etki eden faktörleri belirlemek olup, teorik olarak açıklanmıştır. Araştırma zamanı ikincil veri kaynakları olan dergiler, makaleler, tezler, kitaplar, çeşitli internet sitelerinden yararlanılmış, bir sıra istatistik veriler de incelenerek çalışmaya eklenmiştir.

Analiz

Makale konusu aşağıdaki başlıklar üzerinden analiz edilmektedir.

Kavramsal çerçevede e-ticaret

Elektronik ticaret, yani e-ticaret bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi nedeniyle yaranan yeni bir ticaret türü olarak kabul edilmektedir. Teknolojiyi ticarete dahil eden, lakin geleneksel ticaretten tam olarak ayrılmayan elektronik ticaret ürün ve hizmetlerin hızlı ve kolay bir biçimde elektronik bir ortamda üretilmesi ve ticaretini kapsamaktadır (Akyol, 2019).

E-ticaretin başlangıcı 1991 yılında internet sitelerinde ticari işlemler yapılmasına izin verilmesi olarak kabul ediliyor. Elektronik veri değişimi (EDİ) ve elektronik fon transferi (EFT) teknolojileri henüz 1970-li yıllardan insanların hizmetine sunulmuş olmasına rağmen, onların e-ticaret hizmetine sunulması 1990-lara kadar gelip çıkmıştır (Akyol, 2019).

E-ticaret son dönemlerin en popüler kavramalrından birisidir. Bu yüzden farklı yazarlar onu farklı tanımlamışdırlar. Türk Dil kurumu (TDK) e-ticareti “internet üzerinden gerçekleştirilen tüm ticaret işlemleri” olarak tanımlamıştır. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ise e-ticareti “ürün ve hizmetlerin reklam, satış, tutundurma ve dağıtımının elektronik ortamlarda yapılması” diye nitelendirmiştir (Aslan ve Bayuk, 2019).

Elektronik ticaret satıcıyla tüketici arasındaki iletişimi artırmaktadır. Bununla birlikte, bilgisayarların kullanmasıyla satış imkanı sağlayan e-ticaret işletmelere de daha fazla satış kanalları sunmaktadır. Elektronik ticaret sayesinde mesafeler önemsiz hale gelmiş, maliyetler düşmüş, bilgi toplama daha kolay hale gelmiş, arz ve talebin hacmi artmış, fiziksel pazarlara olan talep de azalmıştır (Sönmezay, 2019).

İnternetin gelişimi ile bereber e-ticareti daha da kolaylaştıran e-ticaret uygulamalarının sayısı da son dönemlerde çok fazla artmıştır. Daha eskiden de var olan e-ticaret uygulamaları 1996 yılından sonra daha yoğun olarak kullanılmaya başlamıştır. O zamanlar kullanılan e-ticaret uygulamaları "İntranet" adlandırılan şirketiçi ağlar veya "Ekstranet" adlandırılan şirketlerarası ağlar olup, firmalarla tüketiciler arasında ticari ilişkinin kurulmasına yardım eden ve üçüncü taraflara kapalı olan uygulamalardır (Çoban vd., 2011).

E-ticaret mal ve hizmetlerin elektronik olarak alışverişi, üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma, tanıtım, reklam ve bilgilendirme, sipariş verme, anlaşmalar veya sözleşmeler yapma, EFT ve havale işlemleri, elektronik ortamda personel alımları, elektronik para ile ilgili işlemler, elektronik hisse alış ve satışları, ticari kayıtların tutulması, elektronik ortamda vergilendirme, elektronik borç ödeme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi gibi faaliyetleri kapsamaktadır

(https://www.erensenogul.com/2018/12/e-ticaretin-kapsam.html?m=1).

Elektronik ticaret gelişmiş ülkelerdeki perakende ticareti yeniden şekillendirerek küçük ve orta ölçekli işletmeleri dev şirketlerle rekabet etmek zorunda bırakıyor. Bu da yerel perakendecilere zarar veriyor. Lakin bununla beraber e-ticaretin gelişmekte olan ülkelerdeki şirketlere daha fazla pazar sunarak onların daha da gelişmesine ve ülke ekomomisine önemli katkılarda bulunmasına yardımcı olmak gibi faydaları da vardır (Kuyucu, 2019).

E-ticaret ve geleneksel ticaret arasındaki farklar

Teknoloji ortamının gelişmesi e-ticaret ortamının da gelişmesine sebep olmuş, artık geleneksel ticaret ortamları sanal ticaretin sağladığı bazı imkanlara cevap veremez hale gelmiştir. Bu yüzdendir ki, çoğu işletme ticari faaliyetlerini fiziksel alandan çıkarıp elektronik ortama taşımıştır. Bu faaliyete elektronik ticaretle geleneksel ticaret arasındaki diğer farklar

da etki ediyor.

"Yeni ekonominin dinamikleriyle sıkı bir ilişki içerisinde olan e-ticaret işletmeleri düşük maliyet, sıfır envanter, kolay ürün sunumu, reklamda kolaylık, kesintisiz hizmet, tüketici analizinde kolaylık, kısa sürede geniş bir coğrafyaya sunulan ürün sayısı, işin operasyonel ve yapısal işleyişindeki kolaylıklar gibi sebeplerle geleneksel işletmelerden daha avantajlıdır." (Sönmezay, 2019).

Geleneksel ticarette satıcı ve alıcılar yüzyüze oldukları için herhangi beğenmedikleri durumu oradaki görevlilere bildirebilirler, elektronik ticarette ise tüketicileri bilgilendirmek için bilgiler sitede yerleştirilip, herhangi bir geribildirimi site üzerinden alabilirler, dil çeşitliliği olmasına rağmen belirli kelime veri tabanları sınırlaması vardır.

İnternetten alışveriş zamanı kadınların motivasyonu daha çok ve düşünceleri daha rasyoneldir, lakin onların karar verme sürecini yapısal kısıtlamalar belirlemektedir. Geleneksel ticarette ise karar vermede büyük rol üstlenen taraf daha çok erkeklerdir. E-ticaret işletmeleri fiyat ayarlamasını daha iyi yapabildikleri için onlar, geleneksel ticaret yapanlara nazaran rakiplerine karşı fiyat farkı ortaya koyabilirler, bu da onların geleneksel ticaretçilerden daha fazla kar elde etmesine olanak sağlıyor (Sönmezay, 2019).

Bundan başka e-ticaretin geleneksel ticaretten farklarına diğerlerini de ekleyebiliriz. Mesela, internetten alışverişte ürünlere siteden, geleneksel alışverişte ise kataloklardan bakılıyor. E-ticaret zamanı ödeme internet üzerinde EFT ve havale gibi işlemlerle yapılırken, geleneksel ticarette ödeme

reel paralar üzerinden yapılmaktadır. Aynı zamanda e-ticarette müşteriler tüm ülke ve yurtdışından olabiliyorken, geleneksel ticarette sadece firmaya yakın olarak yaşayan tüketiciler olacaktır. E-ticaret müşterilere tüm gün çevrimiçi iken, geleneksel ticarette firmalar tüketicilerine günün belirli saatlerinde, yani kısa bir sürelik hizmet ediyorlar. (Mammadov, 2019).

E-ticaretin avantajları ve dezavantajları

E-ticaretin avantaj ve dezavantajlarını karşılaştırdığımızda, ister alıcı isterse de satıcı yönünden avantajlarının dezavantajlarından daha fazla olduğunu görebiliriz. Kişilere göre farklılık göstermekle e-ticaretin avantajlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Yer sınırsızlığı ve kitlesel erişim fazlalığı;
- Hizmet kalitesinin yüksek olması;
- Ani indirimlerden yararlanma;
- Maliyet ve zaman tasarrufu;
- Kesintisiz işlem, rekabetin daha çok artması;
- Nitelikli ticaret;
- Özel alışveriş merkezlerinin olması;
- Kullanıcıları takip etme kolaylığı;
- Kalite ve fiyat karşılaştırma olanağı ve s. (Akçi ve Annaç Göv, 2015; Mammadov, 2019).

E-ticaretin beraberinde getirdiği dezavantajlarını ise aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Kültürel ve yasal engeller;
- Her yerde internetin bulunmaması;
- Marka sadakatinin oluşmaması;
- İnternetin ve teknolojinin her kes tarafından kullanılmaması;
- Güvenlik sorunu;
- Ürünlerle doğrudan temasın olmaması ve s. (Akyol, 2019).

E-ticarette tüketici satınalma karar süreci

E-ticarette karar verme aşamaları geleneksel ticaretteki aşamalarla benzerlik gösterip, sorunun belirlenmesi ile başlayıp satınalma sonrası davranışlarla son bulur.

Sorunun belirlenmesi aşamasında tüketiciler herhangi ürüne veya hizmete ihtiyaç duyduğu anda onu elde etmek ister. İnternette veya alışveriş sitesinde gezinirken gördüğü reklamlar onu o ürün veya hizmeti almak için teşvik edecektir.

İkinci aşama olan *bilgi ve seçeneklerin aranması aşamasında* tüketiciler, o ürün hakkında bilgi elde etmek için internet üzerinden çeşitli anahtar kelimeleri aratarak veya o ürün hakkında yazılmış yorumları okuyarak o ürün hakkında bilgiler elde ede bilir (Wang, 2011). Daha sonra o ürünün çeşitlerine ulaşmak için farklı sitelerde farklı markalara da göz atabilir.

Seçeneklerin değerlendirilmesi aşamasında seçilen seçenekler ürün özelliklerine ve marka imajına göre değerlendirilip karar verilir. Ürün özelliklerinin belirlenmesinde sitelerde bulunan çoklu dil özellikleri de önemli rol alıyor.

Satınalma kararı aşamasında satınalma kararı verilmesine etki eden iki faktör vardır: satınalma niyeti ve çevre etkileri veya kişisel farklılıklar. Satınalmaya karar vermek zorlu bir düşünce sürecinden sonra yapılan davranıştır. Eğer tüketici alışverişten önce ihtiyaçlarını belirlemezse ve ani olarak satınalma kararı verirse buna “plansız satınalma” denmektedir.

Satınalma sonrası davranış aşamasında diğer aşamalardan ayrılmamalıdır. Satınalma sonrası müşteri elde ettiğini kullanır ve bu zaman o ürünün kullanışlılığından, kalitesinden ve s.den ya tatmin olur ya da olmaz. Bu da müşteri ile firma arasındaki ilişkiyi belirlemenin başlangıcı olarak görülmektedir. Satınalma sonrası bazen müşteri ürünü geri iade etmek isteyebilir, bu durumda müşterisiyle ilişkisine zarar vermek istemeyen işletme değiştirme gibi satış sonrası hizmetlere önem vermelidir (Özcan, 2010).

Çevrimiçi alışveriş zamanı tüketici satınalma davranışlarını etkileyen faktörler

İnternetin durmadan gelişmesi elektronik ortamda alışveriş yapan tüketicilerin sayısını her gün daha fazla artırıyor. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim aynı zamanda çevrimiçi tüketicilere de yeni bir boyut kazandırmış, onların seçim özelliklerini daha da genişletmiştir (Omarli, Parıltı, 2017).

Tüketici davranışları dediğimizde alışveriş zamanı insanların ürünlere karşı gösterdikleri tutumlar anlaşılıyor. Geleneksel ticaretten e-ticarete geçilmesiyle tüketici satınalma davranışlarını etkileyen faktörler de belli bir seviyede değişmiştir. Çevrimiçi tüketicilerin satınalma davranışlarını etkileyen faktörleri tüketici açısından ve e-ticaret özellikleri açısından iki grup altında toplayabiliriz (http://blog.milliyet.com.tr/satin-alma-kararini-etkileyen-faktorler/Blog/?BlogNo=497816).
Tüketiciler bakımından satınalmaya etki eden faktörlerin başında risk ve güven ön plana çıkıyor. Genel olarak ise çevrimiçi tüketici satınalma davranışlarını farklı yönlerden ele alabiliriz. Bu konuda çeşitli çalışmalar yapılmış, tüketici davranışlarını etkileyen faktörler farklılıklar göstermiştir.

Çevrimiçi tüketicileri etkileyen sosyal faktörler üye oldukları sanal ortamlardan ve ağızdan ağıza pazarlamadan etkilenmektedir. E-ticarete destek sağlayan sosyal medya araçlarının tüketicilerin bilgilenmesinde ve diğer tüketicilerden etkilenmesinde önemli rolü vardır. Aynı zamanda kültürel farklılıkların da e-ticaret zamanı tüketici davranışları üzerinde etkisi büyüktür (Sönmezay, 2019).

Çevrimiçi tüketicileri etkileyen kişisel faktörlerden birisi de psikolojik faktörler olarak tanımlanıp, kalite, marka, ambalajdan başka tüketicilerin algılama, motivasyon, öğrenme, tutum ve s. gibi özellikleri kapsar (Hacıhasanoğlu, 2017).

İnternetten alışveriş zamanı tüketicilerin satınalma davranışlarını etkileyen en önemli faktör onların demografik özellikleridir. Yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir ve eğitim düzeyi gibi faktörleri kendinde birleştiren demografik faktörler tüketicilerin ihtiyaçlarının ve tespitlerinin belirlenmesinde büyük rol üstleniyor (Gültaş ve Yıldırım, 2016).

Bu konuda yapılan çalışmaları dikkate aldığımızda, tüketicilerin internetten ürün almasına neden olan ve ya onu engelleyen en önemli faktörleri gizlilik, güvenlik, kullanım kolaylığı, zaman kazanma, alışveriş keyfi ve s. olarak tanımlayabiliriz (Yağcı, El-hassan, 2017).

Güvenilirlilik – internetten alışveriş yapılması kararını etkileyen faktörlerin başında güven geliyor. Çoğu tüketici internet sitelerinin onları yanıltabileceği düşüncesiyle internetten alışveriş yapmıyor. İnternet üzerinden alınan ürünle doğrudan temas olmadığı işin yanılma payı çok fazladır. Bu da e-ticaret yapan işletmelere bir dezavantaj olup güven verme konusunda çalışmaları gerektiğini ortaya koyuyor (Bashir vd., 2015).

Risk – İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde tüketicileri direk etkileyen bir diğer faktör ise risk faktörüdür. Online alışveriş zamanı kimlik bilgileri, banka kartı gibi bilgilerin paylaşılmasından korkan tüketiciler internetten alışveriş yapmaktan kaçınmaktadırlar. Yapılan

bir çalışmaya göre internetten alışveriş yapan ve yapmayan tüketiciler üzerine bir araştırma yapılmış ve alışveriş yapan tüketicilerin bile hala bu tedirginliklere sahip olduğu ortaya çıkmıştır (Yılmaz Yaman, 2018). Bu risk faktörlerini performans, sosyal, fiziksel, psikolojik, zaman kaybı, mahremiyet, kaynak ve satış sonrası risk grupları altında toplayabiliriz (Cöddü vd., 2017).

Uygunluk – çevrimiçi alışverişlerde zamandan ve mesafeden tasarruf edebilmek, ürünleri kapıda teslim almak, fiziksel pazarlarla temasda bulunmamak, bir ürün hakkında bilgileri çok kolay bir şekilde elde etmek gibi faktörler e-ticaretin tüketici davranışlarına etki eden en önemli özelliklerindendir (Yağcı vd., 2017).

Ürün çeşitliliği – geleneksel ticaretten farklı olarak e-ticaret, müşterilere ürün çeşitliliğini daha kolay şekilde görsel olarak sunar. Ve tüketici farklı sitelerdeki ürünleri çok az zaman kaybederek karşılaştırabilir ve onun için en uygun ürünü satınalabilir (Bashir vd, 2015).

E-ticaretin kapsadığı bu özelliklerden başka direk kendisiyle ilgili faktörler de tüketici satınalma davranışlarını etkilemektedir. Onları aşağıdaki gibi açıklaya biliriz (https://www.rswebsols.com/tutorials/ecommerce-tutorials/factors-impact-consumer-behavior-estore) :

Web sitesi tasarımı – sitenin görünümü de tüketicileri etkilemektedir, şöyleki görsel olarak tüketicilerin hoşuna gitmeyen siteler daha sıkıcı olup daha az kullanılmaktadırlar. İnternet sitelerinin tasarım kalitesi UI (User İnterface) endeksi ile ölçülmektedir.

Web sitesinin yükleme hızı – hem masaüstü kullanıcılar hem de mobil kullanıcılar geç yüklenen bir siteyi pek tercih etmiyorlar. Bunun sebebiyse zaman kaybetmekten hoşlanmamaklarıdır. Alışveriş sitesinin yükleme hızı, bir başka ifadeyle kullanma kolaylığı (UX) ne kadar fazla ise, tüketicilerin orada geçirdikleri vakit de o oranda artacaktır.

Aşağıda verilen tabloda en çok kullanılan alışveriş sitelerinin tüketiciler tarafından çekici ve çekici olmayan özellikleri verilmiştir.

Tablo 1: En çok tercih edilen alışveriş sitelerinin özellikleri

№	Site ismi	**Sevilen özellikleri**	**Sevilmeyen özellikleri**
1	**AMAZON**	• Güvenilir teslimat ve müşteri hizmetleri. • Premium üyeleri ücretsiz gönderim ve diğer avantajlardan yararlanabilir. • Sık sık anlaşma.	• Mobil web sitesinde gezinmek özellikle sıkıcı. • Çevrimiçi satıcılar için teklif sistemi yok.
2	**eBAY**	• Bilinmeyen bazı öyeleri ucuza buluruz • İstenmeyen şeylerden kurtulmak için harika bir yol.	• Teslim süreleri satıcının güvenilirliğine bağlıdır. • Ürün satmak zaman alıcı bir süreç olabilir.
3	**ETSY**	• Başka hiçbir yerde görülmeyen figüratif ve gerçek taşlar bulunur. • Sanatçıları kendi web sitelerini oluşturma zahmetinden kurtarır.	• Müşteri hizmetlerine ulaşmak zor olabilir. • Satıcıların kârını büyük ölçüde azaltır.

4	**GOOGLE SHOPPING**	• Taranabilir tüm web'deki fiyatları hızlı bir şekilde karşılaştırmak için mükemmeldir. • Bireysel ürünlere göre uyarlanmış kapsamlı arama filtreleri vardır.	• Arama sıralamaları, özel sorgunuz yerine dolar reklamı ile belirlenir. • Premium bir Google girişi için ödeme yapmak, küçük perakendecilerin para kazanması için ideal bir yol değildir.
5	**OVERSTOCK.COM**	• Tatillerde düzenli promosyonlar ve satışlar gerçekleştirir. • Ürünlere göz atmanın benzersiz yolları vardır. • Club O üyeleri fiyat eşleştirme garantileri ve diğer fırsatlardan yararlanma hakkına sahiptir.	• Müşteri hizmetleri karışık incelemeler alır. • Uzatma garantileri birçok istisna dışında gelir.
6	**ZAPPOS**	• Müşteri hizmetleri hızlı ve güvenilir bir şekilde yanıt verir. • İstemediğinize karar verdiğiniz ürünleri ücretsiz iade eder.	• Bazen ürünler orijinal ambalajlarından ziyade jenerik kutulara gelir. • Seçim çoğunlukla kıyafetle sınırlıdır.
7	**WISH**	• Çin'den doğrudan nakliye inanılmaz düşük fiyatlar sağlar. • Belirli ürünler ve fırsatlar için özel bildirimler ayarlaya bilirsiniz.	• Teslimatlar her zaman derhal gerçekleşmez. • Yanlış ürün teslim ettiği biliniyor.

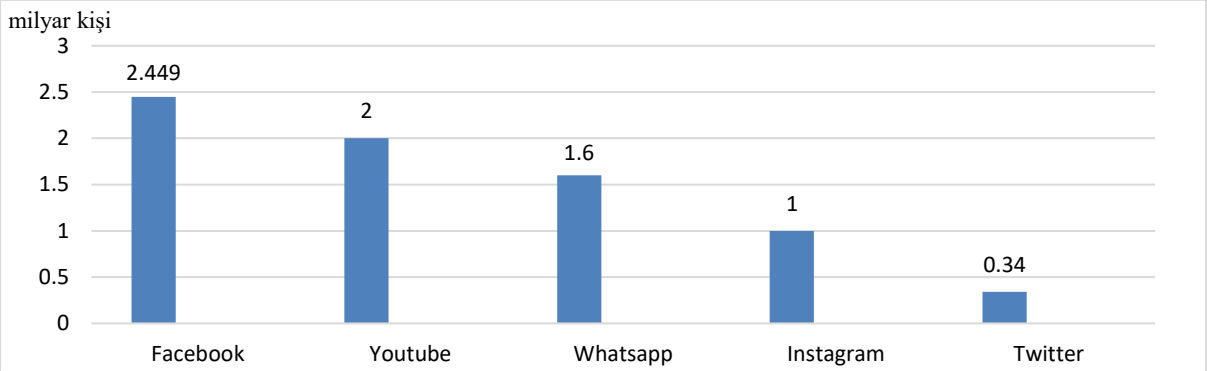
Kaynak: https://www.lifewire.com/shopping-sites-online-3482901 (24.03.2020)

150,6 mln (2019, eylül) mobil kullanıcıya, 2,5 mln satıcıya sahip olan Amazon en başta gelirken (https://www.oberlo.com/blog/amazon-statistics), onu 182 mln üzeri kullanıcı sayısıyla eBay (https://www.oberlo.com/blog/ebay-statistics), daha sonra 44,8 mln alıcı sayısıyla Etsy (https://expandedramblings.com/index.php/etsy-statistics/) ve diğerleri takip etmektedir.

Ürün yorumları – çevrimiçi tüketicilerin %80-den fazlası bir ürünü almadan önce onun hakkında yazılan yorumları okuyarak bundan etkilenebiliyor. Yorumlar aynı zamanda satıştan sonra karşılaşılabilecek sorunlar hakkında da bilgi vermektedir.

Sosyal medyada aktif olmak – internetten alışveriş yapmadan önce tüketiciler sosyal medya aracılığıyla daha çok bilgi elde etmek isterler. Bu durumda e-ticaret işletmelerinin sosyal medyada da bulunması çok önemlidir. Sosyal medya üzerinden kendisini tanıtan pazarlamacıların %73-ü sosyal medyanın onların işleri için çok fayda sağladığını söylemektedir. Markalar, sosyal medyayı pazarlama stratejilerine doğru bir şekilde dahil ederek, hikayeler ve gönderiler üzerinden reklamlarını yaparak düşük maliyetli pazarlama faaliyeti gösterebiliyorlar. Başarılı bir sosyal medya pazarlaması yapan markalar, olumlu deneyim yaşayan tüketicilerin yaklaşık %71-i tarafından çevresindeki insanlara tavsiye edilmektedirler. Aşağıda verilen grafikte dünyaca meşhur olan sosyal medya araçlarının aylık aktif kullanıcı sayıları verilmiştir. Böyle geniş bir kitleye ulaşabilen pazarlamacılar için sosyal medya kullanımı neredeyse kaçınılmazdır (https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics).

Grafik 1: En çok kullanılan sosyal medya araçlarının aylık aktif kullanıcı sayısı



Kaynak: https://datareportal.com/social-media-users (29.03.2020).

Mobil deneyim – yapılan bir çalışmada çevrimiçi tüketicilerin %70-nin mobil uygulamalar için optimize edilmemiş sitelerden çıktığı ortaya koyulmuştur, bunun sebebiyse tüketicilerin boş vakitlerini daha kolay bir şekilde çevrimiçi sitelerde geçirme isteğidir.

Kolay iade politikası – Tüketicilerin %60-dan fazlası alışveriş sitelerinin iade politikalarını inceler ve sorunsuz olarak ürünleri iade eden siteleri daha çok tercih ederler.

Arasıra kupon ve indirimler – bazen tüketicilere sunulan kuponlar, indirimler, belirli günlere özel olarak yapılan indirimler tüketicileri e-ticaret sitelerine daha çok cezbeder ve aynı zamanda onların bonus kazanmasına da olanak sağlar.

Sonuç

Son 10 yılda internetin ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin son süratle gelişmesi ekonominin temelini oluşturan ticaretin elektronikleşmesine ve tüketicilerin farklı bir boyut alarak çevrimiçi profile dönüşmesine sebep olmuştur. İster tüketici açısından isterse de e-ticaret açısından baktığımızda onların günden güne çok fazla değişikliğe uğradığını farkedebiliriz. Bu değişimler internetten alışveriş faaliyetlerine çok yakından etki ederek tüketici davranışlarının değişmesine yol açıyorlar. E-ticaret ortamında alıcıların satıcılardan çok fazla olması e-ticaret faaliyetlerinin tüketici davranışları üzerine kurulmasına sebebiyet vermektedir. Bu yüzdendir ki, çevrimiçi pazarlamacılar müşterilerinin onlara kolayca ulaşabilmesi için internet sitelerini durmadan geliştirmeli, hizmetlerini artırmalı ve çeşitli mobil uygulamalar yaratarak bu hizmetleri daha kolay bir hale getirmelidirler. 2020 yılının ilk çeğreğinde dünyayı saran ölümcül virüs nedeniyle dışarıya çıkamayan müşterilerini düşünerek eşyalardan başka erzak ve yemek ulaştırma hizmetine de başlayan Amazon, bu pazarlamacılar için en büyük örneklerden birisidir. Online tüketici davranışlarının grup ve kişisel olarak incelenerek anlaşılması e-faaliyette başarı için çok önemlidir. Bunun için şirket ve firmaların bu faktörleri incelemesi, internetin sağladığı avantajlarla e-ticaret olanaklarını tüketiciler için daha kolay hale getirmeleri gerekiyor.

Kaynakça

1. Akyol Z, (2019), “Bir ikna teknolojisi olarak internet:E-ticaret sitelerindeki ikna dinamikleri üzerine bir inceleme”, doktora tezi;
2. Aslan M, Bayuk M.N, (2019), “E-pazarlama ve şanlıurfa ilindeki işletmelerin e-pazarlamadan yararlanma düzeyleri üzerine bir araştırma”, Journal of current researches on business and economics, sayı 9, cilt 1, s.133-154 ;

3. Akçi Y, Annaç Göv S, (2015), "Tüketicilerin e-ticaret algılarının incelenmesi: Gaziantep ve Adıyaman örneği", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 13, cilt 7, s.413-433.
4. Bashir R, Mehboob İ, Bhatti W.K, (2015), "Effects of online shopping trends on consumer-buying behavior: an empirical study of Pakistan", Journal of management and research, vol.2, no.2, 24 p. ;
5. Cöddü M.B, Çabuk S, Tanrıkul C, (2017), "İnternetten alışverişte tüketiciler tarafından algılanan riskin etkileri ve cinsiyet farklılıkları açısından incelenmesi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, sayı 52, cilt 10, s.983-994 ;
6. Gültaş P, Yıldırım Y, (2016), "İnternetten alişverişte tüketici davranışını etkileyen demografik faktörler", Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı 10, cilt 6, s.32-50 ;
7. Hacıhasanoğlu B, (2017), "Sosyal medyada pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve telekomünikasyon sektörüne ilişkin bir uygulama", yüksek lisans tezi;
8. Kuyucu M, (2019), "E-ticaret uygulamaları: üniversite öğrencilerinin çevrim içi alışveriş yapma alışkanlıkları, İzmir örneği", Social Sciences and Humanities, s.961-974 ;
9. Mammadov E, (2019), "Tüketicilerin satın alma davranışlarına e-ticaretin etkisi: türk ayakkabı sektöründe bir araştırma", yüksek lisans tezi;
10. Omarli S, Parıltı N, (2017), "Elektronik pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerine etkisi, Türkiyede üniversite öğrencileri arasında uygulama", Anadolu kültürel araştırmalar dergisi, sayı 1, cilt 3, s. 91-109 ;
11. Özcan S.O, (2010), "İnternet pazarlama faaliyetlerinde tüketici satın alma karar süreci", Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sayı 1, cilt 2, s.29-39 ;
12. Sönmezay M, (2019), "E-ticarette tüketici güvenini etkileyen faktörler ve tüketicilerin online satın alma niyeti üzerinde güvenin etkisi: tüketiciler üzerinde bir araştırma", yüksek lisans tezi;
13. Şahin E, Kaya F, (2019), "Tüketiciden tüketiciye e-ticaret olanağı sağlayan web sitelerinin deneyimsel pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin plansız satın alma davranışlarına ve tatminlerine etkisi: Konya ili örneği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 41, s.255-280 ;
14. Wang C.L, (2011), "Online shopper behavior: influences of online shopping decision", Asian Journal of Business Research, vol. 1, no. 2, pp.66-74 ;
15. Yılmaz Yaman S, (2018), "Kadınların internetten satın alma davranış sürecini etkileyen faktörler", tartışma metinleri, 18 s. ;
16. www.rswebsols.com
17. www.blog.milliyet.com.tr
18. www.erensenogul.com
19. www.lifewire.com
20. www.oberlo.com
21. www.expandedramblings.com
22. www.datareportal.com

Tüketici Güvenin Belirleyicileri Ve Girişimci İlişkide Rolü

Songül Ehmedova

songulahmedova@gmail.com

Özet

Piyasa ekonomisinde ekonomik faaliyetlerin uygulanmasında en büyük pay özel sektörü temsil eden girişimcilere aittir. Ekonomini etkileyen bir tek ekonomi karar birimleri ve reel faktörler değil, aynı zamanda sosyal sermaye olarak bilinen güven de önemli yere sahiptir. Üreticiler ve müşteriler arasındaki güvenin geliştirilmesi geleneksel olarak başarılı bir ticari ilişkinin büyümesi ve sürdürülmesinde kritik bir unsur olarak görülmektedir. Bu çalışma ilk önce sosyal sermaye olarak bilinen güveni farklı boyutlarda inceleyerek aralarındaki ilişkiye bakacaktır. Daha sonra, tüketici-üretici ticari ilişkileri üzerinden bazı sosyo-demografik faktörlerin tüketici güvenini nasıl etkilediğine bakacağız. Daha spesifik söylemek gerekirse, yaş,eğitim ,cinsiyyet ve gelir gibi faktörlerin tüketici güveni üzerinde bir etkisi olup olmadığını ampirik olarak ölçüp, bir tüketiciye yüksek düzeyde güven aşılayan tedarikçiler işlem maliyetlerini düşürür mü,karşı tarafa daha çok bilgi paylaşır mı gibi soruları cevaplamaya çalışacağız. Özet bir sonuç olarak üreticilerin kendileri ve müşterileri arasında güven gelişimi üzerinde mütevazi bir etkiye sahip olması, güvene dayalı üretici-tüketici ilişkisi gerçekten de işlem maliyetlerini düşürmekte ve birbirine güven duyan taraflar arasında bilgi paylaşımının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Diğer bir sonuç ise cinsiyyet, gelir gibi faktörlerin tüketici güvenin oluşmasında bir etkisi olmadığıdır. Elde ettiğimiz bulgular ister özel isterse de kamu sektöründe müşteri ihtiyaçlarını daha hızlı gidermekte ve güvene dayalı ilişki yaratarak daha fazla değer kazandırmak için son derece yararlıdır.

Anahtar kelimeler: *güven; tüketici güveni; üretici-tüketici ilişkileri; ekonomi büyüme; sosyal sermaye*

Giriş

ABD'de 2008'de başlayan ve kademeli olarak Avrupa'yı ele geçiren küresel finansal ve ekonomik kriz girişimcilik alanını deforme etmiş ve küçük işletmelerin hayatta kala bilmelerine özellikle sert koşullar yaratmıştır. Ayrıca, kriz verimliliğin yavaşlamasına, çevresel bozulmaya, ülkede yoksullarla zenginler arasında ortaya çıkan keskin tabakalaşma ve eşitsizliğin artmasına ve iş dünyasında iktisadi karar birimleri arasındaki ilişkilerde duyulan güvenin çöküşüne neden olmuş, bu da kötü bir yatırım ortamına yol açmıştır. Gerek iktisadi gerekse de sosyal boyutlu alanda yaşanılan sorunların nedeni bir çok kişi tarafından araştırıldığında bunun karşılıklı ilişkilerde güven bunalımına ve eksikliğine dayalı olduğu öne sürülmüştür. Bugün ekonomik krizden çıkabilmenin, ülkede bulunan iktisadi dengesizliklerden kurtulmanın ve globalleşen dünyamızda rekabette başarılı ve etikili olabilmenin yollarından biri yalnızca maddi sermayelerle değil, aynı zamanda da güven gibi sosyal sermayenin, yeni yatırımların ve ülkemizde yerli üretimin yeniden ele Ekonominin gelecek tahminlerinde tüketici davranışlarının oldukça önemli rolü vardır. Bu davranışları etkileyen faiz, gelir ve b. gibi reel faktörler dışında sosyal sermaye olarak bilinen güven faktördür. Güven kavramı, her geçen gün anlamını ve etkisini arttıran, sosyal bilimciler tarafından toplumun gelişiminde etkinliği tartışılmaz hale gelen sosyolojik bir kavramdır. Bu sebepden yalnızca gelişmekte olan pazarlara sahip ülkeler için değil aynı zamanda yıllardır girişimciliğin uygulandığı ülkelerde de tüketici-üretici ilişkilerdeki güvenin ne düzeyde farklılık, önem ve güvenin ekonomi gelişiminde etkisi gibi konular akademik alanda da büyük ilgi çeken ve araştırılması gereken konulardandır.

Yüksek güvene sahip olan toplumlardaki kişiler, rüşvet veya mülk haklarının yasadışı ihlalleri gibi ekonomik işlemlerde de kendilerini sömürülmekten korumak için daha az harcadıkları var sayılıyor. Bir toplumda güvenin var olması için bir insan ile başka bir nesne - genellikle başka bir insan arasında bir ilişki olması gerekir. Bu birimler küçük bir grup insandan tüm dünyaya kadar çeşitlilik göstermektir. Örneğin aileler, üretici ve satıcı (ticari) birey ve işletmeler, kamu kuruluşları ve kar

amacı gütmeyen kurumlar ve b. Bizim çalışmamızda söz konusu olan "iş adamları" denildiğinde Azerbaycanda yerli ve yabancı üreticilerle tüketici arasındaki güvene dayalı ilişkiden ve güvenin bu ilişkideki öneminden bahsedilecektir.

Bugüne kadar pek çok bilginlerin güven hakkında farklı tanım ve bakış açısı sunduğunu görmüş olsak da, lakin Azerbaycan'da daha önceden alıcı-tedarikçi ilişkilerinde güvenin önemini ortaya koymuş bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, iş dünyasında ki aktörlerin hala güvene dayalı karşılıklı ilişki kurmakta, toplumun bir birine güvenmekte, tüketici güvenini etkileyecek faktörlerin neler olduğunu ve güvenin ekonominin hem makro hem de mikro düzeyde gelişimini nasıl etkileyeceğini ölçmekte ve anlamakta birçok sorunlar vardır. Bu araştırmamızda sosyal sermaye olarak bilinen güveni farklı boyutlarda inceleyerek, tüketici-üretici ilişkilerinde rolünü ve demografik faktörlerin tüketici güveni üzerinde etkisini ampirik olarak ölçüp, bu açığı kısmen doldurmayı hedeflemekteyiz.

Tüketici-üretici arasındaki ilşkide güvenin önemi ve etkisi.

Globalleşen dünyamızda şirketlerin rekabetçi, esnek ve verimli olma ihtiyacı, onları tüketicilerle daha yakın ilişkilere girmeye zorunlu kılmıştır. Her işletmenin iş faaliyetlerinin yeterli performansını elde etmek için üretici-tüketici güveni çok önemli bir yere sahiptir. Üretici-tüketici ilişkisinde güven kavramının hem de tüketici ve üretici performansını teşvik etmede güvenin önemini belgeleyen ve kabul eden bir dizi bilim adamları vardır. (Zhang, Viswanathan, John ve Henke, 2011; Liu, 2012). Bir ticari ilişkide güvenin var olması bu ilişkilerin sürdürülebilir olmasının temel bir bileşenidir. Bunun için üretici ve tüketicilerin birlikte bir takım olarak çalışması gerekir. Uzun vadeli ilişkilerin ancak birlikte karşılıklı çalışmak istendiğinde kurulabileceğini belirtmişler. (Paulraj, Lado ve Chen, 2008). Bugün, alıcılar ve üreticiler karşılıklı faydalar üretmek için bir araya geliyor ve aralarındaki ilişki doğada stratejik hale gelmiştir, bu nedenle hem alıcı hem de üreticiler "iş ortağı" olarak kabul edebilmektedirler. Bu aşamada, güven tüketici-üretici ilişkisini yöneten lider aktör olarak bilinir.

Çeşitli çalışmalar, ticaret birimleri arasındaki uzun vadeli ilişkilerin kuruluşların finansal, operasyonel ve stratejik verimliliğini artıracağını ortaya koymuştur. (Jenda ve Sheshadri, 2001). Güven bu ilişkilerin temeli olarak bilinmektedir. (Krause, 1999). Güvenin en sık incelenen sonucu bir ilişkiye olan bağlılığıdır. Bu bağlılık i) ortaklar tarafından fırsatçı davranışlarla ilişkili risk algısını azaltır, ii) kısa vadeli eşitsizliklerin uzun bir süre içinde çözüleceğine dair güveni arttırır ve iii) bir değişim ilişkisindeki işlem maliyetlerini azaltır. (Ganesan ve Hess ,1997). Daha spesifik olursak, şuna inanılmaktadır ki, güven: işlem maliyetlerini düşürmek ve değişen piyasa koşullarına yanıt vermek için daha fazla esneklik sağlar. (Barney ve Hansen, 1995; Dore, 1983; Dyer, 1997; Gulati, 1995). Bu maliyetler devam eden ticaret ilişkilerine hizmet etmek için sözleşme şartlarının uyumu veya karşılıklı olarak gözlemlenmesini sağlamakla ilişkili olan maliyetlerdir. Bunlar, sık sık iletişim yoluyla güven ve güven düzeyini oluşturmanın gayrı resmi yöntemlerinden, zaman zaman dava açılmasına yol açabilecek yasa yoluyla resmi uygulama yöntemlerine kadar değişebilir. "Sözleşmesiz" güvenin ekonomik değerinin mantığı açıktır: eğer ki iki taraf arasında karşılıklı güven gelişmişse o zaman yüksek fiyatlı olan resmi ve yazılı sözleşmelere ihtiyac ortadan kalkar. Bu yüzden de güvenin işlem maliyetlerini düşürdüğüne inanılıyor. Güven, değişim ortaklarının maruz kaldığı işlem maliyetlerini üç şekilde azaltabilir:

1. Birincisi, yüksek güven koşulları altında, her iki aktör de sözleşmeye daha az zaman harcayacaktır, çünkü getirilerin eşit bölüneceğine inanmaktadırlar.

2. İkincisi, yüksek güven koşulları altında, ticaret ortakları, diğer tarafın anlaşmanın şartlarını yerine getirip getirmediğini görmek için izlemeye daha az zaman ve kaynak harcayacaklar.
3. Son olarak, ticaret ortakları, eşitsizliklerin adil bir şekilde ele alınacağı ve giderileceği yönündeki karşılıklı güven nedeniyle işlem sırasında ortaya çıkan sorunlar üzerinde daha az zaman ve kaynak harcayacaklardır.

Tüm bunları bir araya toparlamak gerekirse, ticari ilişkide karşılıklı duyulan güvenin ticaret ilişkisinde işlem maliyetini ve fırsatçı davranış riskini azaltmak, ilişkilerin uzun sürmesini saglamak ve gelecekteki iş fırsatlarına aynı üreticilerle devam etmek ve yenilerine katılmaya istekli olmak gibi fayda ve etkileri vardır.

Literatür özeti

Ticari ilişkilerde güvenin önemi göz önüne alındığında, güven düzeyini neyin etkildiğini de anlamak önemlidir. Tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen çeşitli ikna edici faktörler olsa da, demografik bilgilerin, örneğin cinsel yönelim, yaş ve eğitim düzeyinin etkisi, bir kişinin eğilimini önemli ölçüde etkilemektedir. (Dettmann ve Dimitri ,2009). Çalışmaların birinde organik gıda alımında demografik faktörlerin etkisini öğrenilmeye çalışılmıştır. Demografik faktörleri göz önünde bulundurarak kadınların ve genç hanelerin organik gıdaları satın almada daha çok tercih ettiklerini bulmuşlardır. (Lea ve Worsley, 2005; Van Doorn ve Verhoef, 2011). Aynı şekilde, erkeklerle kıyaslada kadınların organik gıdalarla daha fazla ilgilendiklerini soylemişler. (Davies vd., 1995; Wandel ve Bugge, 1997). Bu çalışmaların her ikisi de, kadınların organik gıdalara karşı olumlu tutumları olduğunu ve organik gıdaları tüketildiği desteklenmektedir. (Hursti ve Magnusson, 2003).

Tüm bu faktörlere ek olarak, eğitim düzeyinin, tüketicilerin tutumlarının organik gıdaların satın alınmasında da önemli bir etkisi vardır. Araştırmalar, yüksek eğitim seviyesine sahip tüketicilerin, düşük eğitim seviyesine sahip olanlardan daha fazla organik gıda satın almakla ilgilendiklerini söylüyorlar. (Storstad ve Bjorkhaug, 2003; Magnusson vd.,2001; Zepeda ve Li ,2007; Dettmann ve Dimitri,2007). Ancak, bu sadece bir organik gıda meselesi değildir. Eğitim düzeyinin sosyal sermayenin kilit bir belirleyicisi olduğu ve güven gibi sosyal sermayeyi artırdığı yönünde genel bir görüşler de vardır. (Putnam, 1995; Alesina ve La Ferrara, 2000; Glaeser vd., 2002; Rupasingha vd., 2006).

Bundan başka, yaş ile tüketici satınalma davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Dorota, 2013). Yaşlılar satın almada daha çok deneyimlidir. Yaşlı insanlar satın alma işlemlerini önceki deneyimlerine dayanarak yaparlar, daha genç nesil ise marka ve fiyata dayalı yaparlar. (Paul vd., 1996).

Araştırma Modeli

Çalışmamızın metodolojik bölümü nicel araştırma ve veri toplama, daha sonra ise istatiksel işlemlerden oluşmaktadır. Araştırmamız için hazırladığımız anket sorularının bir kısmı World Values Survey`e dayanarak hazırlanmış, bazı sorular ise çalışmamızın amacını, konunun içeriğini ve ileri sürülmüş hipotezlerini dikkate alınarak hazırlanmıştır. Anketimiz Azerbaycan dilindedir. İş adamlarına duyulan tüketici güveni ile demografik faktörler arasındaki ilişkiyi incelemek için, anketimizde ki “Siz bizneslə məşğul olan insanlara nə dərəcədə etibar edirsiniz” sorusunu güven göstericisi olarak baz alınmış ve 0 la 4 likert ölçeği (0 “heç etibar etmirəm” ve 4 “tam etibar edirem” anlamına gelir) tasarlanmıştır. Araştırmamızla ilgili aşağıdaki hipotezler öne sürülmektedir:

1. H_1: Tüketici güvenin üretici-tüketici ilişkisi üzerinde olumlu etkisi vardır.

2. H_2: Sosyal-demografik faktörler (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, din, aile düzeyi) tüketicinin iş adamlarına güveni üzerinde kısıtlı bir etkisi vardır.
3. H_3: Tüketicilerin iş adamlarına güveni gelir ve iş tecrübesi gibi faktörlerden bağımlı değildir

.

Örnekleme birimi kırsal alanlara sınırlı erişimi olan rastgele seçilmiş çoğunlukla Azerbaycanlı katılımcılardır. Bu ankette örneklem büyüklüğü 3308 kişiden oluşmaktadır. Lakin, analiz zamanı yalnız aktiv çalışan grubunu dikkate aldığımız için (sözleşme, sözleşmesiz ve diğer çalışanlar) bu say 1561 kişiye kadar inmiştir. Anket çalışmamız Mart-Nisan 2018 tarihleri arasında ASERC ozel kuruluş tarafından yapılmıştır. Veri toplama sürecinde iki farklı strateji uygulanmıştır: 1. kağıt temelli (2000'den fazla anket çalışması basılıp, dağıtılmıştır. 2. Çevrimiçi sürüm Google Drive kullanılarak hazırlanıp sosyal ağlar üzerinden (Facebook ve Instagram'da ücretli reklamlar da dahil) bağlantı paylaşılmış ve binlerce kişiye e-postalar gönderilmiştir. Toplanan veriler betimsel ve Eviews programında doğrusal regresyon kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 1, katılımcıların yüzde % 51,8'nin erkek ve yüzde %48,2'nin kadın olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu 21-25 yaş grubuna (% 28,3) ve% 21,1'i 16-20 yaş grubuna aittir. Aynı zamanda 856 katılımcının gelirinin çoğunlukla 0-300 AZN arasında olduğunu ve 3308 katılımcıdan sadece 75 kişinin 2001 AZN den daha fazla gelire sahip olduğunu göstermektedir. Aile durumuna baktığımızda katılımcılar (% 42.6) evli, (% 51.6) bekar ve geri kalan az sayıda kişi nişanlı ve boşanmış ya da eşlerini kaybetmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet		**Frekans**	**%**	**Gelir Düzeyi**		**Frekans**	**%**
Valid	**Erkek**	**1714**	**51.8**	**Valid**	**0-300**	**856**	**25.9**
	Kadın	**1594**	**48.2**		**301-500**	**560**	**16.9**
	Total	**3308**	**100.0**		**501-800**	**413**	**12.5**
Yaş Grubu		**Frekans**	**%**		**801-1200**	**217**	**6.6**
Valid	**16-20**	**697**	**21.1**		**1201-1500**	**80**	**2.4**
	21-25	**937**	**28.3**	**Missing**	**1501-2000**	**66**	**2.0**
	26-30	**496**	**15.0**	**Total**	**2001+**	**75**	**2.3**
	31-35	**301**	**9.1**		**Total**	**2267**	**68.5**
	36-40	**227**	**6.9**		**99**	**1041**	**31.5**

	41-50	349	10.6			3308	100.0
	51-55	130	3.9	*Aile durumu*		Frekans	%
	56-60	78	2.4	Valid	evli	1408	42.6
	61and older	89	2.7		subay	1706	51.6
	Total	3304	99.9		nişanlı	96	2.9
Missing	99	4	0.1		dul	98	3.0
Total		3308	100.0	Total		3308	100.0

Kaynak: Yazarın araştırması (2020)

Tüketicilerin cinsiyete göre farklı kategorilerdeki kişilere olan güveni Tablo 2'de verilmiştir. Sıralamaya göre, erkeklerin ve kadınların ailelerine en fazla güvendiklerini görebiliriz ve bu bize Azerbaycan'da aile bağlarının iş alanında daha yüksek bir yere sahip olduğunu, işletmelerin çoğunun aile şirketleri olduğunu göstermekte. Diğer işadamlarına güvenme söz konusu olduğunda, Azerbaycan'daki işadamlarına olan tüketicilerin güveninin çok düşük olduğunu, 3236 kişinin sadece 60'ının tam bir güvenin olduğunu görebiliyoruz.

Tablo 2. Cinsiyete göre farklı kategorilerdeki insanlara güven

Aileye Guven		**Hec etibar etmirem**	**O qeder de etibar etmirem**	**Mueyyen derecede etibar edirem**	**Tam etibar edirem**	**Total**
Cinsiyyet	**Erkek**	**11**	**11**	**280**	**1401**	**1703**
	Kadin	**16**	**19**	**376**	**1174**	**1585**
Total		**27**	**30**	**656**	**2575**	**3288**
İlk gördüyünüz insana güvən		**Hec etibar etmirem**	**O qeder de etibar etmirem**	**Mueyyen derecede etibar edirem**	**Tam etibar edirem**	**Total**
Cinsiyyet	**Erkek**	**823**	**560**	**275**	**17**	**1675**
	Kadin	**903**	**419**	**227**	**24**	**1573**
Total		**1726**	**979**	**502**	**41**	**3248**
Digər millətdən olan insanlara		**Hec etibar etmirem**	**O qeder de etibar etmirem**	**Mueyyen derecede etibar edirem**	**Tam etibar edirem**	**Total**
Cinsiyyet	**Erkek**	**291**	**415**	**883**	**77**	**1666**
	Kadin	**341**	**374**	**780**	**74**	**1569**
Total		**632**	**789**	**1663**	**151**	**3235**

Başqa dinə mənsub olanlara		Hec etibar etmirem	O qeder de etibar etmirem	Mueyyen derecede etibar edirem	Tam etibar edirem	Total
Cinsiyyet	Erkek	326	423	851	65	1665
	Kadin	390	375	748	58	1571
Total		716	798	1599	123	3236
İş adamlarına		Hec etibar etmirem	O qeder de etibar etmirem	Mueyyen derecede etibar edirem	Tam etibar edirem	Total
Cinsiyyet	Erkek	479	574	584	32	1669
	Kadin	487	538	514	28	1567
Total		966	1112	1098	60	3236

Kaynak: Yazarın araştırması (2020)

3236 kişidən sadece 60 kişinin tam güvenmesi, Azerbaycanda iş adamlarına olan güvenin çok düşük olduğunu görmekteyiz. Genel olarak ise farklı kategorilerdeki insanlara erkeklerle kıyaslamada kadınlar "hiç güvenmiyorum" cevabını daha çok vermiştir.

Analiz

Yakarıda bahsı geçen bilimsel araştırmalara dayanarak güvenin üretici-tüketici ilişkilerinde önemli rolü olduğunu söyleyebiliriz ve böylelikle H_1 hipotezini doğrulamış olduk. Araştırma modelini test etmek için Eviews 9 programında bağımlı değişken olarak iş adamlarına duyulan güven ve bağımsız değişken olarak sosyo-demografik faktörler (cinsiyet, yaş,eğitim düzeyi, gelir düzeyi,din,aile durumu,iş tecrübesi) kullanılarak doğrusal çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Anketimizde örneklem sayı olarak 3308 kişi oslada, ampirik analizde sadece sözleşmeli ve sözleşmesiz çalışan 1561 kişi aktiv iş grubu olarak yer almıştır.Yukarıdaki ampirik çalışmamızda doğrusal regresyon analizinden ortaya çıkan sonuca baktığımızda, bazı yaş ,cinsiyet, din , gelir ve iş tecrübesi gibi sosyal-demografik faktörlerin olasılık payının % 10`dan daha büyük olmasıyla, bu faktörlerin tüketicilerin iş adamlarına duydukları güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkide olmadığını söyleye biliriz. Lakin, eğitim düzeyi, aile düzeyi, ve iş tecrübesi gibi değişkenlerinin olasılığı %10`dan aşağı olması bu verilerin tüketici güveni ile ilişkide istatistiksel anlamlı olduğunu görebiliriz. Böylelikle, çalışmamızdaki H_2 hipotezi onaylanmıştır. Tablo 3`de görüldüğü gibi doktora eğitim faktörün, $0.0322<0.05$ olduğundan, lisans eğitimi almış insanlara kıyasla da doktora yapmış kişilerin iş adamları ile güvenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, duydukları güvenin 0.21 birim lisans eğitimi almış insanlardan daha çok olduğunu söyleyebiliriz. i, bekarlarla kıyasla boşanmışlar, ayrılmış ve dul kişilerin iş adamlarına karşı çok ciddi güvensizlik duymaktadırlar. Diğer bir sonuç da tüketicilerin gelir ve iş tecrübesi ile güven ilişkilerindeki sonuçtur. Burada ise, hem gelir de (p= % 46.61) hem de iş tecrübesindeki(p=%15.02) olasılığın % 10`dan yüksek olması bu faktörlerin tüketicilerin iş adamlarına duyulan güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkide olmadığını ve H_3 hipotezini de onaylamış olmaktayız.

Tablo 3. Regresyon analiz sonucu

Dependent Variable: TRUST_BUSINESS
Method: Least Squares
Sample (adjusted): 1838
Included observations: 1561 after adjustments

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-Statistic	Olasılık.
C	0.390552	0.262525	1.487676	0.1370
Yaş	0.001325	0.004247	0.311995	0.7551
Kadın	-0.074462	0.048539	-1.534058	0.1252
Orta öğretim	-0.027075	0.061326	-0.441485	0.6589
Mesleki eğitim	0.013660	0.063832	0.214006	0.8306
Yüksek lisans	0.035593	0.059046	0.602809	0.5467
Doktors	0.209862	0.097882	2.144030	0.0322
İnançlı	0.015583	0.054372	0.286601	0.7745
Ateist	0.072188	0.090948	0.793729	0.4275
Nişanlı	-0.058216	0.130797	-0.445085	0.6563
Evli	0.010244	0.056478	0.181373	0.8561
Dul/boşanmış	-0.320605	0.129268	-2.480161	0.0132
Log(gelir)	-0.024897	0.034154	-0.728955	0.4661
Iş tecrübesi	-0.006036	0.004193	-1.439552	0.1502

R-squared	0.054409
Adjusted R-squared	0.043371
S.E. of regression	0.822572

Kaynak: Araştırmacının kendi çalışması

Sonuç

Yukarıda bahsi geçen araştırma sonuçları da göstermektedir ki, sosyal sermaye ülkeden ülkeye değişebildiği gibi aynı ülkenin farklı insan kategorilerdeki bireylerine göre de değişebilmektedir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, alıcı ve tedarikçi arasındaki ilişkinin güvenin gelişimi ile güçlendiğini ve güvenin gelişiminin yüz yüze iletişim ile kolaylaştırdığını göstermektedir.Aynı zamanda tüketici-üretici ilişkilerinde güvenin olması bu ilişkinin sürdürülebilirliğini artırmakta ve üretim maliyetlerini azaltmaktadır.Seçilen bağımsız değişkenleri birlikte ele aldığımızda eğitimin ve aile düzeyinin tüketici güvenin oluşmasında olumlu,yaş,cinsiyet,gelir düzeyi ve iş tecrübesi gibi faktörlerin ise herhangi bir etkisinin olmadığını kanıtlamış olduk. Ayrıca, bu çalışmanın bulguları, gelecekteki yönetsel uygulamalar için bazı önemli çıkarımlara sahiptir, distribütörlere duyulan güvenin arttırılması için üreticiler, ilişkinin gelecekte de devam edeceği yönündeki olumlu beklentilerini artırmalıdır. Adil ve dürüst bir iş ortağı olma konusunda iyi bir üne sahip olmalı, ortakların refahına dikkat etmeli ve bu tür eylemler kendileri için faydalı olsa da, ortaklarının çıkarlarına zarar verebilecek eylemlerden sakınmalıdır.

Referanslar

1. Alesina, A. & Ferrara, E. La., (2002), Who trusts others? Journal of Public Economics, vol.-85, 207-234.
2. Barney, J. B., & Hanson, M. H. (1995). Trustworthiness as a source of competitive advantage. Long Range Planning, 28(4), 127-127.
3. Explaining its origins and effects on government performance. British journal of political science, 28(4), 686-693.
4. Clark, K. B., & Fujimoto, T. (1991). Product Development Performance (Harvard Business School Press, Boston, MA). ClarkProduct Development Performance1991.

5. Davis, A., Titterington, A. J., & Cochrane, C. (1995). Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in N. Ireland. British Food Journal, 97(10), 17-23.
6. Dettmann, R. L., & Dimitri, C. (2009). Who's buying organic vegetables? Demographic characteristics of US consumers. Journal of Food Products Marketing, 16(1), 79-91.
7. Dore, R. (1983). Goodwill and the spirit of market capitalism. The British journal of sociology, 34(4), 459-482.
8. Dorota, R.H. (2013). Determinants of purchasing behavior. Volume 17, No1.
9. Dyer, J. H. (1997). Effective interim collaboration: how firms minimize transaction costs and maximize transaction value. Strategic management journal, 18(7), 535-556.
10. Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. Journal of marketing, 58(2), 1-19.
11. Glaeser, E. L., Laibson, D. I., Scheinkman, J. A., & Soutter, C. L. (2000). Measuring trust. The quarterly journal of economics, 115(3), 811-846.
12. Gulati, R. (1995). Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. Academy of management journal, 38(1), 85-112.
13. Janda, S., & Seshadri, S. (2001). The influence of purchasing strategies on performance. Journal of Business & Industrial Marketing.
14. Hursti, U. K. K., & Magnusson, M. K. (2003). Consumer perceptions of genetically modified and organic foods. What kind of knowledge matters? Appetite (Print), 41(2), 207-209.
15. Krause, D. R. (1999). The antecedents of buying firms' efforts to improve suppliers. Journal of operations management, 17(2), 205-224.
16. Lea, E., & Worsley, T. (2005). Australians' organic food beliefs, demographics and values. British food journal.
17. Paulraj, A., Lado, A. A., & Chen, I. J. (2008). Inter-organizational communication as a relational competency: Antecedents and performance outcomes in collaborative buyer–supplier relationships. Journal of operations management, 26(1), 45-64.
18. Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. PS: Political science & politics, 28(4), 664-683.
19. Rupasingha, A., Goetz, S. J., & Freshwater, D. (2006). The production of social capital in US counties. The journal of socio-economics, 35(1), 83-101.
20. Storstad O, Bjorkhaug H (2003) Foundations of production and consumption of organic food in Norway: Common attitudes among farmers and consumers. Agriculture and Human Values 20, 151-63
21. Van Doorn, J., & Verhoef, P. C. (2011). Willingness to pay for organic products: Differences between virtue and vice foods. International Journal of Research in Marketing, 28(3), 167-180.
22. Wandel, M., & Bugge, A. (1997). Environmental concern in consumer evaluation of food quality. Food quality and preference, 8(1), 19-26.
23. Zepeda, L., & Li, J. (2007). Characteristics of organic food shoppers. Journal of Agricultural and Applied Economics, 39(1), 17-28.
24. Zhang, P. (2007). Roles of attitudes in initial and continued ICT use: A longitudinal study. AMCIS 2007 Proceedings, 4.

Международный Опыт Механизма Кредитования Бизнес Проектов.

Аббасова Фидан Руслан

abbasova_304@mail.ru

Эльнара Самедова Роберт

samedova.elnara13@gmail.com

Аннотация

Развитие мировой экономики убедительно доказывает важную роль новых бизнес проектов предприятий в современной экономике. Вложение значительного вклада в бизнес проекты путем создания новых рабочих мест, обеспече ние инвестиционных возможностей и формирование экономического капитала и потенциала, необходимо для устойчивого экономичесого роста всех стран. Являясь индикатором развития экономики, субъекты бизнеса для реализации бизнес проектов не имеют обширных возможностей по привлечению достаточных денежных средств. Зарубежный опыт свидетельствует, что при поиске внешних источников финансовых ресурсов для бизнес проектов основное внимание предприятия уделяют банковскому кредиту. За прошедшие годы механизм предоставления кредитов неоднократно менялся, совершенствовался, на сегодняшний день государство и кредитные организации применяют различные схемы поддержки бизнеса для претворения в жизнь бизнес проектов. Учитывая, что механизм кредитования бизнес проектов хорошо освоен в таких странах, как США, Великобритания, Германия, Китай и Россия, в статье проанализирован мировой опыт кредитования предприятий для реализации бизнес проектов именно в этих странах, а также приведены эффективные схемы финансирования предприятий на примере разных стран. Указаны лидирующие коммерческие банки США, которые отличаются выдачей кредитов для реализации бизнес проектов и сумма кредитов, выданные данными банками. В статье также проанализировано кредитование бизнес проектов Европейским банком реконструкции и развития. Данный банк является крупнейшим финансовым инвестором в Центральной и Восточной Европе и в Центральной Азии, обеспечивает кредитование проектов, как новых предприятий, так и в проекты существующих компаний. В статье также показаны различные методы отбора бизнес проектов коммерческими банками.

Ключевые слова: кредитование, бизнес проект, компания-заемщик, специализированный банк.

Введение

В современных условиях необходимым условием повышения конкурентоспособности национальной экономики и устойчивого развития бизнеса, вне зависимости от сферы действия, является эффективность инвестирования в тот или иной бизнес проект. Реализация бизнес проекта являются важной частью экономического развития любой страны и вложение в него значительного вклада путем создания новых рабочих мест, обеспечение инвестиционных возможностей и формирование экономического капитала и потенциала, необходимо для устойчивого экономического роста. Таким образом, поддержка реализации бизнес проектов, направленная на стимулирование их роста, должна принадлежать приоритетам всех экономических структур. Реализация любого бизнес проекта предполагает необходимость его финансирования. Под финансированием бизнес проекта можно понимать процесс обеспечения его денежными средствами на протяжении процесса его реализации. Как показывает зарубежный опыт, кредитование бизнес проектов является одним из самых эффективных источников финансирования при осуществлении крупномасштабных бизнес проектов.

Специфической особенностью кредитования бизнес проектов является его долговременная перспектива. Выдача долгосрочного кредита для реализации бизнес проекта оказывает влияние на ускорение движения денежных средств и тем самым повышается уровень доходности и

банка, и участников проекта. Поэтому использование бизнес кредита для реализации приоритетных проектов предпринимательства обеспечивает устойчивость экономики в целом.

Кредитование бизнес проектов может осуществляться различными хозяйственными единицами: национальными и зарубежными, частными и государственными кредитными организациями. Гарантией бизнес кредита является экономический эффект от претворения в жизнь бизнес проекта, то есть доходы, полученные предприятием при успешном завершении проекта. Роль коммерческих банков является значительной в кредитовании бизнес проектов. Мировой опыт показывает, что раньше коммерческие банки ограничивались при выдаче кредита, однако в настоящее время в развитии мировой экономики и бизнес стратегий банки являются главным звеном.

В банковской системе не существует единой стандартизированной процедуры оценки кредитоспособности компаний. Коммерческие банки в процессе кредитования бизнес проектов используют различные методы отбора бизнес проектов.

Анализ денежных потоков. Анализ денежных потоков влечет за собой оценку притоков и оттоков денежных средств бизнес проекта. Анализ денежных потоков помогает кредиторам определить изменения в наличности и дает представление об операционной, инвестиционной и финансовой деятельности компании. Аналогичным образом, анализ денежных потоков раскроет способность компании генерировать денежные средства для выполнения своих краткосрочных обязательств, тем самым оценивая, насколько компания ликвидна и платежеспособна.

Финансовый анализ. Тщательная оценка финансовой отчетности, представленной заемщиком, считается целесообразной для определения финансовой жизнеспособности бизнес проекта. Финансовый анализ включает проверку финансовой отчетности компании для определения их прибыльности, ликвидности, платежеспособности и инвестиционной способности рассматриваемой компании. Форма анализа может быть предпринята путем использования коэффициентов, анализа отчета о добавленной стоимости, методов прогнозирования корпоративных сбоев, индекса прибыльности, отчетов общего размера и анализа денежных потоков.

Оценка кредитного риска. Оценка кредитного риска направлена на выяснение рисков, связанных с расширением кредитной линии, и обычно проводится финансовыми учреждениями, которые участвуют в предоставлении финансовых средств своим клиентам. Кредитный риск - это риск, связанный с невозвратом кредита, полученного клиентом банка. Таким образом, для оценки кредитного риска необходимо оценить доверие клиента, поэтому проводится надлежащая оценка клиента, которая измеряет финансовые условия и способность клиента погасить кредит в будущем.

Обслуживание долга. При обслуживании долга могут возникнуть негативные последствия, несмотря на эффективный пересмотр позиции ликвидности бизнес проекта. Среди этих негативных воздействий - валютный риск, инфляционный риск, риск ликвидности, налоговые ставки и затраты на электроэнергию. Необходимо отметить, что большинство этих рисков можно уменьшить с помощью таких инструментов хеджирования, как форвардные продажи,

фьючерсы и опционные контракты, но это также увеличит общую стоимость финансирования (Mawutor, Mensah, 2014).

Методологическая Основа

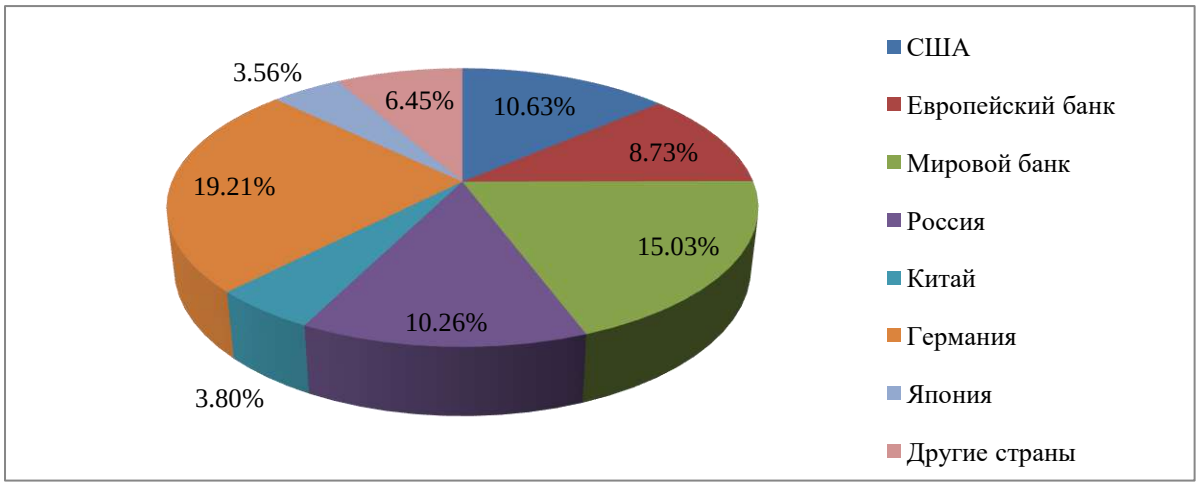
Методологическую основу исследования составляют методология и инструментарий банковского дела и организации процесса кредитования проектов. При решении поставленных задач были использованы следующие общенаучные и конкретно-научные методы: анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение и логический подход.

Первичный анализ: сбор информации в области кредитования бизнес проектов, исследование зарубежных принципов и стратегий кредитования бизнес проектов, далее сравнительный анализ полученных данных и фактов.

Мировой Опыт Кредитования Бизнес Проектов.

При изучении опыта зарубежных стран регулирования кредитования бизнес проектов необходимо учитывать отрасли, в которых механизм регулирования кредитования чаще всего применяется. В развивающихся странах, где преобладает собственная сырьевая база, кредитование бизнес проектов распространено в сферах разработки нефти, газа, в целом энергоресурсы. Однако в странах с развитой экономикой кредиты в бизнес проекты выдаются в сфере экономической инфраструктуры, то есть на построение дорог и тоннелей, объектов телекоммуникаций, связи, а также социальных проектов. Рассмотрим зарубежную практику кредитования бизнес проектов коммерческими банками на рисунке 1.

Рисунок 1. Статистика уровня кредитования по странам в %.



Источник: Филиппова Л. Е., Мировой опыт проектного финансирования. Роль банков. (30.12.2019)

Источниками кредитования бизнес проектов могут быть также займы международных финансовых организаций, таких, как Европейский банк реконструкции и развития, Мировой банк реконструкции и развития (Витальевич, 2013). Достаточно крупным международным источником кредитования бизнес проектов является Мировой банк реконструкции и развития, в котором выдача кредита по реализации бизнес проектов составляет 15.03%. США является одним из передовых стран по развитию данной области. Как видно из рисунка 1, кредитование бизнес проектов в США составляет 10.63%, что связано с тем, что кредиты выдаются не только

за счет частного финансирования, но и существуют всевозможные формы совместного государственного и частного кредитования бизнес проектов.

Созданный в 1991 году Европейский банк реконструкции и развития является крупнейшим финансовым инвестором в Центральной и Восточной Европе и в Центральной Азии. ЕБРР обеспечивает кредитование проектов, как новых предприятий, так и в проекты существующих компаний. ЕБРР также выдает кредиты государственным компаниям. Его финансовые инструменты включают кредиты и акционерное финансирование, гарантии, лизинговые услуги и торговое финансирование. В свою очередь, для банка основной целью является выдача бизнес кредита проектам так, чтобы на каждую единицу денег, выделяемых ЕБРР в виде кредитов, приходило максимальное количество ресурсов, привлекаемых для осуществления бизнес проектов.

Кредитование бизнес проектов в Китае имеет следующие особенности:

1) Отечественные банки являются главными, а иногда единственными источниками финансирования бизнес проектов в Китае; 2) В настоящее время кредитование бизнес проектов осуществляется в таких сферах как: атомные электростанции, химическая промышленность, такие инфраструктурные проекты, как построение дорог, мостов. 3) Единые правила и нормы, которые диктуют китайские регуляторы являются главным для сделок по кредитованию проектов. В эти правила и нормы включаются принципы для сделок по кредитам, временные меры по контролировании основных активов и ликвидности.

Следовательно, в настоящий момент в Китае на рынке финансирования бизнес проектов наблюдается высокая конкуренция со стороны коммерческих банков и инвесторов. То есть предложения на вложения денежных средств больше, чем спрос со стороны компаний, реализующие проекты. Таким образом, коммерческие банки активно участвуют в кредитовании разного рода бизнес проектов, что приводит к возникновению благоприятной ситуации в сфере кредитования проектов (Банников А.Ю, 2016).

Богатый опыт механизма кредитования бизнес проектов накоплен в США. Значительная часть банковского кредитования в США направлена на более трудные области для реализации разного рода бизнес проектов. Бизнес проекты в США реализуются по единым стандартам, которые являются весьма жесткими, поэтому получить под них льготы довольно сложно. В США сложилось два сосуществующих источников финансовой поддержки предпринимателям для реализации бизнес проекта: частное и государственное. Основным источником государственной поддержки для реализации проектов является кредитование через созданную в 1953 году Администрацию Малого Бизнеса США. Данная государственная структура выдает кредиты предпринимателям для реализации проектов любой сферы инфраструктуры бизнеса. А среди коммерческих банков, которые выдают кредиты для реализации бизнес проектов самыми крупными являются следующие:

Таблица 2. Лидирующие коммерческие банки США, кредитующие бизнес проекты.

Название банка	Сумма выданных кредитов	Процентная ставка

JPMorgan Chase	$2 740 000 000 000	3.3%
Bank of America	$2 380 000 000 000	4.4%
Citigroup	$1 960 000 000 000	2.7%
Wells Fargo & Co	$1 890 000 000 000	4.3%

Источник: https://loans.usnews.com/small-business (27.03.2020)

В Германии финансирование и кредитование бизнес проектов осуществляют органы государственной власти на уровне федерации, а также Комиссии Евросоюза в Брюсселе. С целью разгрузки органов государственного управления и повышения эффективности поддержки финансирования бизнес проектов функции и полномочия по оказанию ему помощи государством были делегированы ряду институтов публичного права, в частности, специализированным банкам, таким, как: «Kreditanefalt fur Wiederaubrau», «Deutsche Ausgleichsbank».

В Германии успешно функционирует федеральная программа кредитной поддержки начинающих предпринимателей, согласно которой до 40% бизнес проекта может быть профинансирована без предоставления гарантий, посредством системы льготных кредитов. Эти кредиты бывают беспроцентными либо имеют десятилетнюю отсрочку возврата кредита при максимальной сумме кредита 1 млн. евро (Заболоцкая и Старкова, 2011).

Преимуществами системы кредитования бизнес проектов в Германии являются:

− процентная ставка по кредитованию бизнес проектов низкая;

− кредиты выдаются на долгий срок (до 10 лет);

− предприятия освобождаются от выплат по кредиту в два года;

− бизнес проекты могут финансироваться на долевой основе: определенная часть бизнес-проекта финансируется за счет государственных средств, а другая часть может финансироваться за счет собственных или заемных средств.

В Японии кредитование бизнес проектов отличается тем, что коммерческие банки имеют высокие требования к финансовому положению компании-заемщика и обеспечению, а сам процесс выдачи кредитов на реализацию бизнес проекта осуществляется через систему гарантий и страхования деятельности компаний. Организации, которые реализуют бизнес проект, предоставляют гарантии на коммерческих условиях, а именно 1% от суммы займа и формируют страховой фонд. Кредитованием бизнес проектов в Японии занимаются специализированные в этой области банки:

1. Местные банки, расположенные в главных городах.
2. Ассоциации кредитных организаций.
3. Кредитные кооперативы.

Следует отметить, что в Японии разработаны специальные государственные программы, которые стимулируют коммерческих банков к выдаче кредитов для реализации бизнес проектов. На оказание финансовой поддержки предприятиям, реализующие новые проекты, из бюджета страны ежегодно выделяется около 200 миллиардов иен. Основными направлениями этих коммерческих банков являются выдача льготных кредитов предприятиям, которые осуществляют деятельность в рискованных и приоритетных отраслях. Льготное кредитование предоставляется предприятиям на расширение основного и оборотного капиталов, а также на разработку технологии, новых видов продукции (Виленский, Лылова и Можаев, 2015).

В практике всех стран кредитные учреждения определяют условия кредита в ходе переговоров между банком и компанией-заемщиком на основе оценки деятельности предприятия, а размер процента регулируется и формируется в зависимости от сложившихся условий на финансовом рынке.

Таблица 1 - Среднегодовые процентные ставки по кредитам в разных странах.

Страны	Процентная ставка
США	2.50%
Китай	4.35%
Япония	-0.10%
Великобритания	0.75%
Россия	7.75 %

Источник: https://bankstoday.net/last-articles/samye-bolshie-i-malenkie-protsentnye-stavki-po-kreditam-v-mire (27.03.2020)

Процентные ставки по кредиту, предоставляемому предприятиям для реализации бизнес проектов в странах существенно различаются, так как зависят от экономической ситуации в отдельной стране. Следует отметить, что в некоторых странах имеются отрицательные значения процентных ставок, например в Японии. Это мера финансовой стратегии государства для того, чтобы направить свободные средства в экономику.

Вывод

Изучение зарубежного опыта кредитования бизнес проектов позволило сделать следующее заключение. Для разных страны характерны свои подходы в организации механизма кредитования бизнес проектов. Кредитными институтами поддержки бизнеса для реализации бизнес проектов являются специализированные и коммерческие банки.

Обобщение опыта кредитной поддержки предприятий в зарубежных странах позволило определить их особенности:

1. кредитование бизнес проектов осуществляется одним или несколькими крупными специализированными банками (Европейский банк, Мировой банк, Германия, Китай);
2. функционируют небанковские кредитные организации, осуществляющих поддержку бизнесу для реализации проектов (США);

3. кредитование предприятий осуществляется коммерческими банками путем предоставления гарантий банковских кредитов и страхования (Япония).

Однако общими тенденциями можно назвать выделение кредита предприятиям для реализации бизнес проектов как приоритетного элемента их поддержки, участие государства в создании условий развития механизма кредитования бизнес проектов.

Литература

1. Филиппова Л. Е. (2011). Мировой опыт проектного финансирования. Роль банков.
2. Банников А.Ю. (2016). Международный опыт проектного финансирования.
3. Заболоцкая В.В., Старкова Н.О. (2011). «Зарубежные модели финансово-кредитной поддержки малого бизнеса», Вестник Ростовского государственного экономического университета.
4. Виленский А. В., Лылова О.В., Можаев А. Б. (2015). Оптимизация финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства в пространственной экономике Японии. Экономический журнал № 3. - С. 37-42.
5. Романов В. В. (2013). «Международный опыт проектного финансирования инновационной деятельности» - Региональные проблемы преобразования экономики
6. Mawutor, John Kwaku Mensah (2014). The Role of Project Finance in Contemporary Financing: Theoretical Perspective.
7. https://www.ebrd.com/ru/home.html (27.03.2020)
8. http:// la ru.net/podd/podd6.html (27.03.2020)
9. https://loans.usnews.com/small-business
10. доступа: http://www.kreditbusiness.ru/germany.html (27.03.2020)
11. https://bankstoday.net/last-articles/samye-bolshie-i-malenkie-protsentnye-stavki-po-kreditam-v-mire

Общемировые Тренды Банковских Инноваций и их Внедрение в Азербайджане

Камилла Рафиева

kama.rafieva@gmail.com

Аннотация

На данном этапе формирования банковского комплекса международного уровня и становления банковского сектора в концепции финансовой глобализации экономики требуется активное внедрение инновационной политики. Так называемая «инновационная экономика» рассматривает процессы инноваций одновременно с процессами внешнеэкономической финансовой и банковской деятельности. Сегодня конкурентоспособность банков зависит не только от предлагаемого спектра банковских услуг и продуктов, размеров процентных ставок по вкладам и выдаваемым кредитам, но и, по большей мере, от уровня их инновационной составляющей. Внедрение всевозможных инноваций и развитие инновационной деятельности есть одна из составляющих на пути решения различных экономических проблем и кризисов.

В данной статье исследованы основные тенденции развития инновационного банковского комплекса, а также выявлены причины формирования банковских инноваций. Установлены направления и цели банковских инноваций, область их применения, а также выявлены основные проблемы международного инновационного банковского комплекса и пути их решения. Показана необходимость внедрения инновационных решений в деятельность банковского комплекса, а также обоснован выбор того или иного тренда банковских инноваций, который должен соответствовать как требованиям внутренней среды, так и внешним факторам развития. В данной статье на примере Азербайджана и стран Ближнего Зарубежья показано практическое применение инновационных разработок в банковском секторе, реализация главных приоритетов инновационной политики данной сферы, направленных на урегулирование экономики в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Проанализированы ведущие тенденции внедрения инновационных технологий в процессы азербайджанского банковского рынка.

Ключевые слова: банковский сектор, банковские инновации, инновационная экономика, инновационные тренды.

Введение

В современных условиях экономического развития главной задачей макроэкономического управления является достижение устойчивого опережающего экономического роста, который должен служить интересам роста общественного благосостояния. Для достижения вышепоставленных задач и целей главным условием является реализация инновационной политики, основанной на опережающее внедрение инноваций, которая в свою очередь формируется на достижениях научно-технического прогресса (НТП) и повсеместной джидитализации.

Внедрение инноваций и развитие инновационной деятельности – есть одно из основных критериев на пути решения экономических кризисов разных масштабов. Данное суждение следует из того, что на данном этапе экономической глобализации инновационная составляющая становится основным фактором для роста конкурентоспособности коммерческих и государственных банков в долгосрочном аспекте.

Одними из основных характеристик современного банковского комплекса считаются финансовая глобализация, сокращение государственного вмешательства в банковский рынок, рост глобальной конкуренции на рынке банковских услуг, широкое внедрение

информационных технологий и финансовых инноваций (Камалова, 2014). Финансовая глобализация дает возможность распространению и внедрению инновационных банковских услуг, и развитию конкуренции на новом технологическом уровне.

Инновации – двигатель прогресса

В эпоху финансовой глобализации и повсеместной автоматизации процессов большое развитие получают IT-проекты, предлагающие банкам более оптимальные решения стандартных задач. Наряду с оптимизацией процессов коммерческие банки также заинтересованы в улучшении клиентской базы и увеличении прибыли, что также возможно благодаря выводу на рынок различных инновационных продуктов.

К примеру, инновационная российская FinTech-компания SCORISTA разработала сервис для управления кредитными рисками Scorista Global, предоставляющий услуги по созданию скор-карт и построению алгоритмов оценки заемщика, а также обработке кредитных заявок, что поможет оптимизации деятельности кредитной организации, сократив время обработки в 10 раз.

Банки переходят в онлайн

Совершенствование цифровой банковской среды позволило банкам увеличить число онлайн-продуктов, тем самым позволяя привлечь новых клиентов и оптимизировать затраты на содержание дополнительных работников. Мировая тенденция последних лет показывает, что сейчас банкам выгоднее вкладывать в развитие онлайн обслуживания (к примеру, интернет и мобильный банкинг), нежели в развитие филиальной сети.

Последние события в лице пандемии – яркий пример того, что азербайджанский банковский сектор также нуждается в еще большем развитии дистанционного обслуживания. Причем данная стратегия должна касаться не только услуг, предоставляемых корпоративным клиентам, но и услуг, оказываемых населению страны в целом, к примеру, денежные переводы и операции по обмену валют.

Метод

Для сбора первичной информации методом исследования является анализ документов и интернет-ресурсов. Наряду с общенаучными методами при написании данной статьи были использованы эмпирические методы, а именно наблюдение и метод экспертных оценок.

Первичный анализ включает в себя сбор информации по продуктовой линейке и внедрению инновационных решений в механизмы банковского сектора, а также исследование зарубежных тенденций развития банковских инноваций.

Анализ

Банковские инновации – это конечный результат инновационного процесса, специфический вид финансовых инноваций, реализуемых банками на финансовых рынках или в собственной деятельности в форме нового или усовершенствованного банковского продукта, услуги, процесса, организационной формы или технологии с целью более эффективного формирования и размещения ресурсного потенциала коммерческого банка (Попова, 2012).

Для того, чтобы нововведение считалось инновацией, оно должно подходить по следующим критериям: определенный уровень новизны, способность удовлетворить рыночный спрос и коммерческая исполнимость (Викулов, 2010). Другими словами, инновационный банковский продукт должен быть более привлекателен для потребителей и быть качественнее имеющегося на данный момент аналога.

Стоит отметить, что сейчас инновационные тренды банковского сектора постсоветских стран больше находятся в стадии формирования. Примером данного суждения можно считать Азербайджан – девальвация оказала сильное влияние на финансово-кредитную систему и показала ее наиболее уязвимые места.

Одним из главных преимуществ финансовой глобализации по праву считается развитие и внедрение инновационной политики в банковском секторе. И сегодня конкурентоспособность коммерческих банков зависит не только от предлагаемого спектра банковских услуг и продуктов, размеров процентных ставок, но и, по большей мере, уровня их инновационной составляющей. Применение банковских инноваций дает возможность бизнесу открывать для себя новые направления в развитии.

Ограничение иных ресурсов дает право инновационной деятельности обеспечивать в целом конкурентоспособность национальной экономики, в которой банковские организации являются основной составляющей.

Разработка новых банковских продуктов и услуг на азербайджанском рынке во многом следует мировому опыту. Однако ввиду особенностей азербайджанского менталитета не все инновационные решения применимы для банковского рынка страны. Также стоит учитывать тот факт, что банковский сектор Азербайджана довольно молодой и внедрение инноваций вслепую, разработанных развитыми странами, не всегда может дать должного результата.

Мировой финансовый кризис 2007-2008 годов и последующие девальвации азербайджанского маната заставили коммерческие банки применять более клиентоориентированные модели бизнеса для повышения эффективности и видоизменять организационную часть с целью сокращения издержек. Появилось такое направление в банковском бизнесе, как инновационный менеджмент, занимающийся организацией и планированием инновационной деятельности, а также рациональным использованием затрачиваемых на инновации ресурсов.

Последнее десятилетие азербайджанский банковский сектор стал активно внедрять технологии CRM (Client Relationship Management) – системы, помогающей управлять взаимоотношениями с клиентами. Главной целью использования CRM-систем в банковском секторе является структурирование данных о клиенте и контроль документооборота (Doc Flow). CRM-системы дают возможность отслеживать полную информацию по клиенту – кредитную историю, связанные компании (дочерние компании, холдинги), финансовые показатели, а также их внедрение помогает повысить продуктивность сотрудников и способствует привлечению новых клиентов (как физических, так и юридических лиц). CRM-системы контролируют весь процесс консультирования клиента и предоставления ему необходимой услуги с учетом его вида деятельности.

Неотъемлемая составляющая CRM – образование одной общей точки зрения по клиенту – участнику внешнеэкономической деятельности. Данный фактор требует создания единой информационной системы, необходимой для реализации продаж по всевозможным каналам, правильно слаженной работе с импортерами и экспортерами, а также хранения и обработки информационных данных о клиентах. В нижеприведенной таблице показаны возможности, предоставляемые единой информационной системой:

Таблица 1: Возможности единой информационной системы – CRM

Возможности единой информационной системы:			
Обслуживание и постоянная поддержка клиентов независимо от способа и места получения банковских услуг	Сбор, хранение и анализ информационных данных о всех операциях и контрактах клиента банка по всем каналам сбыта на всех уровнях организации	Работа контактных центров при помощи операторов, а также интерактивно, с использованием всех средств связи (мобильный банк, интернет-банкинг)	Анализ клиентской базы импортеров и экспортеров, продаж, пользования банковскими продуктами по регионам, каналам продаж, временным интервалам

Клиентоориентированному банковскому бизнесу требуется оценка возможностей клиентов, которая нашла свое отражение в скоринг моделях. Кредитный скоринг является системой оценки кредитоспособности заемщиков банков, основанный на численных статистических методах (Алёшин и Рудаева, 2014). Применение такой модели дает возможность повысить эффективность принимаемого по отношению к заемщику решения и снизить риск невозврата кредита.

Главным инструментом кредитного скоринга считается анкетирование. Отвечая на заранее предоставленные для получения детальной информации вопросы, потенциальный заемщик получает баллы, на основе которых выносится решение по его заявке на кредит. Такой метод исключает влияние межличностных отношений при принятии решений (Бондаренко и Сапрунова, 2015).

Проведенные исследования показывают, что сейчас мировой банковский бизнес стремится к переходу к онлайн банкингу. Такая тенденция нашла довольно слабое применение на постсоветском пространстве, банки пока не готовы полностью перейти на онлайн обслуживание. Однако последние события показывают значимость развития дистанционного обслуживания – банки с более развитыми IT-ресурсами практически не прекратили своей деятельности ввиду внешних факторов влияния, тем самым оказавшись в более выгодном финансовом положении.

Согласно исследованию, проведенному аналитической компанией Frank Research Group в ноябре 2016 года среди российских банков, при распределении бюджета на развитие филиальной сети главным направление инвестирования средств является повышение комфорта клиента в отделении и внедрение инновационных технологий (Чувило, 2017). Ниже показаны основные направления и процент распределения бюджетных средств на развитие филиальной сети банковского обслуживания:

Таблица 2: Распределение бюджетных средств на развитие филиальной сети среди российских банков.

Направление	% участников, выделяющих бюджет
Повышение комфорта клиента в отделении	89%
Инновационные услуги и технологии	87%
Дополнительные устройства самообслуживания	80%
Дополнительная кассовая техника	57%

Источник: исследование Frank Research Group, http://futurebanking.ru/post/3240 (05.03.2020)

Согласно данной таблице, можно сделать вывод, что банки привлекают новых клиентов и повышают их комфорт за счет инновационной техники (как пример – аппараты электронной очереди), а также за счет более комфортной мебели. Помимо этого, банкам следует проводить глубокую трансформацию бизнеса за счет внедрения информационных технологий, ускоряющих работу операционного отдела. Также с целью минимизации издержек банки переводят клиентов на технику самообслуживания за счет внедрения банкоматов нового поколения.

Такая картина применима и для азербайджанского банковского сектора. Проведенные опросы показывают, что менеджмент азербайджанских коммерческих банков выделяет следующие приоритетные для себя направления развития инновационных трендов:

1. Увеличение количества и трансформация дистанционных каналов обслуживания, а именно развитие мобайл-банкинга, интернет-банкинга, аппаратов самообслуживания. Руководство считает, что нужно брать ориентир именно на эти направления бизнеса и работы только офлайн методом недостаточно для содержания банковской структуры в целом.
2. Улучшение качества общения с клиентом – внедрение информационных технологий (клиентских месенджеров), оперативная консультация 24/7 и по любым вопросам.
3. Минимизация количества обращений для решения одного вопроса – принцип «одного окна».
4. Улучшение электронной среды на территории офисного обслуживания.

В последнее время в Азербайджане широкое развитие получили платежные терминалы самообслуживания, среди которых можно выделить ExpressPay (“Expressbank” ASC), MilliÖN

(“Komtec Ltd” MMC) и другие. Посредством данных терминалов клиент может самостоятельно, без посещения банковского филиала, выполнять необходимые банковские операции – оплачивать коммунальные услуги, делать погашения по кредитам, взносы по депозитам, осуществлять денежные переводы на карты других клиентов банков.

Среди инновационных решений продуктовой линейки коммерческих банков можно выделить систему безконтактных оплат на основе технологий MasterCard Contactless и оплата посредством мобильных устройств – Apple Pay, Samsung Pay. Последняя активно используется как по миру, так и на постсоветском пространстве, однако до сих пор не нашла своего применения в Азербайджане.

Последние пару лет широкое распространение получила технология безконтактной оплаты банковскими картами. Данная технология дает возможность совершать оплаты не вставляя банковскую карту в пос-терминал и до определенной суммы не требует ввода пин-кода (в Азербайджане данный порог лимита составляет 50 AZN).

Однако технологии не стоят на месте и осенью этого года на азербайджанском рынке появился абсолютно новый инновационный продукт – PayPass Sticker (продукт, предоставляемый Bank Republika). Данный стикер дает возможность превратить в средство оплаты любой предмет – достаточно наклеить его на смартфон либо портмоне.

Выводы и предложения

Реформы, проводимые за последние десятилетия в ненефтяном секторе страны, положительно повлияли и на банковский сектор Азербайджана. Однако падение цен на нефть, начавшееся к концу 2014-го года, ухудшило состояние экономики и повлекло за собой ряд девальваций, что несомненно сказалось и на деятельности коммерческих банков, сократив их прибыль и снизив ликвидность.

Актуальным на данном этапе является государственное вмешательство с целью улучшения работы банков, а именно государственно-частное партнерство и проектное финансирование коммерческих банков. Необходимо соблюдать ряд условий для снижения финансовых рисков:

1. Улучшение банковского сектора путем слияний и поглощений коммерческих банков.
2. Снижение налогов на прибыль финансовых организаций при финансировании ими наиболее значимых государственных проектов.
3. Возможность создавать банкам свои собственные финансовые группы, тем самым давая им право на участие в уставных фондах компаний. Данный фактор простимулирует коммерческие банки увеличивать свои активы посредством выдачи инвестиционных кредитов.
4. Повысить статус и значимость частных банков, обслуживающих и инвестирующих в государственные проекты.

Анализ всех вышеперечисленных трендов развития банковских инноваций дает возможность говорить о том, что внедрение инновационных продуктов, модернизация технологической составляющей и улучшение инновационной политики коммерческих банков оказывает влияние не только на рост конкурентоспособности банков, но и на рост экономики страны в целом.

Совокупный подход к процессу реализации инновационного потенциала коммерческих банков является важным в теоретическом и практическом аспекте.

Укрепление и расширение общемировых инновационных трендов банковских инноваций повлечет за собой снижение конкурентоспособности азербайджанских банков при условии, если их инновационная политика не будет соответствовать требованиям финансового рынка.

Список литературы

1. Алгулиев Р. М., Алиев А. Г. Некоторые аспекты формирования ИКТ-ориентированных национальных инновационных систем // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2011. – № 4. – С. 1–8.
2. Алёшин В.А., Рудаева О.О. Кредитный скоринг как инструмент повышения качества банковского риск-менеджмента в современных условиях // Банковское дело. - 2014. - №2-3. - С. 27
3. Андрюшин С., Кузнецова В. Приоритеты денежно-кредитной политики центральных банков в новых условиях // Вопросы экономики. – 2011. – № 6. – С. 57-70.
4. Бондаренко С.В., Сапрунова Е.А. Сравнительный анализ методик оценки кредитоспособности заемщика // Финансы и кредит. - 2015. - №24. - С. 45
5. Викулов В. С. Концептуальный подход к разработке инновационных стратегий коммерческого банка / В. С. Викулов // Финансовый менеджмент. – 2010. – №5.
6. Гулиев О. Ф. Денежно-кредитная политика Азербайджана в период современного кризиса // Инновационная экономика: материалы междунар. науч. конф. – Казань: Бук, 2014. — С. 39-43.
7. Камалова Р. Р. Доступность дистанционных банковских услуг в России и их дальнейшее развитие // Молодой ученый. 2014. № 7. С. 344-346.
8. Колесов П. Ф. Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность банков // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 11 (дата обращения: 02.03.2020)
9. Попова Е. Ю. Внедрение информационных технологий и повышение эффективной деятельности банков // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 107

Анализ Банковских Рисков И Управление Ими В Рыночной Экономике

Малик Селимханов

msalimkhanov09@gmail.com

Резюме

В настоящее время проблема банковских рисков стоит особенно остро, так как необходимо управлять ими. Международный опыт показывает, что плохое корпоративное управление, проблемы управления рисками и внутреннего контроля в банках часто приводят к кризису в отдельных банках и угрожают финансовой стабильности банковского сектора. В условиях быстрого развития банковского бизнеса проблема управления рисками также становится одним из серьезных факторов, которые могут негативно повлиять на состояние банковской системы в Азербайджане. Следует отметить, что современный банковский рынок невозможно представить без рисков. Риск присутствует в каждой транзакции. Невозможно полностью устранить любой тип банковских рисков. Чем выше уровень риска, который несет коммерческий банк, тем выше его потенциальная доходность. Ключевой проблемой в практическом банковском деле является не исключение риска в целом, а его прогнозирование, оценка и снижение. Во всех случаях риск должен быть выявлен и измерен. Если риски не оценены должным образом или против них не могут быть приняты эффективные меры, для банка могут возникнуть негативные последствия. Управление рисками в банковской сфере называется управлением рисками. Среди различных типов рисков, с которыми сталкиваются банки, большое значение имеют риск изменения процентных ставок, фондовый риск, валютный риск, кредит, рыночный риск, риск ликвидности и риск изменения текущих расходов. Поэтому основными задачами банков являются: выявление возможных случаеви риска, оценка степени потенциального ущерба, определение способов предотвращения или компенсации убытков. Анализ риска начинается с определения его источников и причин. В этом случае важно определить, какие источники преобладают.

Ключевые слова: риск, банк, кредит

Введение

Неучтенный риск всегда приводит к потерям и убыткам, хотя аналитический подход может предотвратить эти потери и потери. В то же время вам нужно полагаться на интуицию при оценке риска. Это особенно важно в случае отсутствия информации для расчета риска. В этом случае интуиция и расчеты дополняют друг друга. Кроме того, все виды рисков взаимодействуют друг с другом и влияют на показатели работы банков. Следует отметить, что существует несколько положений, касающихся анализа и управления всеми видами финансовых и банковских рисков.

Управление рисками не всегда означает компенсацию рисков. Согласно одному из основных положений теории риска, руководство финансового учреждения должно стремиться к его оптимальному уровню, а не минимальному риску (Cummins, Weiss, 2009: 545).

- Возмещение риска всегда связано с определенными затратами.
- Сумма планируемой прибыли финансового учреждения или прибыль, необходимая для его существования, не должна быть напрямую связана с реализацией стратегии и политики риска.

Благодаря классификации рисков, возникающих в процессе деятельности субъектов финансового сектора, аналитики имеют возможность классифицировать их в соответствии с

целями анализа и создавать аналогичные кластеры (группы), что позволяет эффективно применять конкретные методы анализа и оптимизации.

Анализ

Система управления банковскими рисками означает: при наличии неопределенности в банковской деятельности комплекс мер, направленных на обеспечение положительных финансовых результатов работников банка, подавляется. Механизм защиты рисков банков включает меры по текущему регулированию риска и его минимизации. Процесс управления рисками - это выявление, оценка, отчетность, контроль и снижение рисков, присущих деятельности Банка, путем установления допустимых пределов риска.

Десятилетие с начала глобального финансового кризиса привело к значительным структурным изменениям в банковском секторе. Кризис выявил существенные слабости в банковской системе и пруденциальной структуре, что привело к чрезмерному кредитованию и принятию рисков без поддержки адекватных резервов капитала и ликвидности. Влияние кризиса сильно сказалось на экономическом росте, финансовой стабильности и деятельности банков во многих юрисдикциях, хотя встречный ветер начал уменьшаться. Технологические изменения, возросшая небанковская конкуренция и сдвиги в глобализации - все еще более широкие экологические проблемы, стоящие перед банковской системой (Cummins, Weiss, 2009: 546).

Регуляторы отреагировали на кризис, реформировав глобальную пруденциальную основу и усилив надзор. Ключевыми целями этих реформ было повышение устойчивости банков за счет усиления буферов капитала и ликвидности, а также сокращение неявных государственных субсидий и влияния банкротств банков на экономику и налогоплательщиков с помощью улучшенных режимов восстановления и урегулирования. В то же время, динамическая адаптация системы и появление новых рисков требуют постоянного внимания.

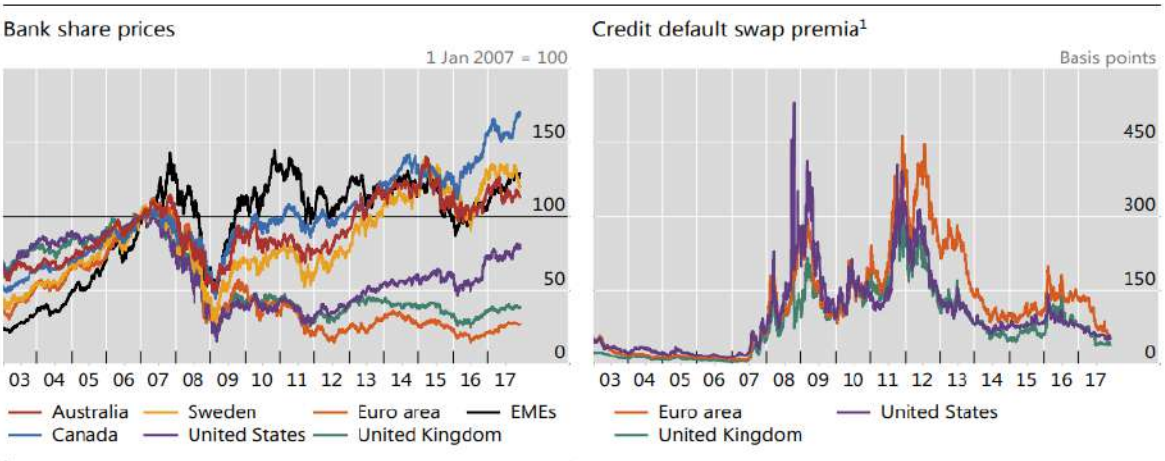
Приспосабливаясь к своему новому операционному ландшафту, банки переоценивают и корректируют свои бизнес-стратегии и модели, в том числе структуру своего баланса, базу затрат, масштаб деятельности и географическое присутствие. Некоторые изменения были существенными и продолжаются, в то время как ряд банковских систем с развитой экономикой также сталкивается с проблемами низкой прибыльности и наследства.

Финансовый кризис 2007-2009 годов стал переломным для банковского сектора во всем мире. Он выявил структуру чрезмерного риска и неадекватных буферов капитала и ликвидности в отрасли, а также недостатки в пруденциальной структуре. Регуляторы ответили более требовательными стандартами капитала и ликвидности, более строгим надзором и более четкими системами разрешения. Операционная среда для банков также заметно изменилась, отражая длительный период сокращения доли заемных средств частного сектора, слабый экономический рост и исторически низкие процентные ставки в большинстве стран с развитой экономикой, сопровождаемые изменениями в тенденциях глобализации в реальной экономике. Заинтересованность заинтересованных сторон в банках усилилась, в то время как технологии позволили новым небанковским компаниям бросить вызов бизнесу банков, тем самым усилив конкурентное давление. Многие из этих тенденций продолжаются и развиваются (European Central Bank, 2016).

Банки реагируют на кризисный опыт и посткризисную операционную среду. Во всем мире банки переоценивают и корректируют свои бизнес-стратегии, в том числе планы роста, позиции баланса, основы затрат, организационные структуры, масштабы деятельности и географическое присутствие. Корректировки также затронули менее заметные аспекты их бизнеса, включая методы управления и управления рисками. Кризис затронул все крупные банковские системы, хотя влияние было разным из-за различных начальных циклических условий и структурных уязвимостей (График 1). В то время как банки в зоне евро, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты понесли большие потери в разгар кризиса, в Австралии, Канаде и Швеции дела шли лучше, и они не нуждались в поддержке государственного капитала. Банки EME были более защищены от потрясений, учитывая их внутреннюю направленность, относительно низкое использование рыночного финансирования и, как правило, более высокие нормативные буферы, что частично отражается в уроках предыдущих финансовых кризисов.

Политическая реакция на кризис также способствовала неоднородности результатов. Например, процесс восстановления и рекапитализации банковского баланса в Соединенных Штатах опережал процесс в некоторых европейских странах.

График 1. Цены на акции банков и CDS спреды



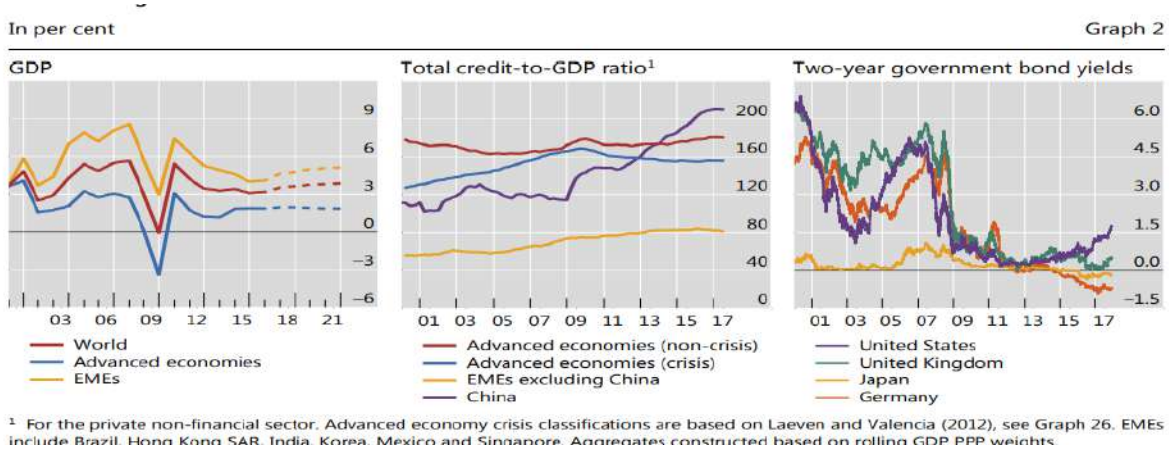
Пятилетние спреды CDS; простые средние по выборке банков.

Источники: Datastream; Markit

Другой важной причиной региональных различий в результатах банков за последнее десятилетие является влияние кризиса суверенного долга в еврозоне, который начался примерно в конце 2010 года. В некоторой степени опасения по поводу суверенной кредитоспособности были расширением проблем банковского сектора, которые возникли в 2007 - 09 финансовый кризис, такой как в случае Ирландии. Однако для многих банков еврозоны эскалация проблем с суверенным долгом представляла собой дополнительный неблагоприятный шок, который затянул их посткризисные показатели и усилило давление на структурные изменения.

Посткризисная макроэкономическая среда характеризовалась длительным периодом слабого экономического роста и низкой инфляции в крупных странах с развитой экономикой. Длительное сокращение доли частного сектора сказалось на совокупном росте инвестиций и кредитов (График 2, левая панель). Ориентировочные номинальные процентные ставки были на историческом минимуме, в некоторых случаях даже достигали отрицательной территории, поскольку центральные банки прибегали к крайне экспансионистской традиционной и нетрадиционной денежно-кредитной политике, включая значительное расширение своих балансов и / или отрицательных процентных ставок (График 2, правая панель).

График 2. Экономический рост, кредит и процентные ставки



Для частного нефинансового сектора. Классификация кризисов в продвинутой экономике основана на Laeven и Valencia (2012), см. Диаграмму 26. В EME входят Бразилия, ОАР Гонконг, Индия, Корея, Мексика и Сингапур. Агрегаты построены на основе скользящего веса ППС ВВП.

Источники: МВФ, World Economic Outlook; Bloomberg; БИС.

Процентные ставки также могли быть снижены из-за слияния структурных факторов. В отличие от этого, кредитование частного сектора в EME продолжало расти, несмотря на более медленный экономический рост в последние годы в случае крупных EME (График 2, центральная панель). В Китае корпоративная задолженность заметно возросла с начала кризиса. В некоторых более мелких странах EME и других странах, которые добились большего успеха в условиях кризиса (например, в Австралии, Канаде и Швеции), кредитование на жилье также росло устойчивыми темпами в посткризисный период в связи со значительным ростом цен на жилье. (European Central Bank, 2017):

Реформы в мировой нормативно-правовой базе направлены на повышение устойчивости банков к неблагоприятным потрясениям путем повышения требований к капиталу и ликвидности более высокого качества; устранение рисков, связанных с системно значимыми финансовыми институтами, и сокращение косвенных государственных субсидий; и обеспечить эффективное разрешение банков. Эти меры предназначены для снижения вероятности дефолта крупных международных банков до низкого уровня и значительного повышения способности системы противостоять неудаче крупного учреждения. При этом реформы выходят за рамки повышения устойчивости отдельных банков и охватывают макропруденциальную или общесистемную перспективу рисков для финансовой стабильности (то есть системного риска) (Financial Stability Oversight Council, 2016) .

В некоторых юрисдикциях международные нормативные изменения дополняются национальными инициативами. Наиболее заметными являются меры, направленные на изменение структуры деятельности и операций банков, такие как ограничения на собственную торговлю и новые правила в отношении промежуточной холдинговой компании в Соединенных Штатах, а также установление границ торговых книг из другой банковской деятельности в Соединенном Королевстве.

Некоторые страны также установили лимиты на банковское вознаграждение. Принимая во внимание важность внутренних институциональных условий и внутренних издержек финансовых кризисов, макропруденциальная политика остается в значительной степени задачей национальной политики, и при необходимости координируется на международном уровне. (Финк, 2016: 86)

В конце концов, мы можем сказать, что раньше страны с централизованно планируемой экономикой сталкиваются с очень сложными проблемами при переходе к современной рыночной банковской системе. Время, необходимое для построения успешной рыночной экономики, будет зависеть от успеха банкиров как риск-менеджеров. Финансы и риск не могут быть разделены, потому что финансы подразумевают обмен в настоящем обещаниями платить в будущем, что является неопределенным. Информация необходима для управления рисками, а рыночная экономика и командная экономика имеют дело с информацией принципиально по-разному. Финансовый анализ, не разработанный в рамках централизованного планирования, лежит в основе рационального принятия решений на либерализованных финансовых рынках. Обсуждаются простые примеры банковских процедур и стратегий рыночной экономики, новых для командования банкиров экономики.

Управление рисками требует институциональных механизмов, которые помогают сделать риск прозрачным посредством предоставления информации, которые позволяют добровольно распределять риск между различными сторонами, имеющими различные классы требований, и которые обеспечивают стимулы для поведения в соответствии с условиями контракта и невысокой стоимости исполнения контракта, Управление финансовыми рисками начинается с скептического и пытливого отношения, направленного на вещи, которые могут пойти не так, и их вероятные последствия.

Метод

В ходе исследования использовались методы систематического анализа, обобщения, сравнительного анализа, наблюдения и группировки. Каждая группа методов, используемых в исследовании, служит основной дидактической цели. Одним из используемых методов является метод формирования изображения (восприятия). Этот метод призван обеспечить чувство восприятия, создать полную картину окружающего мира. Эта группа методов включает в себя методы наблюдения, иллюстрации, демонстрации и описания. Метод наблюдения - это метод организации процесса восприятия в плановом и систематическом порядке для конкретной цели. Это помогает привить первоначальные представления об объектах и событиях, развить навыки наблюдения и независимости.

Анализ

В целях эффективного управления и оценки операционных рисков информация об операционных рисках, которым подвержен Банк, заносится в систему аналитической базы данных. Кроме того, Банк использует систему ключевых индикаторов риска, которая выполняет функцию раннего предупреждения для различных категорий операционных рисков, чтобы предвидеть и предотвращать возможность увеличения операционных рисков, а также эффективно управлять бизнес-процессами Банка. контроль обеспечен. Существует также Чрезвычайный план, основанный на международном опыте, для обеспечения непрерывности операций Банка. Текущий план представляет собой набор правил, которые зависят от человеческого фактора (террористический акт, забастовка и т. Д.), Техногенного (перебои в подаче электроэнергии, дефекты в ИТ-системах и т. Д.) И естественных алгоритмов (пожар, наводнение, ураган и т. Д.). Это, в свою очередь, направлено на то, чтобы свести потери к минимуму и обеспечить быстрое восстановление.

Выводы

Риск относится к вероятности потери, которая может произойти так или иначе в результате деятельности. Принятие рисков является основой банковского дела. Банки преуспевают только в том случае, если принимаемые ими риски являются управляемыми, а также в пределах их финансовой и финансовой способности. Банки пытаются получить больше прибыли. Но это также может привести к потерям. Банковские риски также включают в себя вероятность того, что банк, скорее всего, получит меньше, чем планировалось. Чем выше запрашиваемая сумма, тем выше риск.

Эффективное управление банковскими рисками охватывает многие области, от мониторинга банковских рисков до их оценки. Каждый банк должен думать о минимизации. Это очень важно для банка, чтобы продолжить свою деятельность. Минимизация рисков - это, в некотором смысле, борьба за снижение рисков или, точнее, за управление ими. Этот процесс включает в себя: видение рисков; определить их реальные показатели и результаты; разработать план действий по их предотвращению или минимизации.

Банки, которые в основном ищут прибыльный бизнес, иногда забывают о его рисках. Однако развитие рыночных отношений влечет за собой некоторую нестабильность, что, в свою очередь, создает ряд банковских рисков. Важно помнить, что никакой риск не может быть полностью нейтрализован. Кроме того, банковская деятельность зависит от банковских курсов, курсов валют и т. Д. с учетом влияния изменений «риск-доход». Однако чем больше риск берет банк, тем большую прибыль он может получить.

Список Литературы

1. Bank for International Settlements (BIS) (2012). Progress Report on Basel III Implementation, Basel Committee on Banking Supervision.
2. Committee on the Global Financial System (2017): “Repo market functioning”, *CGFS Papers*, no 59.
3. Cummins, J.D., Trainar, P. (2009). Securitization, Insurance, and Reinsurance, *The Journal of Risk and Insurance* 76 (3), 463-492.
4. Cummins, J.D., Weiss, M.A. (2009). Convergence of Insurance and Financial Markets: Hybrid and Securitized Risk-Transfer Solutions, *The Journal of Risk and Insurance* 76 (3), 493-545.

5. Dent, K and B Westwood (2016): "Stress testing of banks: an introduction", Bank of England, *Quarterly Bulletin*, no 3, pp. 130–43.
6. Dionne G. (2009). Structured Finance, Risk Management, and the Recent Financial Crisis, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1488767.
7. Dionne G. (2013). Risk Management: History, Definition and Critique. Bibliothèque et Archives Canada

Strateji İdarəetmədə Stratejik İnnovasiya

Fidan Mahmudzadə

fidanmirili@hotmail.com

Xülasə

Məqalədə strateji idarə etmədə stratejik innivasiya məsələləri araşdırlmış və ətraflı şəkildə öyrənilmişdir. Bir sira şirkətlərin və müəssələrin innovativ düşüncə quruluşlar ilə korporativ strategiyaları arasıda sinergiyaya bağlı olaraq müştərilər üçün yeni bir fikir yaratmaq,innovativ fikir bazarını genişlətmək kimi adlanan stratejik innovasiya anlayışı xarici ədəbiyyatlarda yer almasiyla yanaşı bu mövzuda Azərbaycanda da edilmiş çox sayıda çalışmalar mövcutdur.Bu araşdırma ilə strateji yenilik konsepsiyasının tərifinə, müəssisələr üçün onun daha əhəmiyyətli olmasına,stratejik innovasiya prosesi mərhələlərə və strateji yenilik yönümlü əsaslara önəm verərək stratejik innovasiyanın tərifi ilə bağlı məlumat verməkdir.Həmçinin qərar qəbul edənlər və müəssənin idare edilməsində yer alan və araşdırma aparan akademiklər bu mövzu ilə əlaqədar yenilik tətbiq etmək və bunu həyata keçirməyi hədəfləyirlər.Məqalədə innovasiyanin inkşafı və stratejik innovasiya haqqında məlumat verilir.İnnovasiya ilə rəqabət üstünlüyünü yaratmaq və bunu qorumaq stratejik hədəflərdən biridir.

Sürətlə dəyişən və inkişaf edən bir iş dünyasında mövcud olmağın və davamlılığın vacib təməllərindən biri olan innovasiyanın xaricində müəssələrin stratejik qərarlar alması,strateji ilə innovasiyanin qarşılıqlı əlaqəsindən yararlanmalı,bunun nəticasindı meydana gələn stratejik innovasiyanı doğru bir şəkildə idarə edilməlidir.Demək olar ki, bütün sahələrdə fəaliyyət göstərən müasir şirkətlər rəqabət üstünlüyünə sahib ola bilmək, davamlılığı təmin etmək, məhsuldarlığı, rentabelliyi və performansı artırmaq, müştəri məmnuniyyəti təmin etmək və dəyər zənciri qurmaq üçün strateji innovasiya imkanlarını artırmaq üçün çalışırlar. Strateji innovasiya yeni məhsul və xidmətlər, yeni fikirlər, yeni proseslər, yeni bazarlar, yeni biznes modelləri və yeni dəyərlər yaratmaqdır. Bir çox müəllifə görə strateji innovasiya fəaliyyət göstərdikləri mövcud sahələrdə prioritet və fərqli strategiyaların kəşfidir.

Açar sözlər: İnnovasiya,rəqabət,stratejik innovasiya,strateji idarəetmə

Giriş

Rabitə, nəqliyyat, informasiya və texnologiyalarının sürətli inkişaf etməsi,bazarda yaranan yeni dəyişikliklər,yeni transformasiyalar, qloballaşma, iqtisadi böyümə, artan beynəlxalq rəqabət və insanların bir-birilə ünsiyyətinin sürəti, müştərin dəyişməsi dünyada müəssisələr arasında rəqabətə səbəb oldu. Bu buna görə müəssisələr öz varlıqlarını qorumaq və bazarlarda özlərinə yer edə bilmək və qazanc əldə etmək üçün mövcud strateji strukturları və marketinq yanaşmalarını dəyişməlidirlər. Müəssisələr dünyada baş verən dəyişikliyə və inkişafla ayaqlaşmaq üçün fərqliliklərə, yaradıcılığa, təxəyyülə daha çox əhəmiyyət verməli və fərqli innovativ fikirləri daha çox mənimsəməlidirlər.

Dünya iqtisadiyyatının tətbiq etdiyi qaydalar, müəssisələrin rəqabət şərtləri ilə ayaqlaşa bilməsi üçün innovasiyani ya özləri tərəfindən hazırlamalı ya da ki mövcud innovasiyaları yaxından izləyərək və buna uyğun olaraq özlərinə uyğunlaşdırmalıdırlar.

İnnovasiya ilə rəqabət üstünlüyünə nail olmaq və bu üstünlüyü qorumaq strateji məqsədlərdən biridir. Yenilik ideyası ilə bağlı bütün siyasətlər və mədəni normalar və qəbul ediləcək qərarlar müəssisələrin strateji qərarları arasındadır və strateji idarə etmə baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Nəticə etibarilə strategiya və innovasiya birlikdə müzakirə olunması vacibdir.Bu məqsədlə, bu araşdırmada, ədəbiyyatda yer alan "strateji innovasiya" anlayışına yer veriləcəkdir. Strateji yeniliklərlə bağlı araşdırmalar beynəlxalq nəşrlərdə yer almasına baxmayaraq Azərbaycan ədəbiyyatında bu mövzuda

çox sayda işin olmaması bu mövzunun araşdırılması işini ortaya qoyur. Bu iş strateji yenilik anlayışı haqqında məlumat verir və müəssə idarəciləri və bu işdə fikir irəli qoyan akademiklər də bu yeniliklə bagli öz işlərini ortaya qoymuşlar.

İnnovasiya və rəqabət

Keçmişlə müqayisədə ölkələrin bir-biri ilə daha çox qarşılıqlı olduğu ,müəssisələrin yalnızca milli bazarda fəaliyyət göstərməyib, həm də dünya bazarına açıldığı bir proses olan qloballaşma və qloballaşma ilə bərabər artan rəqabət mühitini də özü ilə gətirmişdir. Müasir dövrdə dəyişən və inkişaf edən bu günümüz təşkilatlar və cəmiyyətlər arasındakı rəqabətdə üstünlük qazanmağın ən sağlam və davamlı yolu innovasiyadır.

İnnovasiya sahəsinin inkişafını təmin edən rəqabətin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- rəqabət- texniki yeniliyə müəssisənin həssaslağını təmin edən ən əsas amildir;
- rəqabət- sahibkarları məcbur edir ki, mütəmadi olaraq yeni növ məhsul və xidmətlər axtarsın;
- rəqabət- sahibkarları məcbur edir ki, yüksək keyfiyyətli və bazar qiymətli məhsul istehsalını mənimsəsinlər. Bu onların bazar tələbatlarını ödəmələrinin ən səmərəli üsuludur;
- rəqabət- ən səmərəli istehsal üsulundan istifadə etməyi stimullaşdırır;
- rəqabət- sahibkarları məcbur edir ki, istehlakçıların tələbatında həmçinin iqtisadiyyatda gedən dəyişikliklərə operativ reaksiya versinlər;
- rəqabət- inadkarlıqla və məhsuldar zəhmət çəkənlərin yüksək mənfəətini təmin edir.

İnnovasiya firmalarının rəqabətlilik qabiliyyəti amilləri sistemini əsas iki qrupa ayırmaq olar. Birinci qrup amillər konkret olaraq firmanın üstünlüyünü müəyyən edən amillərdir.Bura əsasən istehsal olunan məhsulun faydalılıq səviyyəsi,istehsal olunan məhsulun qiyməti və istehsalın səmərəliliyi aiddir. Bu qrupa sahibkarlıq firmasının müxtəlif cəhətli bazar aspektləri və eləcə də firmadaxili istehsaldan istifadə səviyyəsinə təsir edən amillər daxildir. Digər amillərdə öz növbəsində Daxili və xarici amillərə bölünür.Daxili amillərə texnologiyanın yeniləşdirilməsi,bazarın strategiyası,Firmada istehsalın təşkili aiddir.Xarici amillər dedikdə isə rəqabətdə olan firmaların rəqabət səviyyəsi,ölkədə ixrac olunan məhsul üzrə iqtisadi siyasət və idxal olunan məhsul üzrə dövlətin iqtisadi siyasəti daxildir (Ateş, 2017).

Nəhayət, innovasiya sahəsində rəqabətliliyin firmada əsas forması mühəndis-texniki işçilərin üstünlüyünü müəyyən edən, yeni məhsulun elmi-texniki üstünlüyüdür. Elm intellektual əməyin göstəricisi rolunu oynayır. Məhsulun rəqabət qabiliyyətliliyi yeni ixtiraların və elmi axtarışların səviyyəsi kimi qiymətləndirilə bilər. İnnovasiya firmaları arasında rəqabəti təmin etmək üçün onların yerinə yetirdikləri elmi-texniki problemlərin xalq təsərrüfatı səviyyəsində layihələndirilməsinin texniki, texnoloji, və s. istiqamətlərini müsabiqə əsasında təşkil etmək lazımdır. Elmi-texniki tərəqqinin ən vacib istiqamətlərində açıq müsabiqə təşkil edilməlidir. Bu müsabiqədə xarici alimlərin də iştirak etmələrinə imkan yaratmaq və alınmış nəticələri mütləq istehsala tətbiq etmək lazımdır. Bu sahədə inkişaf etmiş qabaqcıl ölkələrin təcrübələrini nəzərə almaq lazımdır. Bazar münasibətlərinin formalaşdığı dövrdə elmi- texniki tərəqqidə sağlam rəqabətli ölkədə aparılan antiinhisar siyasəti təmin edilməlidir. Rəqabət innovasiya sahibkarlarını məcbur edəcəkdir ki, innovasiya bazarına çıxsınlar və bu bazarın formalaşmasında iştirak etsinlər. Bu məqsədə nail olmaq üçün onlar aşağıdakıları yerinə yetirirlər:

- özlərinin elmi-texniki və elmi bazalarını yaratmalıdırlar ki, elmi-tədqiqat və sınaq layihə işlərini apara bilsinlər;
- bu işlərin yerinə yetirilməsi üçün kənar təşkilatlarla müqavilə bağlamalıdırlar;
- müəyyən məhsul istehsal etməyə, yaxud xidmətlər göstərməyə lisenziya almalıdırlar;
- başqa təşkilatlardan yeni hazır məhsul, texnologiya, "nou-hau" almalıdırlar.

Müasir innovasiya bazarlarına xas olan xüsusiyyət «səmərəli rəqabət»dir. Bu onu göstərir ki, ayrı-ayrılıqda heç bir rəqib istehsal şəraitinə və məhsul satışına təsir etmək imkanında deyildir. Həmçinin onların bazara birgə təsir etmələri isə antiinhisar qanunları ilə məhdudlaşıbdır. Səmərəli rəqabət xoş məramlı olmalıdır. Belə ki, nə istehlakçıların ziyanı hesabına, nə də qanun pozuntusu hesabına müvəffəqiyyət qazanılmamalıdır. Rəqabəti müxtəlif əlamətlərə görə qruplaşdırmaq olar. Bu əlamətlər- rəqabət subyektləri, münasibətlərin xarakteri, funksional təyinat və təsir metodlan ola bilər. Xalis (təkmil) rəqabət- elə sahələrdə yaranır ki, burada kifayət qədər rəqabətdə olanlar var, onlar birgə rəqabət aparmaq qabiliyyətində deyillər və odur ki, dövlət tərəfindən tənzimləməyə ehtiyac yoxdur. Firmadaxili rəqabət- eyni bir firmanın bölmələri məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi uğrunda mübarizə aparmalıdır. Funksional rəqabət - istənilən eyni bir tələbatı müxtəlif yollarla ödəmək mümkün olan halda yaranır. Məsələn, idman avadanlıqları bir-biri ilə funksional rəqabətdiə olurlar. Növünə görə rəqabət- eyni məqsəd üçün istifadə edilən əmtəələrin bir-birindən fərqli üstün cəhətlərinə görə müəyyən edilir. Predmet rəqabəti - eyni əmtəələr buraxılarkən onlann bir-birindən cüzi fərqlərinə görə müəyyən edilir (Gündüz, 2012).

XVIII əsrin sonu XIX əsrin əvvəllərində sahədaxili rəqabət inkişaf etməyə başlamışdır. Bu, bir sahənin müəssisələri daha çox mənfəət qazanmaq üçün həmin sahənin digər müəssisələri ilə rəqabət aparan zamanı yaranır. Belə sahə müəssisələri təkcə elmi-texniki tərəqqi sahəsində avanqard olmaqla kifayətlənməyərək həmişə liderliyi əldə saxlamağa çalışırlar. Məhz, sahədaxili rəqabət hesabına müxtəlif iqtisadi sistemlərə malik olan ölkələrin müəssisələri dünya bazarlarında üstün mövqeyə malik olurlar. Sahələrarası rəqabət başqa sözlə, müxtəlif sahələrin istehsal müəssisələri arasında ən mənfəətli sahələrə kapital qoymaq üzrə öz aralarında apardıqları mübarizədir. Bu zaman real tələbat nəzərə alınmaqla çox iri məbləğdə əsaslı vəsait istehsal sahələrinə yönəldilir.

Qlobal rəqabət mühitində fəaliyyət göstərməli olan yerli müəssisələrin inkişafının dayanıqlılığı məhz innovativ fəaliyyətlə təmin oluna bilər. Yenilikçi sahibkarların fəaliyyəti iqtisadi artımın sürətlənməsi və cəmiyyətin ümumi rifahının təmin edilməsi üçün zəmin yaradır.

İnnovasiya fəaliyyəti müəssisənin yeniliklərin hazırlanması, tətbiqi, mənimsənilməsi və kommersiyalaşdırılması aşağıdakıları əhatə edir:

-yeni ideyalarının hazırlanması, laboratoriya tədqiqatlarının aparılması, laboratoriya nümunələrinin hazırlanması, yeni məhsul və texnika üzrə elmitədqiqat və konstruktor işlərinin həyata keçirilməsi;

-yeni məhsul növlərinin hazırlanması üçün xammal və materialların lazımi növlərinin seçilməsi;

- yeni məhsulun istehsalı üzrə texnoloji prosesinin hazırlanması;

-məhsulun istehsalı üçün lazım olan yeni texnika nümunələrinin layihələndirilməsi, istehsalı, sınaqdan keçirilməsi və mənimsənilməsi;

-yeniliyin reallaşdırılmasına yönəldilmiş yeni təşkilati-idarəetmə qərarlarının hazırlanması və tətbiqi.

İnnovasiyalar səbəb olduğu texnoloji sərmayələrlə müəssələri daha çox rəqabət edə bilir hala gətirir ki,bunun nəticəsində iqtisadi inkişafa töhfə verir.Rəqabətin olduğu bugünkü müəssisələrdə innovasiyanın olduğunu nəzərə alaraq müəssisələr də bu rəqabətdən bəhrələnirlər. Buna görə innovasiya rəqabət üstünlüyü mənbələrindən biri hesab edilə bilər, çünki innovasiya yolu ilə müəssisələr dəyişikliklərə daha asan uyğunlaşırlar.

Stratejik innovasiya

Ədəbiyyatda strateji innovasiya ilə bağlı bir çox təriflər mövcutdur.Bu təriflərin bəzilərinə aşağıda yer verilmişdir:

• Hamel (1998:8), strateji innovasiyanı, mövcud sənaye modelində müştərilər üçün yeni bir dəyərin yaradılması, rəqiblərin hazırlıqsız tutulması, səhmdarlar üçün yenidən qiymətləndirmənin gücü olaraq müəyyənləşdirmişdir.

• Strateji innovasiya, qaydaların ləğvi və rəqabətin xarakterinin dəyişməsi ilə birlikdə olan müəssisələr üçün sürətli böyümə,müştərilər üçün dəyər yaratmaq məqsədi ilə biznes modellərinin yenidən qruplaşdırılması və mövcud bazarların yenidən konsepsiya edilməsidir.

• Strateji innovasiya; yaradıcılıq, biznes ideyalarını canlandırmaq və iş bazarının, eləcə də iş sistemlərinin və əsas səlahiyyətlərinin dəyişməsi ilə yeni bir iş konsepsiyasının həyata keçirilməsidir (Drejer, 2006: 145). Bu baxımdan strateji innovasiyanın müəssisənin inkişafı ilə əlaqəli olduğunu söyləmək olar.

• Strateji yenilik, məlumat yaradılması və innovativ tədbirlərdə iştrak etmək, müştəri tələbinə reaksiya vermək əvəzinə bazarı genişləndirmək, məhsul yeniliyindən başqa yeni bazarlar yaratmaq,məhsulun innovasiya ilə bağlı olduğu resursların idarə olunması və ümumi olaraq iş strategiyası yaratmaqdır

• Strateji innovasiya, oyun oynamaq üçün yeni bir yol göstərən biznes modellərindəki innovasiya olaraq müəyyənləşmişdir.

• Strateji innovasiya menecmenti, təşkilati bilik və tətbiqetmələrin məqsədə uyğun olaraq həyata kecirilməsidir.

Bu təriflər nəzərə alındığında strateji innovasiyanın “yeni iş modelləri”, “yeni bazarlar (yenilərini yenidən yaratmaq və ya mövcud olanları dəyişdirmək)”,“müştərilər və müəssisələr üçün dəyər artımı və ya bu üç üçlüyün birləşməsi” olaraq görülməkdədir.

Strateji idarəetmə strategiyaların işlənib hazırlanması və reallaşdırılması üzrə təşkilatın fəaliyyətləri ardıcıllığını müəyyən edən prosesi əks etdirir. O məqsədlərin qoyuluşunu, strategiyaların işlənib hazırlanmasını, lazımi resursların müəyyən olunması və təşkilata qarşıya qoyulmuş vəzifələrə nail olmağa imkan verən xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqələrin saxlanılmasını da özündə birləşdirir. Strateji idarəetmənin iki əsas son məhsulunu bir-birindən fərqləndirirlər. Onlardan biri gələcəkdə məqsədlərə çatmağı təmin edən təşkilatın potensialıdır. Heç də təşkilatın hər bir məhsulu və xidmətləri onun potensialına daxil edilə bilməz, yalnız potensial mənffəətlilik nöqteyi nəzərindən istehsal olunan məhsul və xidmətlər daxil edilir. Bu onu göstərir ki, firmanın məhsulu yeni prespektiv texnologiyalar bazasında yaradılır, fərqləndirici xüsusiyətlərə malikdir və bazarda onlara tələb var. Strateji idarəetmənin digər son məhsulu, xarici mühitdə təşkilatın dəyişikliklərə olan həssaslığını təmin edən daxili struktur və təşkilati dəyişikliklərdi.

Strateji innovasiya fəaliyyəti, sınaq və səhv metodu ilə strateji sınaqları ilə həyata keçirilir.Strateji sınaqların bəzi özünə məxsus spesifik xüsusiyyətləri var.Bunlar; strateji sınaqların iş təlimatlarında dəyişikliklərə ehtiyac duyulması,müəssisənin mövcud bəzi aktiv və qabiliyyətlərini inkişaf etdirilməsi,coğrafi yayılma və ya texnoloji inkişaf olaraq ələ alınması,sənaye mühitində transformasiyanı inkişaf etdirilməsi,rəqiblərdən əvvəl proseslərin başlanılması, yeni bilik və bacarıqların inkişafının vacibliyi olaraq müəyyənləşmişdir.

Metod

Tədqiqatda bir sıra metodlardan istifadə olunacaq xüsusən: analiz və sintez digər metodlardan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx əlaqəlidir, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. İnduksiya və deduksiya, belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlaraşkarlanmış, sistemləşdirilmiş və təyin olunmuşdur. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış materiallar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Bunlarla yanaşı tədqiqat işində müqayisəli təhlil, sistematik, statistik işləmə və s. metodlardan istifadə olunmuşdur.

Analiz

Müasir iqtisadiyyatlarda yenilik ölkələrin, sektorların və müəssisələrin rəqabət edə bilməsi üçün çox vacib əhəmiyyətə malikdir. 21-ci əsrin iqtisadi, siyasi və hərbi dinamikasına baxıldığında, rəqabətin yeni paradiqmasının innovasiyaya əsaslandığı,rəqabətin gücünü müəyyən edən əsas amillərin isə araşdırma və inkşaf fəaliyyətlərini və innovasiyaya əsaslanan məhsulların artışı ilə əlaqənin olduğu görülməktədir.Müəssisələr üçün vacib olan rəqabət vasitəsi hesab olunan yenilik səmərəliliyi və gəlirliliyi artırır, yeni bazarlara çıxmağı və mövcud bazarın genişləndirilməsini təmin edir.

Nəticə

Bu gün yerli bazarlar xarici dünyadan daha çox asılı vəziyyətə gəlmiş və onlar arasında sərhədlər aradan qalxmışdır.Bu vəziyyətdə müəssisələri yeni rəqabət mühiti ilə üz-üzə qoymuşdur.Müəssisələr əvvəlkindən daha çox rəqabətə məruz qalmışlar. D'Aveni (1994),bu yeni rəqabət mühitini "hiper rəqabət" olaraq təyin etmiş və hiper rəqabətin müəssələr üçün vacib bir kritik müvəffəqiyyət amilinin olduğunu vurğulamışdır. Hiper rəqabət mühitində olan müəssisələr daim özlərini, proseslərini, məhsullarını və xidmətlərini inkişaf etdirməlidirlər.

Müəssələrin davamlı rəqabət üstünlüyü əldə etməklərində innovasiyanın və strateji düşüncənin əhəmiyyəti olduqca böyükdür. Bir şirkətin innovasiya əsaslı fəaliyyətlərdə olması üçün köklü çevrilmənin zəruriliyindən xəbərdar olmalı,ilham verən məqsədlərin olması,innovativ fikirlərə və dəyişikliklərə açıq olması,innovasiyalı biznes mədəniyyətə sahib olması, çalışanların yenilikçi və yaradıcı olmaları mövzusunda həvəsləndirməsi və onları təşviq etməsi vacibdir.

Strateji innovasiya ilə müəssisələrin yaradıcı, bazar yönümlü,yenilikçi, təşəbbüskar, araşdırıcı, yeni və fərqli baxış və fikirlərə açıq olması; yeni dəyərlər,yeni fikirlər, yeni proseslər və yeni iş modelləri yaratmağı əsas mövzulardan biridir.Strateji innovasiya yönümlü müəssisələr, yeni bir satış yanaşması

inkşaf etdirmək, sənayedə yeni bir paylama metodu yaratmaq və bu zaman istifadə ediləcək metodlari bütünüylə aradan qaldirmaqla yenilikçi fəaliyyətlərlə məşğul ola bilirlər.

Bu araşdırma nəticəsində dilimizdə strateji yenilik mövzusunda araşdırmaların məhdud olması səbəbiylə strateji innovasiyanı tanıtmaq,müasir ədəbiyyatımıza töhfə verməkdir.Müəssisələr üçün strateji innovasiya istiqaməti haqqında məlumat vermək bu işdə iş icraçıları, qərar qəbul edənlər və alimlərin mövzu ilə bağlı məlumatlılığının artırılması,strateji qərarlar və innovativ fikirlərin əhəmiyyətinin vacibliyi və strateji yeniliyin geniş yayılması stratejik innovasiyanın əhəmiyyətinin artmasına və ədəbiyyatımıza daha çox fayda verəcəyinə gətirib çıxarır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. “Strateji idarəetmədə yeni bir rəqabət anlayışı”Ankara üniversitesi
2. Abraham, J.L., & Knight, D.J. (2001).Strategic innovation. Strategy and Leadership. 29(1), 21-27. Afuah, A. (2009). Strategic innovation: New game strategies for competitive advantage. New York: Routledge.
3. Ateş M.R. (2017) “İnovasyon Hayat Kurtarır”,İstanbul,Doğan Kitapçılık
4. Bulut, Ç ve Arpak, H. (2012). İnovasyon, Direnç ve İletişim: Kavramsal Bir Tartışma, Yenilik-Yenileşim-İnovasyon Dünyasına Bir Yolculuk, Editör Selçuk Karaata
5. Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. Harward Business Rewiew,1-9.
6. Duran C, Saraçoğlu M (2009) “Yeniliyin Yaratıcılıkla olan ilişkili ve yeniliyi geliştirme süreci,Manisa,Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi
7. Elçi Ş. (2007) “İnovasyon:Kalkinma və rekabetin anahtarı,Ankara,Nova yayınları
8. Əzizova G.A. (2012) “Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti” Bakı, “İqtisad universiteti” nəşriyyatı.
9. Gündüz, E. (2012). Rekabet geriliminin stratejik inovasyona etkisinin farkındalık motivasyon ve yetenek perspektifinde incelenmesi. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
10. Hamel, G. (2000). Leading the revolution. Boston: HBS Press
11. Markides, C. (1997). Strategic innovation. Sloan Management Review
12. Oslo Kılavuzu (2005) Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için veriler,Ankara ,Tubitak yayini
13. Peter Drucker. (2003) Yenilikçilik içerisinde yenilikçilik disiplini,İstanbul,MESS yayinları
14. Tağıyev A. (2018) “İnnovasiya (Nəzəri və tətbiqi səpkidə)Bakı,Təknur
15. Tağıyev A.H. (2013) “İnnovasiya siyasəti” Bakı,Təknur
16. Tağiyev A. (2000) ”İnnovasiya menecmenti” Bakı,Təknur
17. Thomson, A. (2006). Entrepreneurship and Business Innovation, PhD Thesis, Business School
18. Trott,Paul (2005) İnnovation Manegement and New Product Development,Pearson Education Limited
19. http://economy.az/az/13 innovations/index.php

Texnoparkların yaradılması təcrübəsi

Abbasova-Zeynalova Nuranə Nazim qızı

nurane.abbasova.1997@mail.ru

Xülasə

Son zamanlarda müstəqil Azərbaycanın inkişafı ilə bağlı qarşıya qoyulmuş məqsədlərdən ən başlıcası modern sənayeləşmədir. Müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq həyata keçirilən uğurlu siyasət iqtisadiyyatın sənayeləşməsini daha da sürətləndirib. Artıq ölkəmizdə müasir sənaye müəssisələri fəaliyyətə başlayıb, yeni sənaye sahələri yaradılıb, tələbatın ödənilməsində yerli məhsulların payı əhəmiyyətli dərəcədə artıb, ixracın həcmi yüksəlib. Bu sahədə layihələrin uğurla reallaşdırılması üçün vacib şərt sənaye parklarının, sənaye məhəllələrinin yaradılması istiqamətində praktiki addımlar atılmasıdır. Sənaye parkları və onların ərazisindəki infrastruktur obyektlərinin qurulması və istehsalat binalarının tikintisi dövlət vəsaiti hesabına həyata keçirilib. Dünya ölkələrinin təcrübəsinə əsaslanaraq deyə bilərik ki, sənaye parkları sahibkarlığı dəstəkləmək, qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək və əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunu artırmaq imkanına sahibdir. Buna görə də müxtəlif sənaye sahələrini inkişaf etdirməkdə maraqlı olan, ölkə iqtisadiyyatının tarazlı inkişafına nail olmaq istəyən dövlətlər iqtisadi siyasətlərində sənaye parklarının yaradılmasına, inkişafına yüksək səviyyədə yer verirlər.

Açar sözlər: Texnopark, Sənaye məhəlləsi, İnnovasiya sahibkarlığı

Müasir dövrdə Azərbaycan Respublikasının dövlət siyasətinin vacib prioritetlərindən biri iqtisadiyyatın yeni inkişaf yoluna - innovasiya iqtisadiyyatına keçiddir. Azərbaycanda innovasiya sistemi yeni formalaşmaqdadır. İnnovasiya sisteminin inkişafı üçün innovasiya potensialının formalaşması və idarə edilməsi prosesinin maksimal səmərəliliyini təmin etmək üçün innovasiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin mütərəqqi üsul və mexanizmlər sisteminin yaradılması vacibdir. Belə sistemlərdən biri kimi ölkədə yaradılan texnoparklar çıxış edir.

Texnopark – sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri infrastruktura və idarəetmə qurumlarına malik olan, müasir texnologiyaların tətbiqi yolu ilə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı və xidmət göstərilməsi məqsədləri üçün istifadə edilən, sahibkarların səmərəli fəaliyyətinə və inkişafına kömək edən ərazidir.

Texniki sənaye parkının yaradılmasında məqsəd innovativ və yüksək texnologiyalar əsasında rəqabət qabiliyyətli sənaye istehsalının inkişafı, xidmətlərin göstərilməsi üçün münbit şəraitin yaradılması və bu sahədə sahibkarlığın dəstəklənməsi, iqtisadiyyatın, o cümlədən qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafının təmin edilməsi, ölkənin yerli və xarici investisiyalar üçün əlverişliliyinin artırılması, əmək qabiliyyətli əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunun artırılmasıdır.

Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olaraq sənaye parklarında aşağıdakı stimullaşdırıcı tədbirlər tətbiq olunur:

- vergi və gömrük sahəsində stimullaşdırıcı tədbirlər;
- sənaye parkının infrastrukturla təmin edilməsi;
- torpaq sahəsinin icarə haqqının aşağı həddində müəyyən edilməsi;
- güzəştli kreditlərin verilməsi;

- inzibati prosedurların sadələşdirilməsi;

- sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli həyata keçirilməsi üçün xidmətlərin təşkili;

- istilik və elektrik enerjisinin, suyun və qazın satışına, tullantı sularının axıdılmasına və məişət tullantılarının yığılmasına görə güzəştli tariflərin tətbiqi.

Təsadüfi deyil ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 4 may 2009-cu il tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasında 2009 - 2015-ci illərdə elmin inkişafı üzrə Milli Strategiya"da ölkəmizdə biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaş-dırılması üçün elmi-texniki infrastrukturun modernləşdirilməsi, elmin, təhsilin və istehsalatın inteqrasiyasının təmin edilməsi, innovasiya siyasətinin səmərəsinin artırılması mühüm fəaliyyət istiqamətləri hesab olunmuş, innovasiya fəaliyyətinin ifrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, o cümlədən texnoparkların, texnoloji mərkəzlərin, biznes inkubatorlarının şəbəkəsinin genişləndirilməsi bir vəzifə olaraq qarşıya qoyulmuşdur [3].

Dünya standartlarına əsasən texnoparkların əsas hədəfləri universitetlərin təhsil, tədris və araşdırma fəaliyyətlərini dəstəkləyərək daha səmərəli nəticələr əldə etmək, sənayenin rəqabət gücünü artırmaq, yüksək texnologiyalara əsaslanan regional və iqtisadi inkişafı sürətləndirməkdir.

Texnoparkların əsası ilk dəfə XX əsrin 50-ci illərində Kaliforniya ştatının Stenford universitetinə məxsus istifadəsiz ərazinin icarəyə verilməsi ilə qoyulmuşdur. Universitet öz ərazisində olan istifadəsiz torpaq sahəsini texnopark formalaşdırılması məqsədilə icarəyə vermişdir. 80-ci illərdən başlayaraq ABŞ-da bir-birinin ardınca yeni texnoparklar meydana gəlməyə başladı. Hal-hazırda ABŞ-da 160-dan çox texnopark fəaliyyət göstəriri ki, bu da dünyada olan texnoparkların 30 faizindən çoxunu təşkil edir.

Avropada texnoparklar keçən əsrin 70-ci illərinin əvvəllərindən yaranmağa başlamışdır. Bunlara Edinburqun Harriot-Uatt universitetindəki tədqiqat parkını, Kembricdəki Triniti kollecinin elmi parkını, Belçikada Leven-la-Nev, Nitsada Sofia-Antipolis və Qrenoblda elmi-texniki yeniliklər və istehsal zonasını misal göstərmək olar. Sadalanan bu texnoparklar əsasən ABŞ texnoparklarının modelini təkrarlamışlar: bir təsisçinin olması, yeni yaradılmaqda olan çoxsaylı kiçik innovasiya firmalarının yaradılması üçün xüsusi biznes sahibinə torpaq sahəsinin icarəyə verilməsi.

İnkubatorlar prespektivli sahibkarlara istehsal sahələrini verməklə onları xidmət toplumu ilə təmin edirlər, yerli universitet, elmi mərkəz və maliyyə dairələri ilə əlaqə yaradırlar.

ABŞ və Avropada texnoparklar keçən əsrin 80-ci illərindən geniş inkişaf etməyə başlamışdır.

Texnoparkın müasir Avropa modeli aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- onlarla kiçik firmanın yerləşdirilməsi üçün binanın olması;

- bir neçə təsisçinin olması (belə idarəetmə mexanizmi bir təsisçi olan mexanizmdən nə qədər mürəkkəb olsa da maliyyələşmə baxımından daha səmərəlidir).

Texnoparklar 80-ci illərdə iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə geniş tətbiq tapmağa başlamışdır. Texnoparklar ilk olaraq Kanada, Sinqapur, Avstraliya, Braziliya, Hindistan, Malayziya, Çin və Yaponiyada yaradılmağa başladı.

80-ci illərin sonu və 90-cı illərin əvvəllərində Rusiyada texnoparkların yaradılması dalğası geniş vüsət aldı. Onların əksəriyyəti ali məktəblərdə təşkil edildi. Belə texnoparklar inkişaf etmiş infrastruktura, daşınmaz əmlak, peşəkar menecerlər komandasına malik deyildilər. Onların əksəriyyəti ali məktəbin bir bölməsi kimi yaradılıb nəzərdən keçirilirdi. Bu, mahiyyətcə texnoparkların yaradılmasına ilk çağırış idi. 1990-cı ildə Təhsil üzrə SSRİ Dövlət Komitəsi tərəfindən texnopakların yaradılması və inkişaf etdirilməsi proqramı həyata keçirilməyə başlandı. Elə həmin andan "Texnopark" Assosiasiyası yaradılıb fəaliyyətə başlamışdır. Bu mərhələdə onun əsas fəaliyyət istiqamətini aşağıdakılar təşkil edir:

- Texnoparkların yaradılmasında xarici təcrübənin öyrənilməsi və Rusiya şəraitinə uyğunlaşdırılması;
- Rusiyada texnoparkların yaradılması konsepsiyasının işlənib hazırlanması;
- Texnoparkın kiçik innovasiya sahibkarlığının inkişafını təmin edən ən səmərəli forma olduğunu təbliğ etmək;
- Texnoparklar və kiçik innovativ firmalar üçün kadrların hazırlanması və o cümlədən aparıcı xarici mütəxəssisləri cəlb etmək;
- Texnoparkların yaradılması üzrə regionlarda intensiv işlərin aparılması.

"Texnopark" Assosiasiyasının fəaliyyəti hesabına 1990-1993-cü illərdə yaradılıb qeydiyyatdan keçmiş texnoparkların sayı artmağa başladı (1990-cı ildə - 2, 1991-ci ildə - 8, 1992-ci ildə - 24, 1993-cü ildə - 43 və s.). Rusiya Federasiyasında ilk "Tomsk elmi-texniki parkı 1990-cı ildə yaradılmışdır. Hazırda Rusiya texnoparkların sayına görə dünyada beşinci yer tutur. Ölkədə 60-dan çox texnopark 35 regionda fəaliyyət göstərir.

90-cı illərin ortalarında Rusiyada yaradılmış texnoparkların təbii təbəqələşmə prosesi başladı. Həm obyektiv, həm də subyektiv faktorların təsiri altında bəzi texnoparklar (Moskva, Tomsk, Sankt-Peterburq, Zelenoqrad, Ufa) öz inkişafı prosesində digər texnoparkları əhəmiyyətli dərəcədə qabaqladılar. Ölkədə texnoparkların, biznes inkibatorların və onlara oxşar qurumların sayında artım müşahidə olunmağa başladı. Belə ki, bu dövrdə az saylı olsa da texnoparklar universitetlərin bazasında deyil, böyük elmi mərkəzlərin, akademik şəhərciklərin nəzdində yaradılmağa başladı.

Belə bir məqam xüsusi diqqət çəkir ki, texnoparkların yaradılmasında xarici təcrübəyə müraciət edilməsi əsasən iqtisadiyyatda böhranların baş verməsi vəziyyətindən irəli gəlir. Texnoparkların yaradılması dirçəlişin səmərəli mexanizmi və böhran vəziyyətindən çıxmanın təkanverici amili hesab edilir. Onların fəaliyyəti nəticəsi isə regionların iqtisadi cəhətdən inkişafına və yüz minlərlə yeni iş yerlərinin açılmasına gətirib çıxarır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar münasibətləri şəraitində texnoparkların timsalında biz ali təhsilin, elmin, sənayenin, sahibkarlığın, maliyyələşdirmə mənbələrinin, regional və yerli idarəetmə orqanları arasında əlaqələrin yeni forma və strukturuna malik oluruq.

Xarici təcrübələrə əsaslanaraq Azərbaycanda sənayenin inkişafı ilə əlaqədar texnoparkların yaradılmasına 2011-ci ildən başlanmışdır. 15 may 2014-cü ildə isə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə təsdiq edilmişdir.

Ölkədə innovativ və yüksək texnologiyalar əsasında rəqabət qabiliyyətli sənaye istehsalının inkişafı üçün münbit şərait yaratmaq, bu sahədə sahibkarlığı dəstəkləmək, qeyri-neft sektorunun

davamlı inkişafını təmin etmək və əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunu artırmaq məqsədi ilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 21 dekabr tarixli 548 nömrəli Fərmanı ilə Sumqayıt Kimya Sənaye Parkı yaradılmışdır [4].

Hal-hazırda Azərbaycanda Sumqayıt Kimya Sənaye Parkı da daxil olmaqla, 5 sənaye parkı (Sumqayıt, Balaxanı, Mingəçevir, Qaradağ, Pirallahı), bir Yüksək Texnologiyalar parkı və 5 sənaye məhəlləsi (Neftçala, Masallı, Hacıqabul, Sabirabad, Şərur) fəaliyyət göstərir.

Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının 508 hektarlıq ümumi ərazisinin 450 hektarı sənaye zonasıdır. Artıq burada 75 faiz məskunlaşma qeydə alınıb. Hazırda parkın ərazisində 13 zavod fəaliyyət göstərir və əlavə 7 zavodun 2020-ci ildə fəaliyyətə başlayacağı gözlənilir. Burada 16 mərtəbəli inzibati bina, Peşə Təhsil Mərkəzi, Sərgi-Konfrans Kompleksi, Sağlamlıq Mərkəzi, Laboratoriya binası, emalatxanalar, idman meydançaları, Yataqxana Kompleksi, həmçinin rezidentlər və işçilərə xidmət edəcək digər obyektlər fəaliyyət göstərir. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında 20 rezident var. Qoyulmuş sərmayə milyardlarla dollar səviyyəsindədir. Burada Almaniya, Türkiyə, Çin texnologiyaları əsasında müxtəlif diametrli polad borular, yüksək təzyiqə davamlı hidrotexniki avadanlıqlar, xüsusi təyinatlı müxtəlif diametrli polietilen borular, Kanada, Avstriya texnologiyalarından istifadə edilməklə ildə 184 min ton polipropilen (PP) və 120 min ton yüksək sıxlıqlı polietilen, İtaliya texnologiyası əsasında ferrosilisium və ferrosilikomanqan, İsveçrə texnologiyası əsasında müxtəlif növ tikinti məhsulları, Almaniya və İtaliya texnologiyası əsasında müxtəlif çeşiddə sürtkü yağları, Böyük Britaniya, Almaniya və İtaliya texnologiyaları əsasında beynəlxalq standartlara cavab verən ağır, yüngül və daha yüngül dərəcəli olmaqla üç növdə filterli siqaretlər və s. istehsal edilir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 28 dekabr tarixli Sərəncamı ilə ikinci sənaye parkı - Bakı şəhərində Balaxanı Sənaye Parkı yaradılmışdır. Parkının ərazisi 8,3 ha təşkil edir. Təkrar istehsal sahəsinə maraq göstərən sahibkarlara münbit işgüzar mühitin yaradıldığı Balaxanı Sənaye Parkında işlənmiş mühərrik yağlarının, tullantı plastik butulka və materialların, kağız-karton məmulatların, süngər tullantılarının təkrar emalı və s. sahələri üzrə 8 rezident fəaliyyət göstərir. Daha 9 rezident 11 istehsalat sahəsi üzrə yaxın vaxtlarda fəaliyyətə başlayacaqdır.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2015-ci il 26 fevral tarixli Sərəncamı ilə Mingəçevir Sənaye Parkı yaradılmışdır. Müasir texnologiyalar əsasında yaradılmış iki iplik fabriki Almaniya, İsveçrə, Türkiyə, İspaniya və Yaponiyanın aparıcı şirkətləri olan Rieter, Schlafhorst, Trützschler, Temsan, Savio, Muratec, Electro-Jet və Uster-in avadanlıqları ilə təchiz edilmişdir. Fabriklərdə pambıq mahlıcından "Ring" üsulu və "Open End" üsulu ilə müxtəlif cür iplik (sintetik-qarışıq və 100% pambıq iplik) istehsalı həyata keçirilir. Gələcəkdə MSP Azərbaycanın və Zaqafqaziyanın ən nəhəng müəssisəsi Parkı olacaq. Sənaye Parkının nəzdində 9 fabrik - pambıq iplik, akril iplik, yun iplik, corab məhsulları, ayaqqabı istehsalı, toxuma, parça boyama, tikiş və tibbi kosmetika fabrikləri inşa edilib istifadəyə veriləcək.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 3 iyul 2015-ci il tarixli 1255 nömrəli Sərəncamı ilə yaradılmış Qaradağ Sənaye Parkı gəmiqayırma fəaliyyəti ilə məşğul olur.

Pirallahı Sənaye Parkı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin 2016-cı il 14 sentyabr tarixli Sərəncamı ilə yaradılmışdır. Onun fəaliyyətinin əsasını müasir texnologiyaların

tətbiqi yolu ilə sənaye, o cümlədən əczaçılıq sənayesi üzrə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı və xidmət təşkil edir.

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Yüksək Texnologiyalar Parkı Prezident İlham Əliyevin 8 noyabr 2016-cı il tarixli sərəncamı ilə yaradılıb. AMEA YTP-nin yaradılmasında məqsəd iqtisadiyyatın davamlı inkişafı, rəqabət qabiliyyətinin artırılması, müasir elmi və texnoloji nailiyyətlərə əsaslanan innovasiya, yüksək texnologiya sahələrinin genişləndirilməsidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə texniki sənaye parkları ilə yanaşı aqrar sektorda da sənaye parklarının yaradılması istiqamətində işlər gedir. 2019-cu ildə Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti ölkədə müştərək aqrar-sənaye parkının yaradılması barədə Çinin CAMCE şirkəti ilə memorandum imzalayıb. Bu layihə çərçivəsində traktor istehsalı zavodu, suvarma avadanlığı istehsalı və bir sıra kənd təsərrəfatı məhsullarının emalı zavodlarının tikilməsi nəzərdə tutulub.

Bərdə rayonunda yaradılmış tərkibində 5 min tonluq logistik mərkəz, 4200 başlıq ətlik və südlük istiqamətli heyvandarlıq kompleksləri, illik 5,4 min ton istehsal gücünə malik ət kəsimi və emalı fabriki, saatda 10 ton yem istehsal edən zavodu olan Qarabağ Aqrar Sənaye Parkının ümumi dəyəri 32 milyon manatdır. Burada 300 nəfər daimi iş yeri ilə təmin olunub.

2020-ci ilin sonuna kimi İranın şimal-qərbində yerləşən Ərdəbil vilayətində İran-Azərbaycan birgə sənaye parkının yaradılması üzrə iki ölkə arasında razılaşma qətiləşəcək. Bununla yanaşı, iki ölkənin iqtisadi münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə dəmiryolu terminalı inşa ediləcək.

Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanda sənaye parklarının yaradılması istiqamətində görülən işlər bəzi parametrlər baxımından mühüm önəm kəsb edir. Belə ki, xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, sənaye parkları sahibkarlığı dəstəkləmək, qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək və əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunu artırmaq imkanına sahibdir. Buna görə də müxtəlif sənaye sahələrini inkişaf etdirmək istəyən, ölkə iqtisadiyyatının tarazlı inkişafında maraqlı olan dövlətlər iqtisadi siyasətlərində sənaye parklarının yaradılmasına xüsusi önəm verir. Türkiyə, Almaniya, Polşa, Latviya, Rusiya, Çin və Cənubi Koreya təcrübələri göstərir ki, sənaye parklarının yaradılması ölkə iqtisadiyyatının ixrac, rəqabət qabiliyyətinin idxalını əvəz edən məhsulların istehsalının artırılması, ətraf rayonlarda məşğulluğun təmini, investisiyaların və müasir texnologiyaların cəlb edilməsi kimi prioritet vəzifələrin həyata keçirilməsində xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Ekspertlər də bu mənada ölkəmizdə qeyd edilən istiqamətdə atılan addımları yüksək qiymətləndirir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. 1. Azərbaycan Respublikasında 2009-2015-ci illərdə elmin inkişafı üzrə Milli Strategiya. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 4 may 2009-cu il tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
2. 2. Sənaye məhəllələrinin yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 8 oktyabr 2014-cü il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
3. Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə. Azərbaycan Prezidentinin 15 may 2014-cu il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
4. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 21 dekabr 2011-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.

5. Balaxanı Sənaye Parkı haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 28 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
6. Mingəçevir Sənaye Parkının yaradılması haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 26 fevral 2015-ci il il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
7. Qaradağ Sənaye Parkının yaradılması haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 3 iyun 2015-ci il Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
8. Pirallahı Sənaye Parkı haqqında. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 14 sentyabr 2016-cı il
9. tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
10. Texnoparklar: Kiçik sahibkarlar üçün bələdçi. Bakı - 2015
11. https://mydocx.ru
12. http://www.tpark.ru

Müəssisədə İnsan Resurslarının İdarə Edilməsi Sisteminin Səmərəliliyinin Artırılması

Vadim Əhmədov

vadim.axmedov96@gmail.com

Xülasə.

İnsan resurslarının idarə olunmasına dair müasir yanaşmalardan söhbət açarkən, sistem halında yanaşma aktivliyindən söhbət açmaq yerinə düşər. Sistem halında yanaşma insan resurslarının məqsədlərinin, funksiya və metodlarının tam vəhdət halında qarşılıqlı olaraq əlaqələndirilməsini nəzərdə tutmaqdadır. Kompleks, sistem halında yanaşmanı yalnız metod deyil, prinsip də adlandırmaq mümkündür. Ümumiyyətlə, idarəetmə prossesində idarəetmə obyektinin bütöv vəhdət halında öyrənilməsi bütün mühüm amillərin, iradəetmə ünsürlərinin nəzərə alınmasını tələb etməkdədir. Bu o mənaya gəlir ki, təsərrüfat rəhbəri konkret vəziyyəti yalnız bütün prosesləri əlaqəli çəkildə öyrəndiyi tərzdə düzgün qiymətləndirə və optimal qərar qəbul edə bilər.

Əsas etibarı ilə, bu hər hansı qərarların qəbul edilməsində birtərəfli yanaşma meyillərinin aradan qaldırılması üçün başlıca təminat hesab olunur. İnsan resursları fəaliyyətləri də bir sıra müəyyən limitləri olan açıq sistemdir. Bu fəaliyyətlər həm bir-birinə təsir edir, həm də ətraf mühit amillərinin təsiri altında çalışmalarını davam etdirirlər. Ümumiyyətlə, istənilən hər hansı bir sistemin alt sistemləri olduğu kimi insan resursları fəaliyyətlərinin də alt sistemləri mövcuddur. Bu alt sistemlər də bir-birinə təsir etməkdədir. Misal üçün: seçmə alt sistemi inkişaf və qiymətləndirmə alt sistemlərinə təsir edir. Sistem halında yanaşılma isə işçi heyətiylə aparılan işin müəssisədə yerinə yetirilən işlərin planlaşdırılması, təşkili və stimullaşdırılmasının kompleks şəkildə, idarəetmənin ayrı-ayrı aspektləri və yekun məqsədə çatmağın yolları üzrə kompleks tədbirlər sisteminin aparılmasını nəzərdə tutur. Ümumiyyətlə, insan resurslarının idarə olunması sisteminin əsas ünsürü – kadrlardan təşkil olunmasıdır. Bunun əsas səbəbi kadrların eyni vaxtda idarəetmənin həm obyekti və həm də subyekti kimi çıxış etməsidir.

Açar sözlər: İnsan resursları, kadrların təşkili, idarəçilik sistemi

Giriş

İnsan resurslarının idarə edilməsi həm tədris, həm də elmi fənnlərdən biri hesab olunur. İnsan resurslarının idarə edilməsi bir sıra Qərb və ümumdünya ökələrində müxtəlif adla və həmçinin eyni zamanda yuxarıda göstərilən ad ilə tədris olunur. Misal üçün, buna aşağıdakıları misal gətirmək məqsədə uyğundur: “heyətin iqtisadiyyatı”, “heyətin menecmenti”, “İRİE sferasında menecment”, “kadr menecmenti”, “İRİE sferasında siyasət”, “heyətin idarə edilməsi”. Göründüyü kimi, bunlar ad baxımından müxtəlif sinonimlilik təşkil etməkdədirlər. Çünki burada adlar fərqli olsa da idarəetmə obyekti eynidir - insandır, işçidir, işçi heyətidir.

Həmçinin burada idarəetmənin təsiri metodlarında, prinsiplərində, qaydalarında da əsaslı oxşarlıq, hətta biz demək olar ki, eynilik vardır. Bütün bunlarla əlaqəli olaraq onların hamısında aşağıda qeyd olunmuş eyni tipli cəhətlər, aspektlər mövcuddur: funksionallıq, təşkilati və təhsil aspektləri. Sadalanan aspektlər bir-biri ilə üzvi şəkildə əlaqəlidir. Burada funksional münasibətlər əsas yer tutur. İnsan resurslarının idarə edilməsi sisteminin səmərəliliyinin artırılması müəssisə və təşkilatların fəalliyyəti zamanı mühüm əhəmiyyətə malikdir. Buna görə də insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin səmərəliliyini inkişaf etdirilib, formalaşdırılması bu sahənin inkişafında vacib məsələlərdən biri hesab edilir.

Bu mövzunu tədqiq edərkən aşağıdakı məqsədləri müəyyən etmişik:

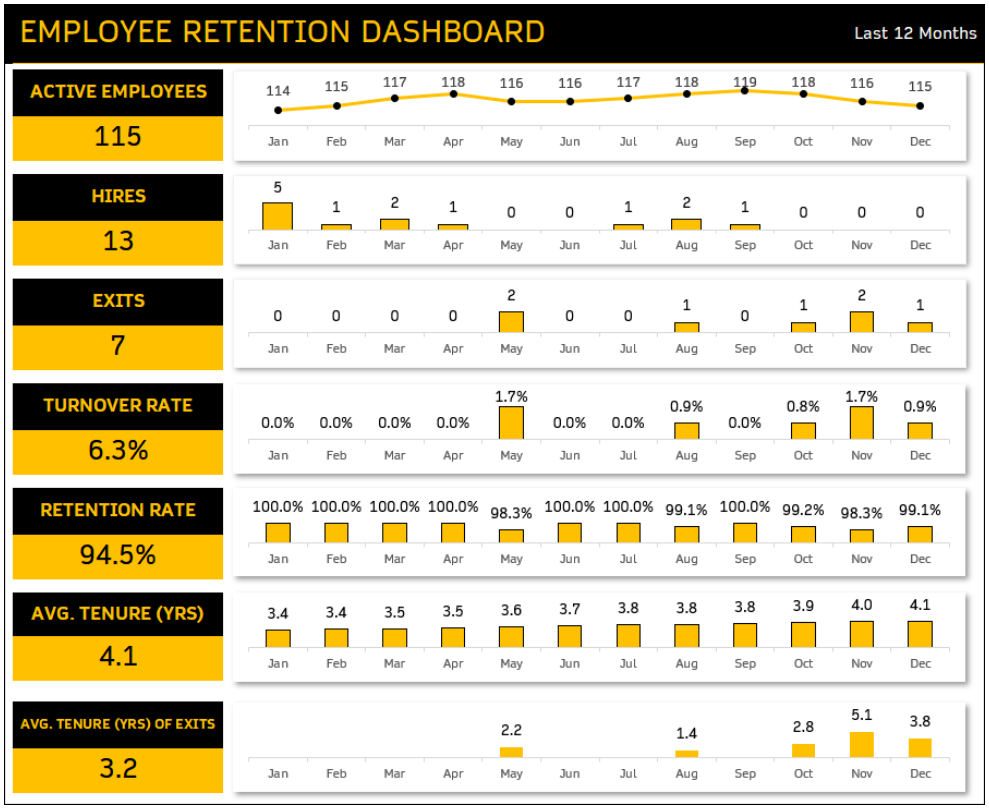
- ✓ Həmin mövzu ilə bağlı mövcud bilikləri sistemləşdirmək;
- ✓ Sözü gedən mövzu ətrafındakı problemlərə aydınlıq gətirmək;
- ✓ Mövzunun geniş izahını vermək;
- ✓ Mövcud obyektiv, elmi yanaşmalardan çıxış edərək işləmək;
- ✓ Təkrarçılığa yol verməmək.

Müəssisədə insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin səmərəliliyinin artırılması

Biznes strategiyası yaşamaq və inkişaf axtarışında müxtəlif biznes strategiyaları üçün ümumi bir termindir. İnsan resurslarının idarə edilməsi, strateji ehtiyacları ödəmək üçün müəssisələr tərəfindən həyata keçirilən idarəetmə fəaliyyətidir. Korporativ strateji idarəetmədə insan resurslarının idarə edilməsinin dəyərini bildirmək üçün insan resurslarının idarəetmə sistemindən daxili və xarici müvafiq insan resurslarını səmərəli şəkildə tətbiq etmək üçün istifadə edilməlidir. İnsan resurslarının idarə edilməsində korporativ strateji inkişafın əsas funksiyalarını düzgün dərk etmə və müəssisələrin uzunmüddətli inkişafını təmin etmək üçün korporativ insan resurslarının idarəetmə strategiyası beş aspektdən (idarəetmə ideyası, təhsil sistemi, fəaliyyət qiymətləndirmə sistemi, təşviq və məhdudlaşdırma mexanizmi və məlumat idarəetmə) ibarətdir.

Mövzuyla bağlı araşdırma göstəriciləri:

Cədvəl 1. Təşkilat işçilərinin aylıq göstəriciləri



Mənbə: (https://www.academia.edu/)

Cədvəl 2. Yeni və köhnə işçilərin individual məlumatlarının daxil edilməsi

Mənbə: (https://www.academia.edu/)

Müəssisənin strateji perspektivinə əsasən hərtərəfli strateji hədəflərə çatmaq üçün işçilərin iş səmərəliliyinin yüksəldilməsi həyati vacib məsələdir. İnsan resurslarının səmərəli idarə olunması işçilərin iş səmərəliliyini artırmaq üçün təşviq edilməsi baxımından əhəmiyyətli bir yanaşmadır. Müəssisənin strateji perspektivinə əsasən insan resurslarının idarə edilməsi işçilərin ehtiyaclarına və böyümələrinə əsaslanmalı, işçilərin və müəssisələrin qazanclı inkişafını məqsəd kimi qəbul etməli və şəxsi dəyərləri və işçilərin inkişafını müəssisələrin gələcək inkişafı ilə sıx əlaqələndirməlidir.

Müəssisələrdə insanlara yönəlmiş iş mühiti qurmaq, işçilərin ruh yüksəkliyi, təşəbbüs və yaradıcılığını inkişaf etdirmək tələb olunur.

Təşkilat Fəaliyyətinin İdarə Edilməsi

Ümumiyyətlə, xidmətin və ətrafın idarə edilməsini biz təcrübədə xidmətin idarə edilməsi üzrə iş adlandırırıq. Biz öz fəaliyyətimizi nə dərəcədə yaxşı idarə etsək, ona başqalarının qarışmasına da bir o qədər az əsas olacaqdır. Məlumdur ki, bu bizim öz işimizi yaxşı bilməyimizdən xəbər verir. Ümumən, təcrübə zamanı müəyyən işləri həyata keçirmək məqəsədi ilə bizim kənardan həmkarlara və rəhbərlərə ehtiyacımız olur. Eyni əmək kollektivində nə qədər çox insan məşğuldursa, istər qrup şəklində, istərsə də ayrı-ayrı işçilər səviyyəsində kimsə bizə rəhbərlik etməlidir. Belə ki, əgər insanlar üzərində rəhbərlik düzgün qurulmazsa, təşkilat fəaliyyətinə rəhbərlik uğurlu hesab oluna bilməz (T.Ə.Quliyev, 2001). İnsanların idarə edilməsi təşkilatın heyəti üzərində rəhbərlik fəaliyyəti mənasına gəlir. İdarəetmənin bu sahəsini biz daha çox rəhbərin işi adlandıra bilərik. İnsanların, heyətin idarə edilməsi və rəhbərin işi bu vəsaitdə eyni mənada istifadə edilən anlayışlardır.

Əsas etibarı ilə, hansısa bir şöbənin, yaxud sexin, həmçinin müəssisə, yaxud hər hansı bir dövlət təşkilatının birlikdə bütün işçiləri təşkilatın heyəti sayılır. Əgər burada söhbət təşkilat fəaliyyətinin idarə edilməsindən gedirsə, onda ayrıca götürülmüş fərd səviyyəsində bu bölgüyə fərdin öz işi və fəaliyyətini idarə etməsindən, qrup və təşkilat səviyyəsində fəaliyyətin idarə edilməsindən gedirsə təşkilat vahidindən, yaxud bütün təşkilatın fəaliyyətinin idarə edilməsindən gedir. Finlərin idarəetmə təcrübəsində belə bir hal mövcuddur ki, burada bir çox rəhbərlər bütövlükdə idarəetmənin ayrılmaz hissəsi kimi insanların idarə edilməsini kifayət qədər yaxşı təsəvvür etmirlər. Ümumiyyətlə, bir qayda

olaraq bunun əsas səbəbi odur ki, bu rəhbərlər öz vəzifələrinə hər hansı bir ixtisas üzrə işləyən şəxs kimi, yaxud da birbaşa idarəetmə öyrədən, lakin insanların idarə edilməsinə aid praktiki olaraq heç bir şey verməyən təhsil müəssisələrindən gəlirlər (P.Lientz, 2001).

Metod.

Tədqiqat işinin hazırlanmasında faktor analiz və sistematik - müqayisə mexanizmlərindən, habelə, modelləşdirmə, riyazi-statistik, sintez və analiz, təkamül, o cümlədən da induksiya-deduksiya metodları tətbiq olunacaq. Məqalənin yazılmasında istifadə edilmiş bütün metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin həyata keçirilməsinə xidmət göstərir. Nəzəri metodoloji əsasdan yanaşsaq belə deyə bilərik ki, insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin səmərəliliyinin təşkilati əsalarında Dövlət İdarəçiliyi Prinsiplərinin bəzisi və ya hamısı ilə əlaqəli məsələlərin cari vəziyyətini qiymətləndirmək və həmçinin islahatların tədricən tətbiqinin gedişatını izləmə fürsətini bizə təqdim edən metodoloji əsas təqdim olunur.

Başqa bir metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

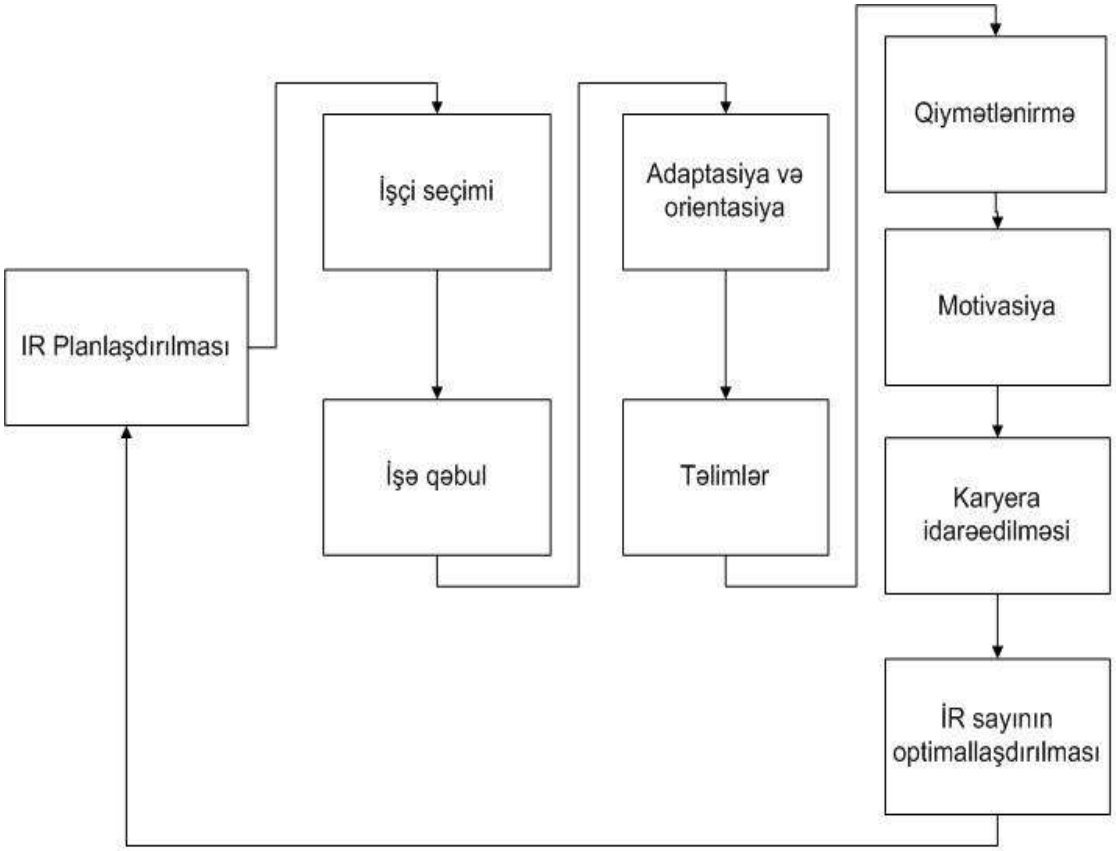
Metodoloji əsas dedikdə, xarici ekspert dəstəyiylə birlikdə yaxud özünü-qiymətləndirməni dəstəkləmək məqsədi ilə istifadə edilə bilən aspekt başa düşülür. Alətdən istifadə edilməsinə baxmayaraq məlumatların başlıca kəmiyyətinin toplanması və etibarlı qiymətləndirməni dəstəkləyən güclü analitik potensial dəqiq və effektiv nəticələrə nail olmaq üçün tələb olunur. Metodoloji əsas həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət göstəriciləri təqdim edir. İslahatların tətbiqinə və idarəçiliyin təcrübədə necə həyata keçirilməsinə diqqət yetirir.

Analiz

Sözü gedən məqalənin mövzusu çox aktual mövzuardan biri hesab olunur. Bu tədqiqat mövzusu əvvəllər çox işlənməmişdir. Bu səbəbdən də yeni metodlar əsasında tədqiqatların aparılmasına ehtiyac var . Hal-hazırda modern dövr üçün mövzunun aktuallığı bunu tələb edir.Məhz bu cəhətdən də mövzunun işlənməsi vacibdir.

Nəticə və təkliflər

Müəssisənin idarə edilməsi istənilən konkret mühitdə vacib nəticələrə yönəldilir. İdarəetmə sisteminin köməyi ilə rəhbərlik bütün mərhələlərdə - planlaşdırma, icra və icraya nəzarət zamanı qarşıya qoyulmuş məqsədlərin həyata keçirilməsi prosesinə təsir göstərməyə çalışır.



Ümumiyyətlə, bir çoxları özlərinin hər hansı bir təcrübi ideyası əsasında müəssisə təşkil etdiyindən, idarəetməyə aid məsələlər müəssisənin inkişafı prosesində ortalığa çıxır. Belə rəhbərlər idarəetməyə aid xüsusi biliklər, yeni məlumatlar əldə etmək yoluna nə qədər gec qədəm qoyarsa, sonradan bunun üçün onların daha az vaxtı qalar və idarəetmə üzrə əqli iş öz yerini bir o qədər gec tutar. Fəaliyyətin, insanların, yaxud ətrafın idarə edilməsindən asılı olmayaraq idarəetmə böyük əqli qabiliyyət tələb edir. Təşkilatın fəaliyyəti nöqteyi-nəzərindən insanların idarə edilməsi onların işində maksimum yaxşı nəticələr əldə edilməsi deməkdir. Rəhbərin işi, həmçinin insanların əmək kollektivlərinin maraqlarına yaxın olmaqla öz şəxsi məqsədlərinə nail olmasıdır. Belə ki, rəhbərin işi təkcə təşkilatın işi baxımından deyil, həmçinin də işçilərin şəxsi mənafeləri baxımından da əhəmiyyət kəsb edir.

İnsan resurslarının idarə edilməsində baş verə biləcək münaqişələrin həlli yollarının bir sıra spesifik növləri mövcuddur. Münaqişənin aradan qaldırılması üsullarından biri aparılan danışıqlardır. Danışıqlar zamanı insanlar və ilk növbədə menecerlər qabaqcadan müəyyən edilmiş mənfi fikirlər eşitməyə hazır olur və bəzən spesifik xarakterli səhvlərə yol verillər. Bu isə onlara səmərəli hərəkət etməyə və konkret situasiyadan maksimum dərəcədə bəhrələnməyə maneçilik törədir.

Tədqiqat nəticəsində aşkara çıxarılan ümumi səhvlər bunlardır: danışıqlarda iştirak edən şəxslər informasiyanın verilməsi formasına olduqca mənfi münasibət bəsləyirlər; onlar belə düşünürlə ki, istədiklərinə yalnız digər tərəfin hesabına nail olar bilərlər. Buna görə də tərəflər arasında qarşılıqlı qaydada şəkildə meydana çıxacaq mübadilə imkanları diqqətdən kənarda qalır. Danışıqda iştirak edən şəxslər əvvəlcədən beyində hazır olan fikirlərlə bağlı ümumi problemlərdən başqa, ənənəvi olaraq ya bölüşdürücü yanaşmanı, yaxud da pozisiyalı sövdələşmə yanaşmasını üstün tuturlar (Quliyev.T.A, 2000)

Əsas etibarı ilə, bölüşdürücü yanaşma şərti olaraq məhdud tortun mövcud olmasını nəzərdə tutur və ondan mümkün qədər çox bəhrələnməyə yönəlir. Münaqişənin kompromis, güc tətbiq etmə, uyğunlaşma, yaxud xilas olma kimi idarə metodları, bir qayda olaraq, danışıqların aparılmasının bölüşdürücü strategiyasıyla bağlıdır. Ümumiyyətlə, olduqca geniş şəkildə istifadə edilən pozisiyalı sövdələşmə yanaşması bölüşdürücü yanaşma ilə sıx əlaqədardır. Danışıqlarda bu yanaşma tərəflərin ardıcıl olaraq bir sıra pozisiyalara (mövqelərə) üstünlük verməsindən, sonra isə onlardan imtina etməsindən ibarətdir. Buna misal olaraq insanların bazarda alver etməsini göstərə bilərik. Amma bununla yanaşı pozisiyalı sövdələşmədən beynəlxalq diplomatiyada da geniş şəkildə istifadə olunur. Pozisiyalı sövdələşmə faydalı hesab oluna bilər. Onun vasitəsilə bir tərəf digər tərəfə nə istədiyini başa salmağa çalışır, sonra qeyri-müəyyən və gərgin situasiyada hansısa dayaq nöqtəsi meydana çıxır.

Nəticədə münasib saziş bağlamaq üçün əlverişli şərait yaranır. Hal-hazırda insanlar anlayırlar ki, danışıqlarda ənənəvi bölüşdürücü və pozisiyalı sövdələşmələrdən başqa, sərt və yumşaq pozisiyaya alternativ olan yanaşmalar da mövcuddur. Misal üçün, inteqral yanaşma təklif edilir. O, müsbət nəticənin qazanılmasına yönəldilən metodlardan istifadə edərək, tortun genişləndirilməsi prinsipini əsaslandırır. Əməkdaşlıq strategiyasına (kompromisə, güc tətbiq edilməsinə, uyğunlaşma, yaxud xilas olmaya yox) arxalanan inteqral yanaşma danışıqda iştirak edən şəxslərdən:

a) daha yüksək səviyyəli məqsəd qoymaq bacarığı;

b) insan və problemlərlə bağlı məsələlərin daha mütləq şəkildə təyin edilməsini;

v) diqqətin pozisiya, mövqe üzərində deyil, maraqlar üzərində cəmləşdirilməsini;

q) həll etmənin qarşılıqlı fayda verə biləcək variantlarının tapılmasını;

d) obyektiv meyarlardan istifadə etmək kimi vərdişlərin mövcudluğunu tələb edir.

Danışıqların effektiv şəkildə həyata keçirilməsi məqəsdi ilə yuxarıda qeyd etdiyimiz mühüm vərdişlərə əlavə olaraq, pozisiyalı sövdələşməyə və yumşaq, yaxud sərt mövqe strateqiyalarına alternativ mövcuddur. Həmin alternativ danışıq modeli Qarvard layihəsi çərçivəsində işlənib hazırlanmışdır. Ümumiyyətlə, danışıqlara ənənəvi yanaşma metoduna alternativ prinsipal danışıq, yaxud da mətləb üzərində qurulan danışıq adlanır. Haqqında danışdığımız alternativ yanaşmanın əsasını dörd əsas prinsipi təşkil edir. Bunlar aşağıdakılardır:

1. İnsanlar.Danışıq iştirakçıları və mövzu arasında həddqoyulmalıdır.

2. Maraqlar.Fikir mövqelərdə deyil, maraqlar üzərində cəmləşməlidir.

3.Variantlar.Nə etmək lazım olduğu təyin edilməzdən qabaq imkan dairəsi seçilməlidir.

4. Meyarlar.Nəticələrin hər hansı bir obyektiv normaya əsaslanmasına təkid edilməlidir.

Ədəbiyyatlar

1. Ismailov İ. Bazar iqtisadiyyatı ilə əlaqədar əmək münasibətləri məsələləri. N.Tusi adına AzDPU. Bakı, ss 11-20, 1995.
2. T. Ə. Quliyev “Meneçmentin (İdarəetmənin) Əsasları”, ss 56-58, Bakı 2001.
3. Tofiq Quliyev. “İnsan resurslarının idarə edilməsi”. ‘Nağıl evi” şirkəti, 2013, ss 45-52.
4. İlhami Fındıkçı, İnsan kaynakları yönetimi, I Baskı, 1999, ss. 23-24.

5. Geylan, Ramazan; (2004). İnsan Kaynakları Yönetimi. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi. ss.3 UYARGİL, C, İşletmelerde Ücret Yönetimi Sistemi, Şahinkaya Matbaacılık,İstanbul. 1994. İstanbul.
6. Barber, D. (2006). Portal Building- The implementation of an Enterprise Portal, p 88-89.
7. Bennet P. Lientz, K. P. (2001). Breakthrough Technology Project Management.p 90-99, Academic Press.
8. Кулиев Т.А., Азизова Э.Д., Мустафаева З.И., Байрамова С.Р. Управление человеческими ресурсами. Учебник. Баку, 2012.
9. Кулиев Т.А. Регулируемая рыночная экономика. Баку, 2000.

Müəssisələrdə ERP sistemlərinin tətbiqi və faydaları

Rövşən Baxışlı

rovshanbaxisli@gmail.com

Xülasə

Müəssisə resursları planlaması proqramları (ERP) satınalma, istehsal, anbar idarəedilməsi, mühasibatlıq, maliyyə, keyfiyyətin idarə olunması, insan resursları, satış, logistika, kimi biznes funksiyalarını bütöv bir şəkildə vahid məlumat bazasında yığan və müəssisənin bütün və yaxud əlaqədar istifadəçilərinə hər funksiya ilə bağlı məlumat axışını təmin edən, istənilən məlumatın əldə edilə biləcəyi bir tətbiqdir.(Davenport, 1998). Bu məqalədə ERP sistemləri ilə əlaqəli müxtəlif tərifl ər göstərilmiş, ERP sisteminin özəllikləri və inkişafı göstərilmişdir. Məqalənin birinci hissəsində ERP sistemlərinin ümumi inkişaf tarixi, faydaları, perspektiv və tətbiq imkanları barədə məlumat verilmişdir. Araşdırma aparılmamışdan əvvəl müəssisənin mövcud vəziyyəti analiz edilmiş, əsas axsaqlıqlar və inkişaf etdirilməsi zəruri olan proseslər müəyyən edilmişdir. Məqalənin ikinci hissəsində isə ERP istifadə etməyə başlayan bir istehsal müəssisəsinin istifadədən öncəki vəziyyəti və istifadə etməyə başladıqdan sonrakı vəziyyəti, müəyyən edilən performans göstəriciləri əlaqəli olaraq müqayisə edilmişdir. Nəticələrin qarşılaşdırılıb şərh edilməsi ilə müəssisədə məhsuldarlığın artması, istifadəçilər nöqteyi nəzərdən isə iş yükünün yüngülləşməsi müşahidə olunmuşdur. Proseslərin müqayisə edilməsi ilə müəssisədə daha əvvəl istifadə olunmayan bir çox fəaliyyətlərdə istifadə olunacaq hala gətirilmişdir. Analiz edilən fəaliyyətlərə baxdıqda müəssisə performansının artma faizinin yüksək olduğu müəyyən edilmişdir. Tətbiq nəticəsində əldə edilən məhsuldarlıq nəinki müəssisənin maliyyə, zaman, resurs və proseslərində müşahidə edilmiş, həmçinin əməkdaşların motivasiyasını artırmış və işçilərə əlavə zaman qazandırdığından mövcud işlərin təkmilləşdirmələrinə şərait yaratmışdır.

Açar Sözlər : ERP, performans göstəriciləri, biznes proseslər, proqram təminatı

Giriş

Texnologiyanın hər gün daha da inkişaf etdiyi müasir biznes dünyasında məlumat sistemlərinin istifadəsi sektor və ya müssisənin həcmindən aslı olmayaraq hər bir təşkilat üçün vacib hala gəlmişdir. İnformasiya texnologiyalarının təşkilatların müxtəlif məqsədləri üçün istifadə edilməsi kompüter və kompüter sistemlərinin ilk istifadəsidən bu dövrə qədər sürətlə inkişaf etməkdədir. (Bingi & Sharma, 1998). Sürətli bir şəkildə dəyişən və inkişaf edən rəqabət şərtləri təşkilatların ehtiyaclarının da artmasına səbəb olmuşdur. Bu artma ilə təşkilatlar müxtəlif biznes funksiyalarının bir yerdə və ya kordinasiyalı şəkildə istifadə edilməsinə ehtiyac duymağa başlamışlar. Müəssisə qaynaq planlaması fərqli sektordakı və müxtəlif həcmli təşkilatların istifadə etdiyi prosesləri (Məs, anbar nəzarəti, istehsalat və təchizat zəncirinin idarə edilməsi, mühasibatlıq) inteqrasiya olunmuş bir vəziyyətə gətirildiyi sistemlərdir. Bu sistemlərdə təşkilatlar istehsal etdikləri məhsulu, istehsalın maya dəyərini, anbar və məhsulların izlənilməsini, müəssisələrin mühasibatlıq fəaliyyətlərini tək bir sistem üzərindən təmin etməklə və idarəetmə baxımından bir çox hesabatlılıq və ümumi məlumatları asanlıqla əldə edə bilirlər. (Esteves, 2009). ERP sistemləri təşkilatlar üçün olduqca yararlı və istifadəçi yönümlü sistemlərdir.

Bu məqalədə Müəssisə Qaynaq Planlaması (ERP) ilə əlaqədar araşdırılma aparılmış, ERP ilə bağlı müxtəlif tərifl ərə, özəlliklərə və ERP sistemlərinin inkişafına yer verilmişdir. Araşdırmanın davamında isə istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan və yeni ERP proqram təminatı istifadə edən bir müəssisədə müxtəlif kriteriyalara görə proqram təminatı istifadədən əvvəlki və istifadədən sonrakı performansı ilə bağlı analizlər aparılmış və müqayisə edilmişdir.

Metod

Tədqiqatın metodologiyası sistemli yanaşma, müsahibə, nəticə əsaslı qarşılaşdırma və müqayisədir.

Tədqiqatın obyekti kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan yerli şirkətdir.

Analiz

Müəssisə Qaynaq Planlaması (ERP)

Müəssisə Resursları Planlaması – əsl adı ilə Enterprise Resource Planning adlanan ERP qısaltması ilə məşhurdur. Əməliyyat funksiyalarının vahid bir yerdən inteqrasiyasına və nəzarət edilməsinə imkan verir. Daha geniş mənada: Satınalma, istehsal, anbar idarəetmə, mühasibat uçotu, maliyyə, keyfiyyət menecmenti, insan resursları, satış, logistika kimi funksiyaların vahid məlumat bazasında inteqrasiya edilmiş şəkildə bir məlumat bazasına toplayan müəssisənin tamamına hər bir funksiya ilə əlaqəli məlumat axışını təmin edən, istənilən məlumatın əldə edilə biləcəyi bir sistemdir (tətbiqetmə) (Rajagopal, 2002).

ERP sistemlərinin aşağıdakı özəllikləri və faydaları vardır:

- Bütün sektorları hədəf alan və təməl biznes prosesləri özündə birləşdirən ERP sistemlərinin qurulması zamanı təşkilata görə xüsusiləşdirilə bilən bir imkana sahibdir. Əlavə seçimlər (add-on) ilə sektorda olan əlaqəli problemlərdə həll edilməsi mümkündür.
- ERP bir məlumat bazası tətbiqetməsi və ya bir müəssisə sistemindən daha çox bir tətbiqetmə proqramıdır. ERP – tətbiqetmə, məlumat bazası və istifadəçi olmaqla üç səviyyədən formalaşan bir arxitekturada çalışır (Davenport, 1998) .
- ERP paketləri ümumi dünyada ölkə və bölgələrdən aslı olmayaraq ümumi həllər təklif etmək məqsədilə dizayn edilmişdir. Ancaq ölkədən ölkəyə fərqli olaraq fərqlilik göstərən yerli qanunvericilik ilə əlaqədar mühasibatlıq əməliyyatlarının, xüsusi sənədlərin yaradılması (təklif, qaimələr) və insan resurları kimi proseslərin yerli qanunvericiliyə uyğun formalaşdırılması ehtiyacı ilə bəzi fərqliliklər meydana çıxa bilər (Cruz-cunha, 2010).
- ERP təminatları dünya miqyasında istifadəçi yönümlü olması səbəbilə bütün sektorlarda tətbiq edilə bilər.
- Həm ana məlumatları, həm də iş proseslərinə aid məlumatları özündə saxlayan inteqrasiya olunmuş məlumat bazasına sahib bir tətbiqetmədir.
- Bütün tətbiqetmə sahələrində bir-biri ilə əlaqəli qrafik interfeyslərə sahibdir.
- ERP paketləri təchizat idarəedilməsi, sifarişin idarəedilməsi və ödəmə əməliyyatları kimi təkrar olunan və davamlı iş proseslərini dəstəkləyir.(O'leary, 2000).

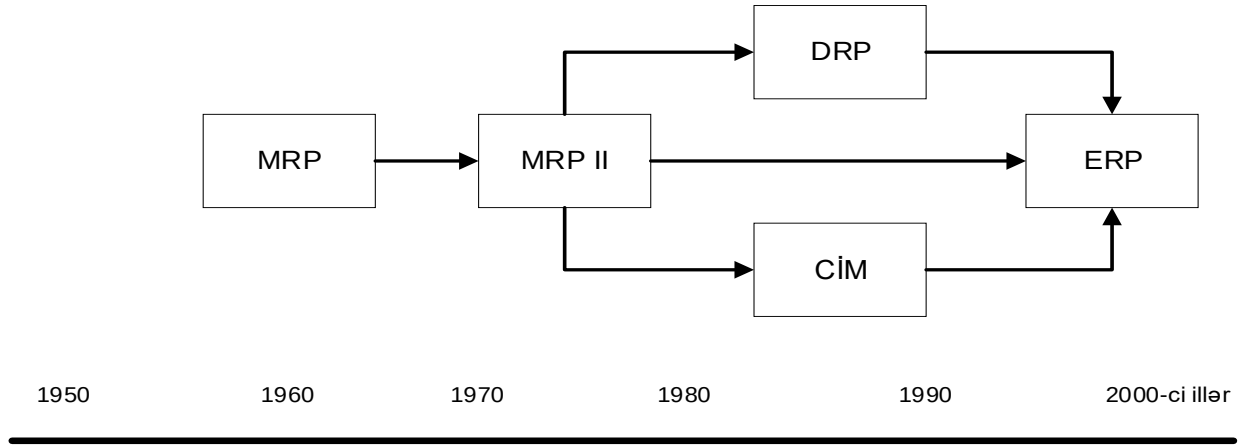
ERP Sistemlərinin İnkişafı

Günümuzdə də sürətlə inkişaf edən kompüter texnologiyaları 1960-cı illərdə məlumat saxlama imkanlarının artmağa başlamağı ilə Amerikada bir sistemin inkişafına səbəb olmuşdur. Bu inkişaf Material Ehtiyac Planlaması – Material Resources (MİP-MRP) Planning olaraq bilinən bir sistemdir. İlk araşdırmalarda sadəcə istehsal olunacaq məhsulun məhsul ağacında yer alan materialların zaman oxu üzərində planlaması və bu plana görə material tədarükünün təmin olunması şəkilində tanımlanmışdır. (Velcu, 2007). 1970-ci illərə gəldiyində ilə təşkilatların sistemlərdən gözləntiləri artmış və MRP sistemləri ehtiyacları qarşılamaqda yetərsiz hala gəlməyə başlamışdır. 1970-ci illərin

sonuna doğru isə MRP sistemlərinə əlavələr və təkmilləşdirmələr edilərək MRP II sistemləri inkişaf etdirilmişdir. Bu sistemlər İstehsal Qaynaqları Planlaması olaraq tanımlanmışdır. MRP II sistemlərinə satış planlaması, istehsal həcmini idarə edilməsi və qrafikləndirmə funksiyaları da əlavə olunmuşdur. (Trott & Hoecht, 2004).

1990-cı illərdə köhnə sistemlərə edilən əlavə və təkmilləşdirmələr artan təşkilat ehtiyaclarını qarşılayacaq hala gəlməməsi ilə maliyyə, insan resursları, paylanma (distribution) kimi bir çox funksiyaların sahib olduğu sistemlərə ehtiyac duyulmağa başlanılmışdır. Dəyişən bazar şərtləri və texnologiyalar maliyyə, insan resursları, satış, dağıtım (distribution) funksiyaların da daxil olduğu inteqrasiya olunmuş sistemlərə tələbat artmışdır. Məhsul yaratma və təkmilləşdirmə ilə bağlı texniki işlərin görülməsi üçün Kompüter Dəstəkli İstehsal (Computer Integrated Manufacturing, CIM) sistemləri, məhsul bölüşdürmələrini planlamasını və idarəedilməsini təmin edən Dağıtım Qaynaqları Planlama (Distribution Resource Planning, DRP) sistemlərinin inkişaf etdirilməsi Müəssisəə Qaynaq Planlaması (ERP) proqram təminatlarının yaradılmasını gündəmə gətirmişdir. ERP sistemlərinin tarixi inkişafını aşağıda Şəkil 1 – də göstərilmişdir. (Aydın, 2003).

Şəkil 1 - ERP sistemlərinin inkişaf tarixi



Mənbə: Aydın, A.O. (2003). Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımlarının Kalite Özgüllüklerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,Ankara. s.29

ERP Sistemləri Proqram Təminatları

Böyüyən və inkişaf edən təşkilatlarda anbar idarəedilməsi, təchizat, maliyyə, mühasibatlıq, satış, insan resursları, müştəri əlaqələri kimi bir çox faktorları nəzarətdə saxlamaq, istənilən məlumatları daha asan əldə etmək və xərcləri azaltmaq kimi bir çox məqsədlər üçün inteqrasiya olunmuş sistemlərə ehtiyac vardır. ERP sistemləri də bu ehtiyacları təşkilatların yerinə yetirdikləri funksiyalara uyğun olaraq qarşılayan sistemlərdir. Günümüzdə ERP proqram təminatı paketləri istehsal edən və satan yerli və beynəlxalq şirkətlər ehtiyacı qarşılamağa yönəlik xidmətlər verməkdədirlər. Dünyada 100-dən çox ERP proqram təminatı təklif edən şirkətlərin olmasına baxmayaraq, bu şirkətlərin əsasən kiçik ölçülü şirkətlərdir və içlərində "Böyük Beşlik" olaraq tanınan SAP-AG, Oracle, J.D. Edwards, Peoplesoft ve Baan şirkətləri dünya miqyasında ERP bazarının təxmini 60%-ni əllərində tuturlar.

Geniş istifadə olunan bəzi ERP proqram paketləri haqqında məlumat aşağıda göstərilmişdir:

SAP: Almaniyada qurulan ən məşhur ERP proqram paketidir. Bu gün SAP; ERP proqram təminatı bazarında lider olmaqdan əlavə, bəzi sənayelərdə standart sayılır. Dünyanın 53 mindən çox işçisi, 50-dən çox ölkədəki satış və inkişaf nöqtələri və aparıcı məhsul və xidmətləri olan SAP, bütün ölçüdə və sahələrdə innovasiyanı və səmərəliliyini artırmağa kömək edir. SAP tətbiqetmələri və xidmətləri artıq 120-dən çox ölkədə 251.000-dən çox SAP müştərisinin əməliyyatlarının effektiv şəkildə həyata keçirilməsində, iş və istehsal proseslərinə nəzarət edilməsinə, müştəri əlaqələrinin inkişaf etdirilməsinə, risklərin və qərarvermə proseslərinin idarəedilməsinə, gələcək hədəflərinin planlaşdırılmasında, təchizat zənciri və əməliyyat fəaliyyətlərini idarə edilməsi ilə effektivliyin artmasına dəstək verir. (Carl & Johan,1999)

LOGO: Türkiyə istehsalı olan Logo proqramı uçot və digər biznes proseslərini özündə birləşdirən avtomatlaşdırılmış ERP sistemidir..

1C: Müəssisə —1C proqram təminatı müəssisələrin sistemlərinin avtomatlaşdırılmasını hədəfləyən və özündə müxtəlif modulları əhatə edir proqram təminatıdır.

Praktiki Tətbiq Nümunəsi

Bu bölmədə yenicə ERP tətbiqi istifadə edən bir kənd təsərrüfatı şirkətinin tətbiqi istifadə etmədən öncə və istifadəyə başladıqdan sonrakı performans göstəriciləri analiz ediləcəkdir. Müqayisə edilən performans göstəriciləri ilə proqram təminatının müəssisə üzərində təsirləri analiz ediləcək və performans yönündən hansı nailiyyət qazanıldığı göstəriləcəkdir.

Müəssisə haqqında məlumatlar

Adı araşdırmada "A şirkəti" olaraq keçəcəyi müəssisə 25 ildən artıqdır kənd təsərrüfatı sahəsində fəaliyyət göstərir. "A şirkəti" kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı və satışı üzrə ixtisaslaşmışdır və məhsullarının daxili həmçinin xarici bazarda – Rusiya, Türkiyə, İran və Avropa bazarına satışı ilə məşğuldur.

Müəssisənin ERP tətbiq edilmədən əvvəl vəziyyəti

İnkişaf edən bazar şərtlərində rəqibləri ilə daha sağlam bir şəkildə rəqabət etməyə çalışan "A şirkəti" sürətli bir şəkildə böyüyərkən, istifadə etdiyi mövcud proqramlar artıq yetərsiz hala gəlməyə başlamışdır. Bu səbəbdən inteqrasiya olunmuş mühasibatlıq, anbar və təchizat işlərinin daha asan idarəediləbiləcəyi bir sistem ehtiyacının olması zərurəti meydana çıxmışdır.

"A şirkəti" 2018-ci ilə qədər müxtəlif ənənəvi metodlar və inteqrasiya olunmamış ofis və mühasibatlıq proqramları ilə çalışmışdır. Bu metodlar ən sadə formada ofis proqramlarını əhatə etməklə: xərclərin hesablanmasında çətinliklər yaratmış, anbar nəzarətində isə nöqsanlara səbəb olmuşdur. Xammal və məhsulun geniş çeşidləri olan şirkətdə hər bir məhsul və xammal, hər bir alıcı və satıcı üçün fərqli izləmə sənədi açılmaqla uçot prosesində, orta və üst səviyyədə idarəetmə hesabatlarının aparılmasında ciddi çətinliklər yaşanılmışdır. Oxşar şəkildə anbar nəzarəti daha qeyri-peşəkar şəkildə görülməkdə məhsul izlənilməsi qeyri-mümkün hala gəlmişdir.

İşçilərin iş yükünün yüksək olduğu əvvəlki quruluş, təşkilatı baxımdan qeyri məhsuldar bir hala gəlmişdir. Daha əvvəldə verilən təkmil bir sistemə keçmək qərarı, qısa bir dövrdən sonra 2018-ci ildə reallaşmışdır.

Şirkətin ERP proqramının istifadədən sonrakı vəziyyəti.

"A firması" qurulduğu andan sürətli inkişafı və böyüməsindən dolayı məhsul, tədarük, anbar və mühasibatlıq sahələrində qarşılaşdıqları çətinlikləri aradan qaldırmaq və inteqrasiya olunmuş bir sistemə sahib olmaq məqsədilə ERP sistemini qurmaq qərarını vermis və 2018-ci il ərzində bu fəaliyyəti gerçəkləşdirmişdir.

Proqram təminatı olaraq "1C" proqramını istifadə etməyə qərar verən şirkət, proqram təminatı ilə məşğul olan məsləhətçi bir firma ilə razılaşdıqdan sonra, proqram "A şirkəti" üçün hazırlanmış və istifadəyə verilmişdir.

Tətbiqdən Sonrakı Dəyərləndirmə

Tətbiq analiz edilərkən şirkətin müxtəlif fəaliyyətləri: anbar idarəedilməsi, istehsal planlama, dağıtım planlama və idarəetmə planlaması olmaqla 4 (dörd) əsas başlıq altında incələnmişdir. Müəyyən edilən fəaliyyətlər müddətlərinə görə gün, dəqiqə və ya saat olaraq şirkətin ERP proqramını istifadədən əvvəlki və istifadə etməyə başladıqdan sonrakı xərclənən zamana görə müqayisə edilmiş və Cədvəl 1-dəki nəticələr əldə edilmişdir. Şirkət baxımından təkmilləşdirmə nəticələri faiz nisbəti olaraq göstərilmişdir.

Performans göstəricilərinin müqayisə edildiyi on beş fəaliyyətdən on üçündə açıq bir şəkildə effektivliyin təmin olunduğu müşahidə olunmuş, yalnız iki fəaliyyət üçün gözlə görünən bir dəyişiklik olmadığı müəyyən edilmişdir. ERP sisteminin istifadəyə verilməsindən sonra əmək haqqının hesablanmasında edilən nailiyyətlər 90% qədər artmış və müəssisənin iş yükü baxımından aylıq 1 iş günü qazanmasına səbəb olunmuşdur. Ən yüksək performasn göstəricisi isə idarəetmə hesabatlılığında müşahidə edilmiş (95.83%) və hər dəfə idarəetmə hesabatlarının hazırlandığı ümumi vaxt üçün 118 dəqiqəlik iş gücü nailiyyəti əldə edilmişdir. Bundan başqa, 66.67% nisbəti ilə cari ayı bağlama və yeni hesabat dövrü açma fəaliyyəti idarəetmə planlama sahəsində hər ay üçün 2 günlük bir iş gücü qazanılması təmin edilmişdir. Anbar idarəedilməsi baxımından kifayət qədər müsbət performans qazanılmış, anbara nəzarət etmə zamanında 76% təkmilləşdirmə əldə edilmişdir. Əlavə olaraq həftəlik və aylıq istehsal planlaması və xərc hesablamalarında kifayət qədər yüksək nisbətlərdə nailiyyətlər əldə olunmuş, ümumi aylıq iş zamanları 50-100 saat arası iş gücü qazanılmşdır.

Cədvəl 1 – Tətbiqdən əvvəl və sonra əsas proseslərin müqayisəsi

Fəaliyyətlər	Tətbiqdən əvvəl	Tətbiqdən sonra	Nailiyyət	Təkmilləşdirmə nisbəti (%)	
Anbar idarə edilməsi					
Material sifariş vermə və təsdiq zamanı (gün)	**1**	**1**	0	0,00%	**A**
Sifariş təklifi yaratma və təsdiq zamanı (dəq)	**5**	**5**	0	0,00%	**B**
Anbar içində material axtarma və tapma zamanı (dəq)	**25**	**6**	19	76,00%	**C**
İstehsal planlama					
Anbarı görmə və gün ərzində yüklənəcək miqdarın dəyərləndirib gələn sifarişlərə cavab vermə zamanı (dəq)	**60**	**7**	53	88,33%	**D**

Həftəlik istehsal planlama (dəq)	**60**	**6**	54	90,00%	**E**
Aylıq istehsal planlama (dəq)	**60**	**5**	55	91,67%	**F**
Məhsul üçün maya dəyərinin müəyyən edilməsi (dəq)	**20**	**5**	15	75,00%	**G**
İşçi üçün əlavə iş saatının hesablanması (dəq)	**25**	**8**	17	68,00%	**H**
Dağıtım planlama					
Dövrün sonu müştərilərə üzləşmə aktını göndərilməsi (gün)	**5**	**1**	4	80,00%	**İ**
Müştərilərə qaimə faktura hazırlama zamanı (dəq)	**20**	**4**	16	80,00%	**J**
İdarəetmə planlaması					
Əmək haqqı hesablama zamanı (gün)	**20**	**2**	18	90,00%	**K**
Ayı bağlama və yeni period açma zamanı (gün)	**3**	**1**	2	66,67%	**L**
İdarəetmə hesabatlarının hazırlanması zamanı (dəq)	**120**	**5**	115	95,83%	**M**
Konsolidasiya olunmuş büdcə hesabatlarının hazırlanması (dəq)	**60**	**4**	56	93,33%	**N**

Mənbə: Araşdırma nəticəsinə uyğun olaraq müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Cədvəl 2-də isə əvvəlki cədvəldə kateqoriyalara ayrılmış fəaliyyətlərin, proqram təminatının istifadəsindən öncə mövcud olub-olmadığı göstərilmişdir. Buradan aydın olur ki, şirkətin effektivliyinə müsbət şəkildə təsir edəcək fəaliyyətlər meydana çıxmış, işçilər və idarəetmə baxımından həm bir məhsul üçün, həm də idarəetmə olaraq xərclər, izlənilə bilən və anbar nəzarəti kimi texnoloji özəlliklər əldə edilmişdir. Bu xüsusiyyətlər şübhəsiz ki, davamlı inkişaf edən bazarda şirkəti rəqiblərindən önə çıxarmışdır.

Cədvəl 2 – Tətbiqdən sonra qazanılan və müəssisəyə dəyər qatan proseslər

FƏALIYYƏTLƏR	TƏTBIQDƏN ƏVVƏL	TƏTBIQDƏN SONRA
Anbar içində lot № ilə materialların izlənilməsi	Yox	Var
Maşının dayanma zamanı və dayanmaya görə hesabat vermə	Yox	Var
Məhsul ağacının olması, istifadə edilən malların anbar sistemindən silinməsi, anbarın daim yenilənməsi	Yox	Var
Müştəri kreditləndirilməsi və Risklərin görülməsi. Onlayn izlənilə bilmə	Yox	Var
Məhsulun izlənilməsi (Müştəriyə satılan)	Yox	Var
İtki miqdarı və səbəbin müəyyən edilməsi	Yox	Var
Maşınların çalışma zamanı və məhsuldarlığının hesablanması	Yox	Var
Sistemdə sonsuz sayda qiymət cədvəli tuta bilmə	Yox	Var
Hər qaimənin üçün xərclərə nəzarət	Yox	Var

Mənbə: Araşdırma nəticəsinə uyğun olaraq müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şəkil 2-də performans göstəricilərinin tətbiqdən əvvəlki və sonrakı vəziyyətinin müqayisə edilməsi ilə nə qədər (%) təkmilləşdirmə əldə edilməsi təsvir edilmişdir.

Şəkil 2 - Performans göstəricilərinin qrafiki təsviri və müqayisəsi.

Mənbə: Araşdırma nəticəsinə uyğun olaraq müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Nəticə

Əldə edilmə xərcləri sadə mühasibatlıq və ya ofis proqramlarına nisbətən daha yüksək olmasına baxmayaraq, ERP proqramları təşkilatlar üçün əməliyyatların yerinə yetirilməsində və izlənilməsində effektivlik yaratmışdır. Hətta ənənəvi proqram təminatları istifadə edərkən yarana biləcək müxtəlif itkilər, istehsal və ya tədarükdə baş verəcək gecikmə və axsaqlıqlar ERP sistemlərinin istifadəsi zamanı baş vermədiyindən, fəaliyyətlərdə baş verən müsbət dəyişiklikləri qısa müddətdə görmək mümkündür. ERP proqramları yaratdığı faydalar sektora, şirkətə, istifadəçiyə görə müxtəliflik göstərə bilir. Təşkilatlar üçün ERP proqramının istifadəsindən əvvəlki və sonrakı vəziyyəti, kriteriyalar qarşılaşdırıb müqayisə edildikdə, şirkətin performansındakı müsbət dəyişikliyi asanlıqla görmək mümkündür.

Bu araşdırmada "A şirkətinin" ERP proqramının tətbiqindən əvvəlki və sonrakı vəziyyəti əvvəlcədən müəyyən göstəricilərə görə qarşılaşdırılıb müqayisə edilmişdir. Nəticədə bir çox göstəricilərdə müsbət performans əldə edilmişdir. Araşdırmada analiz edilən fəaliyyətlər zaman yönümlü əsasdan (dəq, saat, gün) müqayisə edilmiş və müqayisə nəticəsində əksər fəaliyyətlərdə olduqca yüksək nailiyyətlər əldə edildiyi müşahidə edilmişdir. Tətbiqin dəyərləndirilməsi bölməsində ətraflı şəkildə istehsal, anbar, dağıtım və idarəetmə planlaması bölmələrində bir çox fəaliyyətlərin tətbiq zamanında faydalar əldə edilmişdir.

Şirkətdə aparılan görüşmələr nəticəsində ERP istifadəçiləri yönündən iş yükünün azalması ilə işçilərin performansının və motivasiyasının artdığı müəyyən edilmişdir.

Bununla da ERP sistemlərinin tətbiqi həm zaman, maddi baxımından həm də işçi motivasiyası baxımından şirkət üçün böyük faydalar yarada biləcəyinə əmin olmaq mümkündür.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Davenport, T.H. (1998), "Putting the enterprise into the enterprise system", Harvard Business Review p.121-131.
2. Bingi, P., Sharma, M.K. ve Golda, J.K. (1999), "Critical Issues Affecting an ERP Implementation", Information Systems Management, Vol: 16, No:3, s.7-14.
3. Esteves, J. (2009). "A Benefits Realisation Road-Map Framework for ERP Usage in Small and Medium-Sized Enterprises," Journal of Enterprise Information, 22 (1/2), 25-35
4. Rajagopal, R.(2002): "An Innovation Diffusion View Of Implementation Of Enterprise Resource Planning (ERP) Systems And Development Of A Research Models", Information & Management 40, ss. 87–114
5. Nail Tahirov, Nəcməddin Axundov, Pərviz Həsənov (2013) – "Müəssisə resurs planlaması sistemləri və bu sistemlərin azərbaycandakı müəssisələrdə tətbiqi enterprıse resource planıng (ERP)"
6. Cruz-cunha, M.M. (2010), "Enterprise Information Systems for Business Integration in SMEs", Business Science Reference, USA.
7. O'leary, D. (2000): Enterprise Resource Planning Systems: Systems, Life Cycle, Electronic Commerce, and Risk, Cambridge University Press: Cambridge, MA.
8. Velcu, O. (2007). "Exploring the Effects Of ERP Systems on Organizational Performance: Evidence from Finnish Companies," Industrial Management & Data Systems, 107 (9), 1316-1334.
9. Trott, P. & Hoecht, A. (2004). "Enterprise Resource Planning and the Price of Efficiency: The Trade Off Between Business Efficiency and the Innovative Capability of Firms," Technology Analysis & Strategic Management, 16 (3), 366–375.
10. Aydın, A.O. (2003). "Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımlarının Kalite Özgüllüklerinin Belirlenmesi", Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,Ankara. s.29
11. Carl dahlen & Johan elfson (1999) – "An analysis a current and future ERP market – with focus on Sweden", Royal institute of technology

Müasir təşkilatlarda dəyərlər və idarəetmə prinsiplərinin formalaşması

Pərvin Kərimxanlı

p.kerimxanli@mail.ru

Xülasə

Bu məqalədə müasir təşkilatlarda dəyərlər və idarəetmə prinsiplərinin mahiyyəti və formalaşması və onların təşkilatın idarə olunmasında rolu tədqiq olunmuşdur. İnsanların ehtiyaclarının qarşılanması üçün təşkilatların istehsal etdikləri mal və xidmətlərə, bu mal və xidmətlərin davamlı istehsalının təmin edilə bilməsi üçün isə yüksək səviyyədə təşkil olunmuş idarəetməyə ehtiyac vardır. İdarəetməni effektiv şəkildə həyata keçməsi üçün onun müəyyən standartlar və normalar əsasında işlənib hazırlanması və təşkilatın fəaliyyətini tənzimləyən konkret idarəetmə prinsiplərinin işlənib hazırlanması müasir təşkilatlar üçün olduqca vacib bir məsələdir.

Prinsip müəssisənin idarəedilməsi metodları və funksiyaları sistemində başlıca rol oynayan mövqeyə malikdir. Çünki, bu prinsiplər idarəetmə fəaliyyətinin və funksyalarının reallaşdırılmasında idarəedicilərin əldə rəhbər tutduqları qanun və qaydaları özündə əks etdirir. İdarəetmə prinsiplərini idarəetmə funksyalarının həyata keçirilməsi üzrə rəhbərin davranışının başlıca ideyaları, qayda və qanunauyğunluqları kimi təsəvvür etmək olar. Təşkilatın idarəetmə prinsipləri idarəetmə prosesinin sisteminə, strukturuna və təşkilinə aid olan tələbləri müəyyənləşdirir.

Təşkilati mədəniyyət isə, bir təşkilatın bənzərsiz sosial və psixoloji mühitinə töhfə verən əsas inanclar, fərziyyələr, dəyərlər və qarşılıqlı təsir yolları kimi müəyyən edilmişdir. Təşkilatın izlədiyi mədəniyyət işçilərə və onların arasındakı münasibətlərə dərin təsir göstərir. Bir şirkətin təşkilati dəyərləri başqalarına onun nə olduğunu, niyə yaradıldığını və digər şirkətlərdən nə ilə fərqləndiyini bildirir. Dəyərlər təşkilatın əsas təməllərindən biridir. Ancaq təməli sağlam olan bir topluluq sağlam ayaqda qala bilər. Dəyər ifadələri bir təşkilatın riayət etdiyi prinsipləri və etikaları sadalayır. Təşkilat üçün etik bir təməl meydana gətirirlər.

Açar sözlər : İdarəetmə, Prinsip, Dəyər, Mədəniyyət.

Giriş

İdarəetmə həm insan, həm də digər resurslardan effektiv şəkildə istifadə etməklə düzgün və əsaslandırılmış qərar qəbul etmək üçün yaradıcı və sistematik bir informasiya axınının tətbiq edilə bilməsidir. İdarəetmə tək bir kişinin həyata keçirə bilməyəcəyi ortaq bir məqsəd üçün bir araya gəlmiş insanların fəaliyyətlərini koordinasiya etməkdir. (Dinçer və Fidan, 1995). Effektiv idarəetmə quruluşuna sahib olmaq istənilən uğurlu təşkilat üçün vacibdir. Həmçinin idarəetmə arzuolunan nəticəni əldə etmək üçün işin təşkili və əlaqələndirilməsidir. Bu gün təşkilatlar nöqteyi-nəzərindən idarəetmənin əhəmiyyəti dəfələrlə artmışdır. Yalnız səmərəli idarəetmə sayəsində şirkətlər öz mənfəətlərini artırmaq və ən yaxşı məhsul və xidmətlər ilə təmin etmək üçün iş siyasətlərini və strategiyalarını hazırlayır və icra edirlər.

İdarəetmə prinsipləri olmadan bir təşkilat məqsədlərinə çatmaqda çətinlik çəkəcəkdir. Bu gün təşkilatların və menecerlərin üzləşdikləri əsas vəzifə iş problemlərini yaradıcılıqla həll etməkdir. İdarəetmə prinsipləri menecerlərin iş problemlərini həll edə biləcəyi qaydalardır. Bu prinsipləri düzgün başa düşmək menecerlər üçün çox zəruridir və faydalıdır, çünki bu prinsiplər idarəetmə fəaliyyəti üçün təlimat rolunu oynayır. İdarəetmə prinsipləri ilə menecerlər, təşkilatdakı insanlarla düzgün münasibət quraraq müxtəlif səhvlərdən qaçınmış olurlar. Beləliklə, idarəetmə prinsipi dedikdə,idarəetmə orqanlarının fəaliyyətində zəruri qanunauyğunluqları müəyyən bir çərçivəyə salan qaydalar və davranış sistemi başa düşmək olar.

Müasir idarəetmə dövründə idarəedicilər xüsusilə bacarıqlı, bilikli və intellektual qabiliyyətlərinə görə üstünlük təşkil edən və fərqlənən işçiləri idarəetmə ilə bağlı verilmiş qərarları qəbul etməyə məcbur etmək əvəzinə onları bu qərarların düzgünlüyünə inandırmağı daha üstün tuturlar. (James D. Wrigh, 2015)

Təşkilati mədəniyyət insanların uyğun və uyğun olmayan davranışlarını göstərən ortaq fərziyyələr, dəyərlər və inanclar toplusudur. Təşkilatların hər zaman bir mədəniyyətə sahib olmasına baxmayaraq, bu mədəniyyətlərin idarə edilməsi həmişə idarəedicilər üçün çətin və qeyri-müəyyən bir vəzifə olmuşdur (Druckman, Singer, & Cott, 1997). Mədəniyyət dərhal müşahidə olunmasa da, təşkilatın mədəniyyətini təsvir etmək üçün istifadə edilə bilən dəyərlər toplusunu müəyyənləşdirmək mədəniyyətimizi daha səmərəli müəyyən etməyə, ölçməyə və idarə etməyə kömək edir. Dəyərlər işçilərin davranışına, eləcə də təşkilati fəaliyyətinə güclü təsir göstərir. Dəniz dənizdə üzən balıqlara görünməz olduğu kimi təşkilati dəyərlər də əsasən işçilər üçün görünməzdir. Bütün işçilərin düşüncə tərzlərinə və davranış normalarına təsir etsə də, fərdlər ondan digər təşkilatlarla müqayisə etmək imkanı olduqda xəbərdar olurlar. Nadir və çətin təqlid ediləcək bir mədəniyyətə sahib olan təşkilatlar rəqabət üstünlüyünə sahibdirlər. Dəyərlər ortaq prinsiplər, standartlar və məqsədlərdir. Təşkilat mədəniyyətini formalaşdıran dəyərlər və dərin fərziyyələr, işçilərin necə qarşılıqlı fəaliyyət göstərdiklərini və seçdikləri seçimləri müşahidə etməklə, habelə düzgün və uyğun davranışla bağlı inanc və düşüncələrini araşdırmaqla aşkar edilə bilər. Xüsusilə bir təşkilatın dəyərləri ilə ətraf mühitin tələbləri arasında uyğunsuzluq olduqda, mədəniyyətin dəyişdirilməsi şirkətin dönüşünün açarı olur.

Metod

Məqalənin yazılışı zamanı “menecmentin prinsipi” anlayışını, menecmentin müasir idarəetmə prinsiplərini və onların mahiyyətini, o cümlədən keçid iqtisadiyyatının son dövrlərini yaşayan ölkəmizdə iqtisadi strukturun qurulmasında və inkişafında ən əhəmiyyətli faktorlardan biri olan idarəetmə orqanlarında bu prinsiplərin rolunun əhəmiyyətini öyrənməyə çalışacağıq. Həmçinin təşkilatlarda və müəssisələrdə dəyərlər anlayışından, onların işçilər və qurum özərində əhəmiyyətindən danışılacaqdır.

Tədqiqat üçün məlumatların toplanılması zamanı əsas üstünlükbirinci və ikinci əldən məlumatların toplanılması metoduna verilmişdir. Birinci əldən məlumatlar birbaşa tədqiqat obyektinde aparılmış tədqiqatdan toplanılır. İkinci əl məlumatlar əvvəlcədən tədqiqatçılar tərəfindən araşdırılmış və toplanmış məlumatlardır. Əlavə olaraq tədqiqatın aparılmasında xüsusi tədqiqat materiallarından, internet resurslarından və elektron informasiya vasitələrindən istifadə olunmuşdur.

Araşdırma zamanı sistemli yanaşma metodundan da müəssisələrin idarə edilməsi sistemində idarəetmə prinsiplərinin və dəyərlərin rolunu bütövlükdə xarakterizə etmək üçün və bu günkü günə gəlib çatanadək idarəetmə prinsiplərinin təkamül prosesini tədqiq etmək üçün istifadə edilmişdir. Bundan əlavə Sintez metoduna müxtəlif təşkilatların dəyərlər və idarəetmə prinsiplərinin tətbiqi ilə əlaqədar yanaşmalarının ümumiləşdirilməsi üçün müraciət edilmişdir.

Analiz

Müasir dövrün başlıca vəzifəsi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını gücləndirməkdən, istehsalı hərtərəfli intensivləşdirməkdən və ölkənin iqtisadi potensialını möhkəmləndirməkdən ibarətdir. Bu vəzifələrin həyata keçirilməsi müəssisələrdə idarəetmə fəaliyyətinin yüksək səviyyədə təşkil edilməsini,

idarəetmədə qanun və metodlardan şüurlu və məqsədəuyğun istifadə edilməsini tələb edir. İstənilən müəssisə təşkilati-hüquqi və mülkiyyət formasından, sahə mənsubiyyətindən, buraxdığı məhsullardan yaxud göstərdiyi xidmətlərdən asılı olmayaraq açıq iqtisadi sistemdir. Son illərdə müasir təşkilatlarda idarəetmə prinsiplərinin formalaşmasının ölkənin iqtisadi inkişafında rolunun artması bu sahədə yaranan problemlərin həllini tələb edir ki, bu problemlərdən biri də təşkilati idarəetmədə münasibətlərin təşkili səviyyəsi ilə əlaqədardır.

Birgə əmək prosesində insani münasibətlərin həyata keçirilməsinin obyektiv qanunları və qanunauyğunluqları idarəetmə prinsipinin əsasını təşkil edir. Ümumilikdə prinsiplər idarəetmə orqanlarının və cəmiyyətin fəaliyyətini istiqamətləndirən idarəetmə qaydaları və davranışlar sistemidir. İdarəetmə prinsipləri nisbi, mütləq deyil və təşkilatın ehtiyaclarına uyğun tətbiq edilməlidir. Bunlar menecerlərin praktikada qarşılaşacaqları hadisələrin müşahidəsi və təhlili yolu ilə əldə edilir.

Əvvəllər menecerlər idarəetmə təcrübələrini istiqamətləndirmək və inkişaf etdirmək üçün çox az mənbələrə sahib idilər. Lakin Henri Fayol kimi erkən nəzəriyyəçilər sayəsində menecerlər rəhbərlik etmək və daha effektiv idarə etmək üçün lazım olan materialları almağa başladılar. Henri Fayolun idarəetmə prinsipləri iqtisadiyyatda ənənəvi idarəetmə prinsipləri olaraq adlandırılır. Müasir idarəetməni ənənəvi idarəetmə sistemindən əsas fərqləndirən xüsusiyyətləri kimi isə elmi düşüncə, obyektivlik kimi faktorların önə çəkilməsi, ünsiyyət və emprik metodların yayılması, sosial nizamın, fərdiliyin, özünüdərk etmənin və azadlığın artması kimi xüsusiyyətlər təşkil edir. Müasir idarəetmənin tələblərinə uyğun olaraq kollegiallıq, mərkəzləşdirmə və qeyri-mərkəzləşdirmənin optimal vəhdəti, təkbaşçılıq, demokratikləşmə, komanda şəklində iş və s. kimi yeni idarəetmə prinsipləri meydana çıxmışdır. Müasir idarəetmədə irəli sürdüyü fikirlərə görə xarici ədəbiyyatlarda ən tanınmış tədqiqatçılardan biri olan Gary Hamel, dünyanın ən nüfuzlu şirkətlərində bir neçə milyard dollarlıq səhm dəyərlərini yaratmağa kömək edən dünyanın ən nüfuzlu alimlərindən biridir. Gary Hamel'ə görə İdarəetmə İntibahı beş prinsip üzərində yüksələcəkdir:

1. Dəyərlər- Yüzlərlə korporativ rəhbər vəzifələrindən sui-istifadə edərək məsuliyyətsiz davranaraq, həm öz şirkətlərinin batmasına, həm də əvvəllər görünməmiş bir maliyyə böhranına səbəb olmuşdur. Bu böhranın təkcə borc böhranı deyil, həm də mənəvi bir böhran olduğu aydındır. Gary Hamel, əvvəlcə "dəyərlərə" əsaslanan bir idarəetmə yanaşması etməli olduğumuzu qeyd etmişdir. O, iş dünyasını "insanlaşdırmağa" dəvət edir, xüsusilə ədalət, alicənablıq, məsuliyyət, sədaqət kimi dəyərləri qorumağımızı təklif edir.

2. İnnovasiya- Köhnə idarəetmə formasında yaradıcılıq və yenilik şirkətdəki az sayda insana verilən bir tapşırıq idi. Bu gün yenilikdə uğur qazanan yeni nəsil şirkətlər fərqli bir yol keçir. Bu şirkətlər yenilikçi və yaradıcı olmağı hər bir işçinin vəzifəsi hesab edirlər. Bütün işçiləri "yenilik yaradıcıları" olaraq xarakterizə edirlər. Gary Hamel, İdarə İntibahında hər kəsin bir yenilik ruhu ilə işləyəcəyini proqnozlaşdırır. Bu enerjili ruhun yeni dövrün hərəkətverici qüvvəsi olacağını düşünür.

3. Dəyişikliklərə uyğunlaşma- Biologiya dərslərindən öyrəndiyimiz kimi, yalnız təbii şəraitin dəyişməsinə uyğunlaşan canlılar sağ qalırlar. Dəyişməyə uyğunlaşa bilməsələr də, yox olurlar. Fəal olaraq işə başlamazdan əvvəl dəyişən və özünü yeniləyən şirkətlərin yaradılması bu gün ən əsas iş bacarığıdır. Keçmişin kökündən qurtula bilən, "genetik müxtəlifliyə" investisiya qoyan və fərqli düşüncələrə sahib olan şirkətlər buna daha çox inanırlar.

4. Ehtiras(passion)- Bugünkü idarəetmə yanaşması şirkətlərdə "ehtiras və sədaqət" hissini öldürür. Bu gün işçilərin yalnız kiçik bir hissəsi həqiqətən işlərinə sadiqdirlər. Bu həqiqəti nə qədər gözardı etməyimizdən asılı olmayaraq, yüksək işçi loyallığı olan şirkətlər daha məhsuldar, daha yaradıcı və daha gəlirli iş görürlər. Bu gün tapılması ən çətin insan profili çalışqan və ya təhsilli deyil, təşəbbüs göstərə bilən, yaradıcı və ehtiraslı işçilərdir. Hamel, İntibah dövrünün Direktorlarının, insanın içindəki təsəvvür və yaradıcılığı ortaya çıxaracaq liderlər olacağını söyləyir. Yalnız bu şəkildə insanların öz işlərini ehtirasla edəcəyini irəli sürür.

5. Azadlıq idealogiyası- Bu günə qədər anlayışımız "nəzarət ideologiyası" olan şirkətləri idarə etmək idi. Üst rəhbərlik tərəfindən qərarlar qəbul edilən şirkətlərin yaradıcı, yenilikçi və enerjili yerlər olması mümkün deyil. Bu gün heç bir halda ciddi nəzarətə sahib bir şirkət idarə etmək mümkün deyil. Əksinə, heç bir nəzarətə ehtiyac olmadan işlərinə və şirkətlərinə inanan və özlərini bu işin və şirkətin "yoldaşları" olaraq görən insanlar yenilik yarada bilərlər. Belə bir şirkəti nəzarət zehniyyəti ilə idarə etməyə ehtiyac yoxdur. Bu mühit yalnız "azadlıq" ideologiyası olan şirkətlərdə baş verə bilər.

İdarəetmə prinsipləri kimi dəyərlər də təşkilatın işinin gedişinə güclü təsir edən əsas faktorlardan biridir. Prinsiplər kimi dəyərlər də təşkilati fəaliyyət zamanı həm idarəedicilərin həm də işçilərin diqqət etməsi gərəkən qaydalardır. Dəyərlər təşkilati mədəniyyətin içərisində formalaşır. Bir şirkətin mədəniyyəti, xüsusən ilk illərində, təsisçisi və ya təsisçilərinin şəxsiyyəti, mənşəyi və dəyərləri, eləcə də təşkilatın gələcəyinə dair təsəvvürlərlə bağlıdır. Sahibkarlar öz bizneslərini qurduqda, işləmək istədikləri təşkilatın qaydalarını, şirkət quruluşunu və əməkdaşlıq edəcəkləri insanları müəyyənləşdirirlər.

Şirkəti cəmiyyətətə, dünyaya tanıdan onun müəssisə daxilində olan idarəetməsində formalaşdırdığı dəyərlərdir. Şirkət qurularkən bu dəyərlər üzərində qurulur, işçilər bu dəyərlər ətrafında toplanır. Sağlam dəyərlər üzərində yaranan, bu dəyərləri qorumağı hədəfləyən şirkət daima sağlam idarəetməyə malik olur. Şirkətin strategiyası, strukturu habelə idarəetmə tərzi kopyalana bilər, amma mədəniyyəti demək olarki mümkünsüzdür. Sağlam idarəetmə forması yaratmaq üçün müəssisə daxilində dəyərlər formalaşmalıdır ki, bu da şirkət mədəniyyətini formlaşdırır və şirkətin imicini yaradır. Ölkəmizdə xidmət sahəsindı fəaliyyət göstərən “Business Plus” mühasibatlıq şirkəti öz dəyərlərini aşağıdakı kimi izah edir.

Cədvəl 1. “Business Plus” mühasibatlıq şirkətinin açıqladığı öz təşkilati dəyərləri.

• İnsanlara hörmət və dəyər vermək təşkilati mədəniyyətimizin ayrılmaz hissəsidir.
• Təşkilatda rəhbərlik yeni fikir və təkliflərə açıq olmalıdır və onları dəyərləndirməlidir.
• Xidmət optimal standartlara yönəldilməlidir.
• Xidmət ən yüksək dəyər hesab edilir.
• Təşkilatda sahibkarlıq ruhuna əhəmiyyət və dəyər verilməlidir.
• Təşkilatda çalışan şəxslərin bacarıq və qabiliyyətlərindən maksimum şəkildə istifadə etməklə təşkilatın inkişafı təmin edilməlidir.
• Rəhbərliyə dəyər verilməlidir.
• Təşkilatdakı hər kəs mövcud dəyərlərə uyğun davranmalıdır.
• Etdiyimiz hər şeydə ən yaxşısını təqdim edərək, nəticələrə görə özümüzü cavabdeh saymaliyıq.

Hər bir qurumun onu digərindən fərqləndirən və ona istiqamət verən bənzərsiz bir mədəniyyət var. Dəyərlər təşkilati mədəniyyəti formalaşdıran əsas faktorlardan biridir. Deməli, yüksək məhsuldarlıq göstərmək üçün işçilərin təşkilatın mədəniyyətini və dəyərlərini başa düşməsi vacibdir.

Bir təşkilat hər hansısa bir dəyərlərə məxsusdur deyə güclü təşkilat hesab edilə bilməz çünki yalnış seçilən dəyərlər şirkəti tənəzzülə də apara bilər. Bu baxımdan təşkilati mədəniyyəti güclü və zəif olaraq iki qrupa ayıra bilərik. Güclü təşkilati mədəniyyət işçilərin yaxşı davranış göstərdikləri, təşkilatın siyasətinə hörmət etdikləri və qaydalara riayət etdikləri bir vəziyyətlə müşahidə olunur. Belə bir mədəniyyətdə insanlar işləməkdən zövq alır, hər tapşırığı yeni bir öyrənmə kimi qəbul edir və bacardıqları qədər qazanmağa çalışırlar, rol və vəzifələrini həvəslə qəbul edirlər. Zəif təşkilati mədəniyyətdə isə fərdlər öz vəzifələrini üstün və sərt siyasət qorxusundan qəbul edirlər. Bu vəziyyətdə olan işçilər məcburiyyətdən kənar işlər görürlər. Təşkilatlarına sadəcə qazanc mənbəyi kimi baxırlar və heç vaxt ona bağlanmırlar. Dəyərlər insanlara və qurumlara nəyin doğru, nəyin səhv olduğu barədə yol göstərir. Dəyərlərin harmoniyası, şəxsiyyətin dəyərləri ilə qurumun dəyərləri arasındakı uyğunluq səviyyəsidir. Uyğunluğun yüksək səviyyəsi işçinin iş yerindən daha məmnun olmasını, iş yerinə daha yüksək bir bağlılığın olmasını təmin edir (Boxx et al., 1991; Chatman, 1991) və işdən ayrılmaq meylini daha aşağı salır (Chatman, 1991; O'Reilly, Chatman and Caldwell, 1991). Buna görə təşkilati mədəniyyət qurularkən onun daxilində formalaşmış yüksək dəyərlər təşkilatın imicini yaradaraq onu xarici dünyaya tanıtmaqla bərabər, şirkət kollektivini də nəzərə alaraq seçilməlidir. Müasir dövr təşkilatlarında dəyərlər həmçinin KSM (korporativ sosial məsuliyyət), etika kodeksi və gender bərabərliyi kimi məsələlərinə də uyğun olaraq qurulmalıdır. “Business Plus” təşkilatının etik kodeksində aşağıdakı etik davranış standartları göstərilmişdir. (Cədvəl 2)

Cədvəl 2. “Business Plus” mühasibatlıq şirkətinin etika kokeksi.

Məsuliyyət	Keyfiyyətli xidmətlər göstərmək.
	Müsbət fərq yaradan nəticələr üçün çalışmaq.
	Verilən qərarlar üçün cavabdehlik daşımaq.
	Başqaları qarşısında şəxsi öhdəlikləri yerinə yetirmək.
Dürüstlük	Özümüzlə açıq və doğru danışın.
	Əməkdaşlarınız və müştərilərimizlə münasibətlərdə açıq və doğru danışın.
Hörmət	Ətraf mühitə, siyasətə, qaydalara, müxtəlifliyə və dəyərlərə və prinsiplərə hörmət edin.
	Münaqişəni həll edərkən bütün fikirləri nəzərə alın
	Hər kəsə nəzakətlə və ləyaqətlə davranın.
Ədalət	Bir məsələnin bütün tərəflərini nəzərə alan qərarlar qəbul edin.
	Təşkilatın qaydalarına və qanunlarına uyğun qərarlar qəbul edilsin.
	Özünüzü təşkilatı yaxşı əks etdirən bir şəkildə aparın.
	Bütün əməkdaşlarınıza və müştərilərə ədalətli münasibət göstərin.
Vicdanlılıq	Müştərilərlə bağlı qəbul edilən bütün məlumatları məxfi olaraq saxlamaq.
	Cəmiyyətin inamını qazanacaq şəkildə davranış sərgiləmək.
	Heç bir xeyir və ya şəxsi mənfəət axtarmamaq.
	Maraqların toqquşmasından çəkinmək.
Sadiqlik	Gündəlik davranışla təşkilatın missiyasını qucaqlayın və dəstəkləyin.
	Rəhbərliyin verdiyi qərarları tam dəstəkləyin və əməl edin.

Nəticə

Artan qlobal rəqabət, texnologiya dünyasında baş verən dəyişikliklər, iş praktikasının dəyişməsi və təşkilatların sosial məsuliyyətinin artması ilə menecerlərin rolu daha vacib olmuşdur. Menecerlərin təşkilatın idarə edilməsində güclü idarəetmə prinsiplərinə, təşkilati mədəniyyətə və dəyərlərə ehtiyacları vardır. Onlardan istifadə etməklə menecerlər qarşıya qoyulan məqsədlərə daha asanlıqla nail olur və fəaliyyətlərində köklü səhvlərdən çəkinirlər. Nəticə etibarilə idarəetmə prinsipləri idarəetmə işlərini asanlaşdırmaq, dəyərlər isə təşkilati fəaliyyətin düzgün bir istiqamətdə hərəkət etməsi və cəmiyyətə tanıdılması üçün nəzərdə tutulmuşdur, bu prinsiplər və dəyərlər tərəfindən hansı hərəkətlərin görülməli olduğu açarları təklif edililir.

Hər hansı bir qurumda müəyyən fundamental nəzəri çərçivələr, dəyərlər və prinsiplər hazırlanmazsa, prinsiplər, dəyərlər və nəzəri çərçivə olmadıqda tədqiqatlar çətinləşər və gələcək bilik üfüqləri genişlənə bilməz. Problemlərin aradan qaldırılması üçün müasir təşkilatlarda dəyərlərin, idarəetmə prinsiplərinin formalaşması və inkişaf etdirilməsi vacibdir. İdarəetmə prinsipləri və dəyərlər bir çox təşkilatlarda yaxşı qurulmuş, hər kəs tərəfindən qəbul edilmiş və istifadə olunur. Müasir dövrümüzdə bu mövzularda lazımi məlumatlardan istifadə imkanının zəif olması səbəbindən bu işdə uğurlu nəticələr əldə etmək, habelə müəssisənin fəaliyyətini inkişaf etdirməkdə çətinlik yaranır. Azərbaycanda idarəetmə prinsipləri və dəyərlər istiqamətində qiymətli tədqiqat əsərlərinin yazılmasına və ərsəyə gətirilməsinə ehtiyac vardır. Prinsiplər üzrə daha çox tədqiqat aparıldıqca yeni prinsiplər ortaya çıxacaq, digər idarəetmə prinsipləri dəyişdiriləcək və müasir idarəetmə praktikasına uyğun olmayan prinsiplər ləğv olunacaqdır. Tədqiqat bu baxımdan olduqca aktual və əhəmiyyətlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Mason Carpenter, Talya Bauer, Berrin Erdogan (2012)-Management Principles (v 1.0)
2. Alacaklıoğlu, Haluk (2009). “Kurumsal yönetim ve aile şirketleri” (1. Baskı). İstanbul: Global Kobi Yayınları-2.
3. Yrd.Doç.Dr.Levent Vurgun, Sezai Öztop (2011) -“ Yönetim ve örgüt kültüründe değerlerin önemi”. Süleyman Demirel Üniversitesi-İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
4. Prof. Dr. TAMER KOÇEL (2014)- “İşletme Yöneticiliği”. Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
5. “Principles of Management”-University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2015
6. Jan Jonker Marco de Witte (2006)- “ Management Models for Corporate Social Responsibility”- Springer Berlin Heidelberg.
7. Herbert Jodlbauer, Jan Olhager, Richard J. Schonberger (2011)- “Modelling Value”- University of Applied Sciences in Upper Austria School of Management, Steyr/Austria
8. James D. Wrigh, May 2015, Modern Management: Origins and Development, Publisher: Elsevier
9. Charles A. O’Reilly III, Jennifer Chatman & David F. Caldwell (1991)- People and Organizational Culture: A Profile ComparisonApproach to Assessing Person-organization Fit. Academy of Management Journal.
10. İnternet resursları: https://2012books.lardbucket.org/pdfs/management-principles-v1.0.pdf
11. https://www.starbucks.com/about-us/company-information/mission-statement
12. https://smallbusiness.chron.com/organizational-value-statement-23848.html
13. http://sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayi48_pdf/6iksisat_kamu_isletme/zengin_asiyenur_aysealtiokyilmaz.pdf

Strateji Qərarların Qəbulunda Müasir Metodların Tətbiqinin Rolu

Yusifli Lamiyə

babazade.lamiye96@gmail.com

Xülasə

Yaşadığımız dövrdə sağ qalmaq, inkişaf etmək, uğur qazanamaq üçün daima bir sonrakı adımları qabaqcadan planlamaq, rəqiblərin həmlələrini öyrənmək, yeniliyə açıq olmaq və ona çevik cavab vermək əsas şərtlərdən biridir. Qeyd olunan məsələlər bağlı son nəticə müəssisənin qərarı olur. Yəni, müəssisə araşdırmaları, əldə etdiyi informasiyaları, apardığı təhlilləri müəyyən bir bir qərarla birləşdirməlidir. Bu qərar isə müəssisənin sonu və ya sonu gəlməyən yüksəlişin başlanğıcı ola bilər. buna görə də müəssisə rəhbərləri idarəetmədə tətbiq olunan metodların, modellərin təkminləşəsi, onu öz müəssisələrinə uyğunlaşdırması, çatışmazlıqlar üzərində mükəmməl tətbiqi üzərində çalışırlar.

Qərar qəbul edərkən istifadə olunan bir az məlumat həqiqətə çevrilə bilər və ya təcrübələrə əsaslana bilər, bu məlumatların toplanması və təhlili üçün vasitələr və metodlar qəbul edilmiş elmi metodologiyanın bir hissəsidir. Qərar qəbul edənlər qərar qəbulu prosesində istifadə olunan məlumatların dəqiqliyinə və etibarlılığına şübhə etməlidirlər. Müasir dövrdə müəssisələrin doğru biznes qərarları vermələri hər zamankindən daha vacibdir. Texnologiyanın yayılması və rəqabətin getdikcə daha da sərtləşməsi ilə, düzgün qərarların ildırım sürətində olması da vacibdir. Qlobal rəqabət təzyiqləri Mega-şirkətləri də onları kiçik müəssisələr kimi sürətli və çevik fəaliyyət göstərməyə məcbur edir. Müəssiələrin idarəetmə sisteminə baxdıqda burada bir çox modellərin tətbiqini görmək mümkündür. Lakin öz uğurunu davam etdirən model kimi Five forces modeli və Rəqib analiz metodu öz aktuallığını qorumaqdadır. Bu da təsadüf deyil ki, bir çox şirkətlərin uğurunda da bu metodların düzgün tətbiqini görürük. Buarda əsas məsələ kimi bu modellərlə bağlı ümumi anlayışlar, onların zəif və güclü tərəfləri, eyni zamanda çatışmazlıqları, müasir dövrə uyğun tətbiqi və yalnış tətbiqnin nəticələri araşdırılmış, təhlil edilmiş, aparıcı şirkətlər üzərində izah edilmişdir.

Açar sözlər: Müəssisə qərarları, five forces modeli, rəqib analiz metodu.

Giriş

Müasir dövrün ağır və güclü rəqabətli bazar şəraitində fəaliyyət göstərən müəssisələrin müvəffəq olaması rəhbərlərin verdikləri qərarlar və bu qərarların yerində və məqsədəuyğun olması ilə sıx əlaqəsi vardır. Müəssisə rəhbərlərinin qərarları müəssisənin uğurlu və ya uğursuz nəticələrin əldə edilməsinə təsir etdiyinə görə müəssisə rəhbərləri qərar vermə prosesinə daha çox diqqət yetirir və üzərində işləyir.

Qərar qəbul etmək zehni bir prosesdir və insanın ən vacib həyat bacarıqlarından biridir. Qərar qəbul etmə ağıl, düşüncə, şüur və iradə sahibi bir insana xasdır. İnsanın bütün hərəkətləri və davranışları, şüurlu və ya şüursuz bir şəkildə qərar vermə prosesidir. Qərar qəbul etmə davranışının baş verməsi üçün aşağıdakı üç şərtin mövcud olması vurğulanır:

1. Qərar qəbul etmə ehtiyacının və bir seçim probleminin mövcudluğunun şəxs tərəfindən hiss olunması.
2. Çətinliyi həll etmək üçün birdən çox seçim varlığı.
3. Fərdi seçimlərdən birinə keçmək azadlığının olması (Məqalə:Mahmood Nooraie, 2012).

Uğurlu şirkətlər ən azı üç fərqli şəkildə rəqiblərinə qarşı rəqabət üstünlüyü təmin edirlər; uğurlu şirkətlər, rəqibləri ilə müqayisədə daha düzgün qərarlar qəbul edir, daha sürətli qərarlar qəbul edir, qəbul etdikləri qərarları daha səmərəli tətbiq edirlər. Menecerlər vəzifə və məsuliyyətlərini yerinə yetirərkən uğur qazanmaq üçün qərara verirlər. Menecerlər uğurlu qərarları nəticəsində mükafatlandırıla bilər və uğursuz qərarlar nəticəsində də tənqid edilə bilər. Səmərəli idarəetmədə qərar

qəbulunda davamlı uğura nail olmaqdır. Bu, inzibati uğurun ən vacib ölçüsüdür (Thomas N. Martin, 2016).

Müasir dövrümüzə baxdıqda tələblərin nə qədər genişləndiyini görməmək mümkün deyil. Çünki bazarda heçnə sabit qalmır, daim yenilənir, müəssisələr rəqibləri üzərində üstünlük əldə etmək, gördüyü xidmət və ya məhsul sferasında aparıcı lider olmaq, mənfəətini daima artan templə çoxaltmaq arzusundadır və rəhbərlərin məqsədləri ilə birbaşa əlaqəlidir. Bu da öz növbəsində idarəetmə metodlarının təkminləşməsinə səbəb olmuşdur (Məqalə:Elazez A. Hashem, 2018 mart).

Biz burada iki əsas model üzərində araşdırmalar aparmış, idarəetmədə rollarını təhlil etmişik. Bunlar Rəqib Analiz metodu və Porterin Beş Qüvvələr modelidir.

Rəqib analiz metodu (Competitor analysis). Rəqiblərin təhlilinin məqsədi, təşkilatınız üçün fürsətləri və təhlükələri müəyyənləşdirmək üçün mövcud və potensial rəqiblərin güclü və zəif tərəflərinin hərtərəfli mənzərəsini təmin etməkdir. Rəqib analizinin dörd əsas məqsədi var:

1. Rəqilərin gələcək plan və strategiyalarını müəyyən edir.
2. Rəqiblərin rəqabət təşəbbüslərinə ehtimal olunan reaksiyalarını proqnozlaşdırır.
3. Rəqibin strategiyası və imkanları arasındakı uyğunluğu müəyyənləşdirir.
4. Rəqibin zəyif tərəflərini başa düşür (Babette E.B., Craig S.F., 2013).

Rəqib analizlə bağlı tənqidlərdən biri, şirkətlərin onu rəqabətçi strategiyalarının əsas hissəsi kimi qəbul etmələri ilə bağlıdır. Bir sənaye lideri olmaya çalışırkən, bir şirkət, aşağıdaki faktorlar səbəbi ilə mövcud rəqiblərə görə liderliyi çox yaxından təyin etməyə çalışarsa sonda həmin şirkət təqibçi qismində olacaqdır.

Michael Porter tərəfindən hazırlanan və populyarlaşan Beş Qüvvələr Sənayesi Təhlili sənayeni və iştirakçılarını başa düşməyə kömək etmək üçün hazırlanmışdır. Müəssisələr arasındakı rəqabətin intensivliyi və gəlirlilik bir çox sahələrdə fərqli ola biləcəyi üçün, bir sənayenin qazanc potensialını və ya "cəlbediciliyini" müəyyənləşdirmək müəssisənin xarici mühiti ilə daxili qaynaqları arasındakı boşluğu aradan qaldırmaq üçün zəmin yaradır (https://www.investopedia.com/ask/answers/041015/whats-difference-between-porters-5-forces-and-swot-analysis.asp).

Beş qüvvəni düzgün başa düşmək, şirkətinizin rəqabət strategiyasını hazırlamaqda vacibdir. Təhlilin son məqsədi bu qüvvələrin öhdəsindən gəlmək üçün və ideal olaraq təsir göstərmək və ya müəssisənin xeyrinə dəyişdirmək üçün rəqabət hərəkətləri, qabiliyyət və mənbələri inkişaf etdirməkdir. Bunu müvəffəqiyyətlə həyata keçirən şirkətlər zamanla davam etdirilə biləcək rəqabət üstünlüklərini inkişaf etdirməyi hədəfləyirlər (Babette E.B., Craig S.F., 2013).

Porter Beş Qüvvələr modeli, bu gün fəaliyyət göstərən bir təşkilat üçün tamamilə fərqli bir mühitdə hazırlanmışdır.

Modeldən istifadə edərkən aşağıdakı mülahizələr nəzərə alınmalıdır:

• Dəyişiklik tempi indi daha sürətlidir.

• Bazar strukturları nisbətən sabit görünürdü.

• Model sizə yalnız ətrafınızın görüntüsünü təqdim edir.

• Sənayeni müəyyən etmək çətin ola bilər

• Model bazar olmayan qüvvələri nəzərə almır

• Sadə bazar strukturlarının təhlili üçün ən çox tətbiq olunur

• Model rəqabət ideyasına əsaslanır (Babette E.B., Craig S.F., 2013).

Metod

Bu məqalənin məqsədi strateji qərar qəbulunda müəssisənin mövcud şərtləri daxilində qərar qəbulda istifadə etdiyi modellərin seçilməsi və tətbiqinin qiymətləndirilməsidir. Bunun üçün araşdırmadanın istiqaməti qərarların müxtəlifliyi, müasir modellər, bu modellərin tətbiq sahələri, müəssisənin imkanları daxilində ən düzgün modelin seçilməsi predmeti çərçivəsində olmuşdur.

Araşdırmalar göstəririr ki, idarəetmə modelləri qərar qəbulunun səmərəliliyi ilə bir başa əlaqəlidir. Modellərin tətbiqi gizli qalmış, gözdən qaçmış nüasnları və ehtimalları ortaya qoyur, reallıq səviyyəsini artırır, riskləri azaldır, qərar qəbulunda intuitsiya ilə qəbul edilmiş qərarların düzgünlüyü isbat edir və ya onu rədd edir.

Araşdırma eyni zamanda düzgün modelin təbiqinin qərar qəbulunun səmərəliliyinə təsir dərəcəsinin tətdiqi və müəssisələrin rəqabət mühitində davranış və fəaliyyətlərinin rallaşdırmalarındakı dəyişikliklərin səbəblərinə də toxunur.

Araşdırma Modeli

Araşdırma modeli kimi Joan Margrettanın araşdırmalarından istifadə edilətək Porterin Beş Qüvvə modeli (Five Forces model) ələ alınmış, müasir dövrdə bu modellərin tətbiqinin formaları, çatışmazlıqları, modellər üzərində aparılan dəyişiklər,bu dəyişikliklərə səbəb olan şərtlər tətdiq edilmişldir. Tədqiqlər nümunələr əsasında izah olunmağa çalışılmışdır.

Analiz

Rəqabət analizi modelinin araşdırılması zamanı bir çox bu modelin müsair dövrdəki çatışmazlıqlarını izah edən məqalələrə, uğurlu iş adamların fikirlərinə rast gəlinir. Bunlardan biri də Peep Lajadır. Estoniyalı və CXL qurucusu və direktoru Peep Laja rəqabət analizi metodu ilə bağlı bir neçə fikir söyləmiş və onu öz səahəsi ilə nümunələndirmişdir. Ona görə, sənaye liderləri baxırlar ki, X rəqibi Y hər hansı bir fəaliyyəti yerinə yetirir, “biz də bunu etməliyik” və ya "X bazarın lideridir və onların Y var, buna görə də bizə də Y lazımdır". Peep Laja bu fikrin əleyhinə olub iki səhv gördüyü nüansları qeyd etmişdir. “Birincisi, onların Y (menyu, naviqasiya, yoxlamavə s.) qurma səbəbi, çox vaxt təsadüfi olur. Çox vaxt nizam, veb dizaynerlərinin hərtərəfli təhlil etmədən və ya sınaqdan keçirmədən hazırladığı bir şeydir. (Əslində isə böyük ehtiml başqa bir rəqib kopyaladılar)”. Peep Lajanın ikinci gördüyü shəv isə isə “onlar üçün işə yarayan sizdə işə yaramayacaq. Qərarlar (bəlkə də) 5% bilik və 95% rəydir”. (https://cxl.com/blog/competitive-analysis/ 25 okryabr, 2019).

Beş qüvvələr modeli.

Fundamental tənlik: mənfəət= qiymət-dəyər

İşgüzar rəqabət, mənfəət uğrunda mübarizədən, bir sənayenin yaratdığı dəyəri ələ keçirmək üçün aparılan çəkişmədən bəhs edir. Gəlirlilik riyaziyyatı sadədir. Porter hər zaman əsas hədəf, mənfəət və iki kompanent: qiymət və dəyərə fokuslanmaq lazım olduğunu xatırladır.

Dəyərə istehsal üçün istifadə lunan bütün resursların kapital kimi dəyərləri daxildir. Sənaye bu resursları dəyərə çevirir. Qeyd etmək lazımdır ki, əgər sanye müştəri üçün böyük dəyər yaratmırsa, qiymətin dəyəri üstələmsi də çətin olur.

Müəyyən bir sənaye daxilində beş qüvvənin nisbi gücü və spesifik konfiqurasiya sənayenin qazanc potensialını müəyyənləşdirir, çünki onlar sənayenin qiymətlərinə və xərclərinə birbaşa təsir göstərir.

Cədvəl 1. Beş qüvvənin nisbi gücü və spesifik konfiqurasiya

Qüvvələr	Təsir	Niyə	
Əgər giriş təhlükəsi ↑	Gəlirlilik ↓	Dəyər ↓	Qiymət↑
Təchizatçı gücü ↑	Gəlirlilik ↓		Qiymət↑
Alıcı gücü ↑	Gəlirlilik ↓	Dəyər ↓	Qiymət↑
Əvəzedicilər ↑	Gəlirlilik ↓	Dəyər ↓	Qiymət↑
Rəqabət ↑	Gəlirlilik ↓	Dəyər ↓	Qiymət↑

Mənbə: Joan Margretta , “Understanding Michael Porter” USA (2012), .

Müəssisələrin güclü alıcıları varsa, onlar onlar qiymətlərin aşağı salınmasına məcbur edə, eyni zamanda məhsul və xidmətlərinə daha çox dəyər qoymaqları üçün məcbur edə bilərlər.

Misal üçün sement sənayesinə baxaq. Birləşmiş Krallıqda nəhəng güclü tikinti şirkətləri sement sənayesnin satışlarının böyük bir faizinə görə cavabdehlik daşıyırlar. Onlar öz nifuzlarından istifadə edərək sənayelərinin mənfəət potensiallarının artcağının məsuliyyətini üzərlərinə götürərək aşağı qiymətlə məhsulları əldə edə bilirlər. Meksika üzərində bun məsələyə baxdıqda isə görülür ki, sement sənayesinin gəlirlərinin 85%-i kiçik və individual sifarişçilərdən gəlir. belə ki, “qarışqa” adlandırılan yüzlərlər müştərilərə “bir ovuc” böyük istehsalçı tərəfindən xidmət göstərilir. Kiçik, parçalanmış alıcılar və bir neçə iri satıcı arasındakı bazarlıq gücündəki tarazsızlıq Meksika sement sənayesinin quruluşunu göstərən bir elementdir. Bazar gücü istehsalçılara daha yüksək qiymət və daha yüksək gəlir üçün zəmin yaradır və yol açır (Joan Margretta, 2012).

CEMEX şirkətinə baxdıqda görür ki, şirkət hər iki ölkədə də yeksək hasilat əldə edə bilir və bunu öz bazarındakı yaratdığı dəyərlə deyil, özünün şirkət strukturu ilə əldə edir.

Əgər mövcud şəraitdə güclü təchizatçılar varsa, onlar daha yüksək qəymət almaq üçün danışıqlarda təsir göstərə və daha əlverişli şərtlər üçün təkid edə bilərlər. bu zaman sənayelərin gəlirliyi düşür ki, bununn da səbəbi təchizatçıların özləri üçün daha çox dəyəri əldə etmiş olmalarıdır. Komputer bazarına baxdıqda burada görürük ki, bazar iki nəhəng şirkət olan Microsoft və İntel ilə mübarizə aparır. iİntel Inside şirkəti ilkin xammal ola biləcək komponenti təsirli bir şəkildə bir araya gətirdi (Joan Margretta, 2012).

Redbox - film kirayəsini sadəcə 1 dolara verən bir kioskdur bu da onu, Hollywood'un bu qiymətdən 20 ilə 40 qat daha çox film DVD'si satmasını həyata keçirə bilməsi üçün real bir təhdidə çevirdi. Redbox, video almaq üçün bir alternativdir ve yerli video kirəyəsi ilə məşğul olan mağazalar üçün Redbox'ın mövqeyinin rahatlığı və aşağı xərc tələb etməsi kimi nüansları ilə güclü bir rəqibdir. Aşağı qiymət alıcılar üçün hər zaman zəif nöqtədir. lakin hər zaman zəif nöqtə aşağı qiymət olmur. Məsələn,

Madrid- Barcelona arası sürrət qatar səfərləri uçuşlar üçün daha yüksək dəyər və daha yüksək qiymətli əvəzedicidir. Enerji içkiləri kofe üçün yüksək qiymətli əvəzedicidir.

Nəticə

Poterin Beş Qüvvələr nəzəriyyəsi olduqca geniş nünaslarla əlaqələndirmək mümkündür. Araşdırma zamanı bu modelin strategiya, rəqabət, "Value Cahin" kimi modellərlə əlaqəsi gözə çarpandır. Bu məqalədə Rəqib analiz metodu ilə və eyni zamanda Five Forces modelinin üzərində təhlillər, bir neçə şirkət daxilində nümunələr göstərir ki, bu modellərinin tətbiq olunması zaman aldıqları nəticənin uğurlu olub olmaması onların daxili strukturları ilə sıx bağlıdır. Hər bir model hər bir müəssisə üçün uyğun ola bilər lakin, bunun üçün onun müəssisəyə uyğunlaşdırılması əsasdır. Five forces modelində iki ölkə arasıda şirkət fərqləri ilə yanaşı, hər iki ölkədə məhsullarını satan müəssisənin izahı verilmişdir. Burda ilk öncə demək olar ki, ölkənin siyasi, iqtisadi vəziyyəti də nəzərə alınmalıdır, five forces modelininn çatışmazlıq kimi göstərildiyi bu nüans burda özünü göstərir. Lakin Cemex şirkətinin nümunəsi göstərir ki, Five forces moeodelində göstərilən qüvvələrdən savayı digər qüvvələr böyük əhəmiyyət daşımır. Əsas məsələ idarəetmə sistemində tətbiq olunan modellərin müəssisənin strukturunda qısamüddətli bir strategiya kimi yox, bir bütöv şəkildə var olmasıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. (Məqalə: Mahmood Nooraie (2012), "Factors Influencing Strategic Decision-Making Processes" İnternational journal of academic researcher in bussines and social sciences, Vol2 page 405-423).
2. "The Interplay between Intuition and Rationality in Strategic Decision Making: A Paradox Perspective" Giulia Calabretta, Gerda Gemser 2017 Vol 38 (page: 365-375) Organization Studies).
3. Babette E. Bensoussan, Craig S. Fleisher (2013), "Analysis Without paralysis 12 tools to make better strategic decisions" (Pearson FT press).
4. Elazez A. Hashem (2018 mart) "The effect of strategic decision making tools on rationality of decision making process" Jurnal: İnternational Journal of bussines management, Vol 18 num 1 page:11-25).
5. Joan Margretta (2012), "Understanding Michael Porter" USA .
6. Thomas N. Martin (2016), "Smart decisions the art of strategic thinking for the decision-making process" US (Palgrave Macmillan).
7. https://www.mbacrystalball.com/blog/strategy/porters-five-forces/
8. https://cxl.com/blog/competitive-analysis/ 25 okryabr, 2019).

Rəqabət Nəzəriyyələri və Rəqabət Mühiti Anlayışının Nəzəri Əsasları

Xumar Çələbili

xumarchelebili@gmail.com

Xülasə

Məqalədə rəqabət nəzəriyyələri təhlili aparılmış bununla yanaşı rəqabət və rəqabət qabiliyyətinin müəyyənləşdirilmiş tərifl ərinin əsaslandırılması, bazar iqtisadiyyatı sistemində rəqabətin rolu araşdırılmış, rəqabət bazarının formalaşması və inkişafı amillərinin vəziyyətinin və sistematik quruluşunun öyrənilməsi: özəlləşdirmə və kiçik biznes sektorunun yaradılması yolu ilə sahibkarlığın təşviqi və "orta sinif" in təşkili, rəqabət mühitinin formalaşmasında müsbət daxili və xarici təcrübənin açıqlanması, rəqabət bazarının inkişafı üçün bir vasitə kimi antimonopoliya tənzimlənməsinin konsepsiyasının və məzmununun aydınlaşdırılması təhlil olunmuşdur.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti rəqabət mühitinin formalaşması və fəaliyyət göstərməsi problemini birbaşa və ya dolayı yolla həll edən xüsusi tövsiyələrin verilməsi ilə müəyyən edilir. Tövsiyələrdən bazar iqtisadiyyatı mütəxəssislərinin bacarıqlarını artırmaq üçün həm rəqabət mexanizmlərini inkişaf etdirmək, həm də tədris prosesində istifadə etmək olar.Tədqiqatın informasiya bazasını dövlət Statistika Xidməti, Maliyyə Nazirliyi və Mərkəzi Bankının materialları; dövlət orqanlarının və qurumların İnternetdəki rəsmi saytlarının məlumatları, dissertasiya tədqiqatları, dövri nəşrlər təşkil edir. Bazar münasibətləri sistemində mərkəzi mövqe tutan mövcud atributlar və sistem yaradan anlayışlar kimi rəqabətin və iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin geniş tərifi təklif olunur. Nisbətən müstəqil modullar toplusu olaraq rəqabət bazar mühitini müəyyən edən və formalaşdıran amillərin sistemli quruluşu hazırlanmışdır. Kiçik və orta sahibkarlıq potensialının rəqabət bazarının formalaşmasında və fəaliyyətində həlledici amil kimi əhəmiyyətinin artması və ən məhsuldar sahə olması təsdiq edilmişdir.

Açar sözləri: rəqabət mühiti, rəqabət nəzəriyyəsi, inkişaf, rəqib, rəqabət modeli.

Giriş

Dünya təcrübəsi, dövlət müdaxiləsi ilə bazar mexanizmlərinə əsaslanan özünü tənzimləyən iqtisadiyyatın ən yüksək səmərəliliyinə inandırır. Qarışıq tipli sosial sistemlərin hərəkətverici mexanizmi cəmiyyətin bütün sahələrində - iqtisadiyyatda, siyasətdə, ideologiyada və dində dəqiq rəqabət münasibətləridir. İqtisadiyyatın dinamik dayanıqlı inkişafında əsas rol istehsalın texniki və texnoloji bazasının daim yenilənməsini, yeni rəqabətqabiliyyətli məhsulların işlənib hazırlanmasını və buraxılmasını, dünya mal və xidmət bazarlarına effektiv daxil olmasını təmin edən yeniliyə aiddir. Bunun üçün Azərbaycanda ictimai həyatın bütün sahələrində və hər şeydən əvvəl onun iqtisadiyyatında islahatlar tələb olunur.

Daxili iqtisadiyyat üçün rəqabət mühiti yaratmaq üçün aktual problem əsasən inzibati idarəetmə sisteminin, xüsusən inhisar münasibətləri yaradan əlaqələrin yenidən qurulması tədbirlərini əhatə edir; bölüşdürmə, diversifikasiya və konversiya əsasında istehsal strukturu və paylama şəbəkəsindəki dəyişikliklər; kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını optimallaşdırmaq; inhisarçı meyllərin müəyyənləşdirilməsi və aradan qaldırılması üçün təşkilati, hüquqi mexanizmlərin fəal yaradılması; antitrest siyasətinin sosial bazasının genişləndirilməsi və möhkəmləndirilməsi.

Rəqabət anlayışının tarixi və nəzəri əsasları

Qədim dövrlərdən müxtəlif münasibətlər subyektləri arasında yaranan, lakin mütləq bəzi rəqiblərin digərlərindən üstünlüyü əldə etmələrinə səbəb olan qarşıdurma rəqabəti kimi rəqabət demək adət olmuşdur. İnsanlar bir-biri ilə üzləşməyə meyllidirlər. B. Raizberqə görə insanlar arasındakı

qarşıdurmanın xarakteri birmənalı deyil. İnsanlar arasındakı qarşıdurmanın əsası razılıq, bir-birinə qarşı dözümlülük, ziddiyyətli fikirlər, istəklər, maraqlardır. Yumşaq qarşıdurmanın və insanlar, sosial qruplar və dövlətlər arasındakı sərt qarşıdurmanın iqtisadi mahiyyəti, məhdud qaynaqlar qanununda köklərə malikdir və buna görə iqtisadi mənbələr bəşəriyyətin böyüməkdə olan ehtiyaclarını ödəmək üçün həmişə yetərli deyildir. İnsanların qarşıdurmasının psixoloji mahiyyəti, üstün olmaq, özünü başqalarından üstün hesab etmək istəyində özünü göstərir (Райзберг, 2009: с.214).

Rəqabət nəzəriyyəsinin formalaşmasında 5 mərhələni ayırırlar (Микрюкова, 2007: с.8). Birinci mərhələ (XVIII əsrin sonu - XIX əsrin əvvəlləri) - rəqabətin rolu və mükəmməl rəqabət modelinin şərtləri formalaşdırılmışdır. Bu mərhələdəki rəqabət bazar qiymətini "təbii" səviyyədə müəyyən edən əsas qüvvə hesab olunur. J. Stigler Smitdə iqtisadi elmdə sərbəst rəqabət şərtlərinin ilk sistemləşdirilməsi adlandırıla bilən müəyyən bir dəst tapır:

1. Rəqiblər sözdə deyil, müstəqil hərəkət etməlidirlər;

2. Fövqəladə gəlir istisna etmək üçün potensial və ya mövcud olan rəqiblərin sayı kifayət olmalıdır.

İqtisadi vahidlər bazar imkanları barədə məqbul bir məlumata sahib olmalıdırlar.

Bu biliyə uyğun hərəkət etmək üçün azadlıq (sosial məhdudiyyətlərdən) olmalıdır.

Sahiblərin istəklərini qarşılamaq üçün qaynaq axınının istiqaməti və həcmi üçün kifayət qədər vaxt lazımdır. Uzun müddətdir ki, A.Smitin yerləşdiyi binalar optimal nəticələr əldə etmək üçün tam və kifayət qədər sayılırdı. Rəqabət nəzəriyyəsinə baxış marjinalist inqilabın başlaması ilə dəyişdirildi (Кондратов, 2010: с.146).

İkinci mərhələ (XIX əsrin ikinci yarısı) - rəqabətin yaranması üçün şərtlər müəyyənləşdirilmiş və mükəmməl rəqabət nəzəriyyəsinin əsasları qoyulmuşdur. Kurno A.O., Dupoi J., Gossen G.G., Cairns D.E., Jevons ABŞ bu mərhələdə rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafına töhfə verdi 1871-ci ildə şərt olaraq təyin olunan "laqeydlik qanunu" anlayışını təyin edən Jevons oldu. mükəmməl bir bazarın mövcudluğu, hər hansı bir homojen məhsul üçün yalnız bir qiymətin olması, qurulması iştirakçıların ərazi yaxınlığından asılı deyildi. J. Cairns sərbəst rəqabət vəziyyətini müəyyənləşdirdi ki, mallar istehsal üçün əmək və kapital dəyəri ilə mütənasib olaraq dəyişdirilir.

Növbəti addım faydalı bir rəqabət konsepsiyasına nail olmaq üçün lazımlı və kifayət qədər şərtləri müəyyənləşdirmək idi. Rəqabət tələb edir: birincisi, bazarın hər iki tərəfindən qeyri-müəyyən sayda iştirakçı; ikincisi, "özünü axtaran davranış" üçün məhdudiyyətlərin tam olmaması və üçüncüsü, satılan malların tam bölünməsi.

Rəqabəti araşdırarkən K. Marksın işinə baxmamaq olmur. İnhisarçılığın və rəqabətin ziddiyyətli vəhdəti ilk dəfə məhz Marks tərəfindən ortaya qoyuldu. (Рубин Ю. Б., 2008: с.32)

Marksist nəzəriyyədə inhisarın yaranmasının səbəbləri, inhisarın iqtisadi xüsusiyyətləri və tarixi yeri məlum oldu. K. Marks inhisarın üç növünü təhlil etdi: təbii, təsadüfi və kapitalist uyğun. Təbii inhisar kapitalın əsas istehsal nisbəti ilə birbaşa əlaqəli deyil. Şəxsi mülk olduğu hər hansı bir cəmiyyətdə mövcud ola bilər. Bir qayda olaraq, təbii inhisar, xüsusən əlverişli təbii sərvətlərə sahib olması ilə əlaqədar bu və ya digər istehsalçının əldə etdiyi təbii üstünlükdən irəli gəlir. Ən çox rast gəlinən təbii inhisar kənd təsərrüfatında və mədəndə idi. Təbii inhisar inhisarın ən qədim növlərindən biridir. Qul

cəmiyyətində var idi. Təbii inhisarın arxasında gizlənən sənaye münasibətləri ictimai formalaşma növündən asılı olaraq dəyişir, lakin bir şərt dəyişməz olaraq qalır - xüsusi mülkiyyətin üstünlüyü. İmperializm dövrünə aid K. Marksın müddəalarını inkişaf etdirən V. I. Lenin inhisarçı kapitalizm şəraitində rəqabət forma və metodlarının müxtəlifliyini göstərdi. "... Monopoliyalar," deyə yazdı, "Sərbəst rəqabət nəticəsində böyüyürlər, onu aradan qaldırmırlar, əksinə onun yanında və yanında mövcuddurlar" (Данилова, 2018: c.233).

Üçüncü mərhələ (başlanğıc - XX əsrin ortaları) - inhisarçı və mükəmməl olmayan rəqabət nəzəriyyəsinin yaradılması, böyük inhisarların təsiri altında rəqabət xarakterinin dəyişdirilməsi və dövlət təsirinin böyüməsi anlayışı. Rəqabət nəzəriyyəsi A. Marşall XX əsrin 40-cı illərinə qədər iqtisadi təhsilin əsasını təşkil etmişdir. Marshall, təklif və tələb qüvvələrinin sərbəst işlədiyini, hər iki tərəfdə güclü ticarətçilər birliyinin olmadığını, hər birinin müstəqil hərəkət etdiyini və sərbəst rəqabətin geniş yayıldığını etiraf etdiyini yazdı. Alıcılar ümumiyyətlə alıcılar ilə problemsiz rəqabət aparır və satıcılar satıcılarla bərabər rəvan rəqabət aparırlar. Bununla belə, o vurğuladı ki, hər kəs özü danışsa da, başqalarının fəaliyyəti barədə məlumatlı olması adətən kifayət qədərdir ki, daha aşağı bir yen satmağa və hamıdan daha çox almağa razı deyil.

Marshall qeyd etdi ki, bu məqsədə ciddi şəkildə uyğun gələn tək bir termin yoxdur, lakin "istehsal və iş azadlığı" və ya bir sözlə "iqtisadi azadlıq" ifadəsi düzgün istiqaməti göstərir və daha yaxşı birinin olmaması üçün istifadə edilə bilər. Beləliklə, sərbəst seçim imkanının eyni dərəcədə həm rəqabətə, həm də əməkdaşlığa səbəb ola biləcəyi güman edilir. A. Marshall'ın bir çox uğurları arasında inhisar və rəqabət arasındakı aralıq vəziyyətləri nəzərə almağa cəhdlər də var (sonradan qeyri-kamil rəqabət adlandırıldı), çünki o, inhisarın bir elementinin hər hansı bir rəqabət sistemində qaçılmaz olduğunu vurğuladı.

Rəqabətin neoklassik nəzəriyyəsi (A. Marshallın rəqabət nəzəriyyəsi) D. B. Clark, G. Von Stackelberg, D. S. Bain və əlbətdə E. Çamlin tərəfindən əlavə edilmişdir. Chamberlin inhisar elementini rəqabət sisteminin təbii, normal bir xüsusiyyəti hesab edir. Chamberlin hesab edir ki, "təmiz" rəqabət həyatı olmayan, süni bir abstraktdır və reallığı təsvir etmək üçün başlanğıc nöqtəsi hesab edilə bilməz. Bu tip məhsul istehsal edən və satan çox sayda olsa da, hər biri öz müştərilərinə mahiyyətcə özünəməxsus xüsusi, fərqli məhsul təklif edir (Nadirov, 2002: s.25).

Dördüncü mərhələ (XX əsrin ikinci yarısı) - rəqabət nəzəriyyəsinin yeniliklərdən, yeni məlumatlardan, iqtisadi tərəqqidən, sahibkarlıqdan istifadə ehtiyacı ilə bağlı fikirlərlə zənginləşdirilməsi. J. Schumpeter, F. von Hayek, I. Kirzner. J. Schumpeter eyni əsaslarla E. Çamlin tərəfindən başladılan mükəmməl rəqabət idealını tənqid etməyə davam etdi - əslində mükəmməl rəqabət üçün heç bir şərt yoxdur və tarazlığın əvvəlcədən müəyyən edilmiş vəziyyəti yoxdur, xüsusən də oliqopoliyaya gəldikdə.

J. Schumpeter rəqabətin iki tərəfini - rəqabətin təşkili (və ya konstruktiv) və qeyri-mütəşəkkil (və ya dağıdıcı) rəqabəti - "yaradıcı məhv" adlandırdığı bir fenomeni müəyyən etdi.

Dinamik bir proses olaraq qəbul edilən rəqabət yeni bir məhsulun, yeni texnologiyanın, yeni xammal mənbəyinin və ya yeni bir təşkilat növünün kəşfinə səbəb olur. J. Schumpeter'in fikrincə bu rəqabət, bir tərəfdən, xərclərin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılmasını və məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsini təmin edir, digər tərəfdən, mövcud firmaların mənfəət və məhsuldarlığın bir az

azalması ilə deyil, tam iflasla təhdid edir. Buradakı inhisarçı təcrübə, uzunmüddətli bir sənayenin böyümə siyasətinin bir elementi rolunu oynayır, inhisarçı özü isə məhsulun məhdudlaşdırılması və bahalaşma şəklində mümkün struktur nəticələrini üstələyə biləcək müsbət xüsusiyyətlərə malikdir. J. Schumpeter aşağıdakıları inhisarın müsbət tərəfləri ilə əlaqələndirir. Monopoliya mənfəəti sənayedə əlavə sərmayələrin maliyyələşdirilməsi üçün vəsait toplamağın təsirli yolu ola bilər. İnhisarçı, səriştələri üçün əlçatmaz və ya əldə etmək çətin olan istehsal üsullarına sahib ola bilər. İnhisarçı daha sabit maliyyə vəziyyətinə görə böyük bir sifariş verə bilər. Monopoliyada texnoloji tərəqqini maliyyələşdirmək üçün daha çox vəsait var ki, bu da təkcə bu sahəyə deyil, bütün iqtisadiyyata fayda gətirir. Mükəmməl rəqabət, istehsalın daha az səmərəli daxili təşkili, daha az məhsuldar texnologiya, bu tip bazarı yaradan yeni perspektivləri səmərəli qiymətləndirmək və istifadə etmək iqtidarında olmamaq şəklində bu əlavə xərcləri J. Schumpeter-in nəzərinə görə nəinki optimal, hətta arzuolunmaz edir.

Rəqabət sifarişinin bir elementi olaraq, rəqabətin özü təlim, koordinasiya, kəşf, sınaq və səhv, seçim prosesi kimi şərh olunur. Məsələn, I. Kirzner rəqabəti yeni imkanların kəşf edilməsi və mənimsənilməsi prosesi kimi qiymətləndirir, funksiyası ehtiyaclarımızı ən yaxşı şəkildə qarşılaya bilənləri axtarmağa öyrətməkdir.

Bazar təşkilinin xüsusi bir forması kimi rəqabətin üstünlükləri rəqabət prosesinin dinamikasında lazımi dərəcədə özünü göstərir. Rəqabət yenilik yolu ilə işləyir. Yenilik xərcləri azaltmağın və yeni bazarlara çıxmağın bir yolu olaraq görülür. Yenilikçi firmalar arasında lazımi səviyyədə əlaqələndirilməməsi səylərin təkrarlanmasına, xərclərin artmasına səbəb olduqda, innovasiya prosesinin səmərəsizliyinə səbəb olduqda həddindən artıq rəqabət vəziyyəti mümkündür.

Eyni zamanda, rəqabət qeyri-kam koordinasiyaya səbəb olan və uzunmüddətli və yığılmış qeyri-tarazlıq vəziyyətlərinin yaranmasına səbəb ola bilər. Rəqabətin bu mənfi təsirlərini aradan qaldırmaq üçün bazar xüsusi koordinasiya institutlarını inkişaf etdirir - birləşmə və alınma, əməkdaşlıq və rəqabət prosesini təşkil etməyə kömək edən strateji ittifaqlar şəklində.

Beşinci mərhələ - XX əsrin sonu, qloballaşmanın təsiri altında elmi araşdırmalar müasir və gələcək bazarlarda lider mövqe qazanmaqla ölkələrin və şirkətlərin rəqabət üstünlüklərini müəyyənləşdirməkdə praktiki problemlərin həllinə yönəldildi. XX əsrin sonlarında sənaye bazarlarında rəqabət və rəqabət əlaqələrinin təhlilinə daha bir maraqlı yanaşma inkişaf etməyə başlayır. “Sərhədlər anlayışı” adlandırılan bu konsepsiya London İqtisadiyyat Məktəbinin araşdırmaları və xüsusən də J. Sattonun əsərləri ilə əlaqələndirilir.

J. Satton, müasir iqtisadiyyatın mürəkkəb bazarlarına münasibətdə sənayedəki konsentrasiyanın (rəqabətin) səviyyəsi ilə firmaların sənaye mənfəətinin dəyəri arasında birmənalı əlaqəni müəyyənləşdirməyin mümkünsüzlüyündən irəli gəlir. Strukturistlər və bazar strukturlarının sonrakı empirik tədqiqatçılarının düşündüyü kimi, bu iki kəmiyyət (və ya bazar parametrlərini xarakterizə edən hər hansı digər miqdar) arasında birbaşa və ya tərs əlaqə axtarmaları lazım deyildir. Bazarlar təbiətdə dinamikdir. Buna görə tədqiqatçının edə biləcəyi tək şey məqbul bazar nəticələrinin hüdudlarını qeyd etməkdir. Yalnız yuxarı və alt sərhədləri ayırmaq olar ki, bunun içərisində firmaların qarşılıqlı əlaqələrinin nəticələri sabit olacaqdır.

Sabit bazar konfiqurasiyasının müəyyən edilməsində xüsusi rol, J. Sattonun fikrincə, geri qaytarılmayan xərclərə verilir. Bir şirkətin sənayeyə girməyə başladığı və sənayedə fəaliyyət göstərən firmalar tərəfindən çəkilməyən xərclər geri dönməzdir. Geri qaytarılmayan xərclər, sonradan şirkət sənayedən çıxdıqda geri qaytarıla bilməyən giriş xərcləridir.

Rəqabətin mahiyyəti və onun hərəkətverici qüvvələri İngilis iqtisadçısı M. Porterin yazılarında ətraflı araşdırılır (Портер, 2003: с.148). Qərara gəldi ki, müsabiqəyə yalnız birbaşa müraciət edənlər cəlb edilmir. Əksinə, sənaye əsaslı rəqabət və rəqabətçi qüvvələr müəyyən bir sənayedəki tərəflər arasındakı adi qarşıdurmadan daha yaxşı uzanır. İstehlakçılar, təchizatçılar, potensial iştirakçılar və əvəzedici məhsullar hamısı bu və ya digər dərəcədə sənayeyə təsir göstərən rəqiblərdir.

M.Porterin apardığı araşdırmaların nəticəsi rəqabət bazarındakı biznes subyektlərinə ən çox təsir edən müəyyənləşdiriciləri müəyyən etməyə imkan verən beş rəqabət qüvvəsi konsepsiyası olmuşdur. Bu konsepsiyaya görə, müəyyən bir bazarda rəqabətin vəziyyəti beş rəqib qüvvənin qarşılıqlı təsiri nəticəsində xarakterizə edilə bilər.

- yeni rəqiblərin işğalı təhlükəsi;
- əvəzedici məhsulların təhlükəsi;
- tədarükçülərin iqtisadi potensialı;
- alıcıların iqtisadi potensialı;
- Mövcud rəqiblər arasında rəqabət.

Sənayenin iqtisadi böyümə mərhələlərinin tanınmış nəzəriyyəsi dəyişikliklər üçün izahlar tapmağa kömək edir, lakin bu izahlar hələ tam deyildir. İqtisadi dövrünün mərhələləri bütövlükdə sənayeni səciyyələndirir, lakin dövrün yeni bir mərhələsinə keçiddən əlavə sənayedəki vəziyyətin və ondakı rəqabətin dəyişməsinin bir çox səbəbi var.

Hərəkətverici qüvvələr anlayışına baxaq. Sənayenin hansı mərhələdə olduğunu müəyyənləşdirməyin bütün əhəmiyyəti üçün təhlil üçün sənayedə və rəqabət səviyyəsində əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olan amilləri müəyyən etmək daha vacibdir. Müəyyən qüvvələr hərəkətdə olduqları və ya birbaşa dəyişikliyə səbəb olduğu üçün sənaye şəraiti və rəqabət səviyyəsi dəyişir. Ən böyük təsir göstərən və dəyişikliklərin xarakterini təyin edən qüvvələrə hərəkətverici qüvvələr deyilir. Sürücülük qüvvələrinin təhlili iki mərhələni əhatə edir: 1) hərəkətverici qüvvələrin özlərini müəyyənləşdirmək və 2) bu sahəyə təsir dərəcəsini müəyyənləşdirmək. Bir çox amillər sənayeyə elə güclü təsir göstərə bilər ki, onları hərəkətverici qüvvələr adlandırırlar. Bəziləri xüsusi bir şeydir, digərləri bir neçə əsas qrupa birləşdirilə bilər.

Sahələrin əsas müvəffəqiyyət amilləri (ƏMA) strategiyanın həyata keçirilməsi üçün fəaliyyətlər, rəqabət imkanları və hər bir şirkətin rəqabətqabiliyyətli olmağı və maliyyə uğur qazanması üçün təmin etməli (və ya səy göstərməli olduğu) fəaliyyətlərdir. ƏMA, müəssisələrin bazarda müvəffəqiyyətini (və ya uğursuzluğunu), onun gəlirliliyinə birbaşa təsir edən rəqabət qabiliyyətlərini müəyyən etdiyi üçün müəssisələrə xüsusi diqqət yetirməli olan amillərdir.

Sənayenin inkişafı və ondakı rəqabət üçün mövcud və proqnozlaşdırılan şərtləri nəzərə alaraq müəssisənin uğurunun əsas amillərini müəyyənləşdirmək ən vacib analitik vəzifədir. Ən azından şirkət rəhbərliyi nəyin daha çox olduğunu və rəqabətdə uğur qazanmaq üçün nəyin az olduğunu müəyyən etmək üçün sənayeni yaxşı bilməlidir. Müsabiqənin uzunmüddətli müvəffəqiyyətini təmin etmək üçün amillərin təsirini səhv qiymətləndirmiş idarəçilər səhv strategiyalarına diqqət yetirir və rəqabət üstünlüyünü təmin etmək üçün daha az vacib hədəf seçirlər.

Rəqabət mühitini formalaşdıran əsas amillər və onun prioritetləri

Hər bir rəqabət növü üçün marketinq siyasətinin prioritetləri müəyyənləşdirilir. Bunları nəzərdən keçirək.

Rəqabət mühitinin vəziyyətini qiymətləndirmək bir-biri ilə əlaqəli prosedurların həyata keçirilməsi ilə rəqabət mühitinin amillərinin təhlilini əhatə edir:

1. Rəqabətin tənzimlənməsi sahəsində dövlət siyasətinin qiymətləndirilməsi (antitrest siyasət, rəqabətin təşviqi, məhsulların istehsalında və satışında hökumətin iştirakı, mədən işlərinin tənzimlənməsi və s.).

2. Bir sıra amillərdən (sənayedəki istehsal növü və sənaye xərclərinin müvafiq səviyyəsi - aşağı xərclər, daha yüksək maneələr; məhsul fərqliliyi dərəcəsi - daha yüksəkdirsə, daha yüksək maneələr; paylama kanallarının mövcudluğu) asılı olan yeni rəqiblərin meydana çıxma ehtimalının qiymətləndirilməsi - daha yüksək mövcudluq, daha yüksək maneə; əlavə kapital qoyuluşlarına ehtiyac - ehtiyac daha yüksəkdir, maneə daha yüksəkdir; təchizat sisteminin mühafizəkarlığı - daha yüksəkdirsə, maneə daha yüksəkdir; digər amillər baha başa gəlir Beş məhsulları - ali xərcləri, ali maneə).

3. İstehlakçıların təsiri (istehlakçıların itki təhlükəsi; istehlakçıların qiymətlərinin mümkün dəyişikliklərinə həssas olmasına səbəb olan "yoxsulluq"; alıcının digər satıcıya asanlıqla keçməsini asanlaşdıran eyni tipli çox sayda məhsul; ən yaxşı satıcıya keçidi şərtləndirən mallar haqqında məlumatların həddən artıq olması).

4. Təchizatçıların təsiri iki vasitə istifadə etməklə həyata keçirilir: qiymət və keyfiyyət (müştərilərini seçməyi bacaran az sayda tədarükçü; komponentlərin əhəmiyyəti və çatışmazlığı; komponentlərin əvəzedicilərinin olmaması; müəssisənin komponent istehsal edə bilməməsi).

5. Əvəzedici malların təhdidləri (əvəzedici malların sayı; istehsalın həcmi; orijinal və əvəzedici arasındakı qiymət fərqi).

Hal-hazırda sənaye müəssisələrində marketinq mütəxəssisləri tərəfindən müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi problemi getdikcə artır. Bu vəziyyətdə, rəqabət qabiliyyətinə təsir göstərən və uzunmüddətli perspektivdə rəqabət idarəçiliyinin effektivliyini artıran kritik amillərin yaradılması əsas vəzifə kimi müəyyən edilmişdir.

Metod

Formallaşan problemlərin həllinin nəzəri əsaslarını yerli və xarici alimlərin və iqtisadçıların işləri, elmi və praktik konfransların materialları, dövri nəşrlər və kitablar təşkil edir. Azərbaycan Respublikasının

qanunlarının, Azərbaycan Respublikasının normativ aktlarının, dövlət sənədləri və dövlət hakimiyyət və idarəetmə orqanlarının hesabatları, statistikası nəzərə alınmışdır.

Tədqiqatda bir sıra metodlardan istifadə olunacaq xüsusən: analiz və sintez digər metodlardan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx əlaqəlidir, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. İnduksiya və deduksiya, belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlaraşkarlanmış, sistemləşdirilmiş və təyin olunmuşdur. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış materiallar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Bunlarla yanaşı tədqiqat işində müqayisəli təhlil, sistematik, statistik işləmə və s. metodlardan istifadə olunmuşdur.

Analiz

Daxili iqtisadiyyatın istifadəsinə və dünya elminin nailiyyətlərinə əsaslanan Azərbaycan iqtisadiyyatının dinamik inkişafı, onun dünya iqtisadi münasibətlərinə ekoloji təhlükəsizlik və iqtisadi dayanıqlılıq ilə daxil edilməsi, real rəqabət olan bazar mexanizmlərinə əsaslanan milli iqtisadi kompleksləri optimallaşdırmadan mümkün deyildir. Bazar münasibətlərinin formalaşması bazarın sahibkarlıq subyektləri üçün aktual, həyati əhəmiyyətli problemlər yaradır, bunlar arasında rəqabət mühitinin yaranmasına əsaslanan bazar mexanizminin formalaşması və səmərəli istifadəsi problemidir.

Nəticə

Beləliklə, rəqabət nəzəriyyəsi inkişafın beş əsas mərhələsindən keçərək özünü zənginləşdirdi və cəmiyyətin müəyyən bir inkişaf səviyyəsinə uyğun yeni modellərə çevrildi.İndiki mərhələdə cəmiyyətin inkişafı üçün ən təsirli şərt rəqabətin əsas elementi olan bazar idarəetmə sistemidir. Müasir bazar əsasən mükəmməl olmayan rəqabət bazarını təmsil edir və inkişaf etdikcə iqtisadi münasibətlər daha mürəkkəbləşir, bu da müəssisələr, sənaye, bölgələr, ölkələr arasında müxtəlif rəqabət formalarının ortaya çıxmasında özünü göstərir. Rəqabət formalarının inkişafı bazar münasibətləri subyektləri tərəfindən daim dəyişən şəraitdə fəaliyyət və inkişaf prosesində nəzərə alınmalı olan maddi və qeyri-maddi amillərin əhatəsinin genişlənməsinə, həmçinin rəqabətin aparılmasının bazar və qeyri-bazar metodlarından istifadə edilməsinə səbəb olur. Nəticədə rəqabətin qeyri-kamilliyi dərəcəsi artır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov Ç.M., (2005) “Azərbaycanın Dünya Iqtisadiyyatının İnteqrasiya Yolları”.. Bakı, “Elm”, 419 səh.
2. Nadirov A., (2002) “Müstəqil Azərbaycanın İqtisadiyyatının İnkişaf Məsələləri”. Bakı, “Elm”, 468 səh.
3. Данилова В. Ю., Факторы, влияющие на конкурентоспособность строительной организации. Молодой ученый. 2018. №47. с. 230-233.
4. Райзберг, Б. А., (2009) Психологическая экономика: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 432 стр.
5. Микрюкова Д. А. Этапы развития неоклассической теории конкуренции. Вестн. Моск. Ун-та Сер. 6 Экономика 2007. № 6. стр. 3 - 9.
6. Портер М. Э., Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 496 с.
7. Кондратов М. В., Формирование и развитие теории конкуренции. Молодой ученый. 2010. №6. стр.146-149.

Beynəlxalq Təşkilatların Dağlıq Qarabağ Ərazisində Aparılan Siyasi Biznesə Münasibəti

Soltan Muradov

M.Soltan96@gmail.com

Xülasə

Azərbaycanın apardığı aktiv diplomatik fəaliyyət nəticəsində Qarabağ münaqişəsini qlobal bir məsələyə çevirməyi bacarmışdır. Hətta ümummilli liderimiz Heydər Əliyev BMT -də Azərbaycan respublikasının mövqeyi haqqında danışmış və dəfələrlə ermənistanın təcavüzünün aradan qaldırılması ilə bağlı səylərin, mücadilələrin artırılmasına çağırmışdır. Azərbaycanın xarici siyasəti nəticəsində BMT -nin 58 -ci, 59-cu, 61-ci sessiyalarında Qarabağ məsələsini müzakirə obyektinə çevirə bildi və müzakirələr əsnasında səsvermə ilə artıq BMT Qarabağ ərazisində baş verən hadisələri, aparılan siyasəti, orda fəaliyyət göstərən biznes və biznes qurumlarının vəziyyətini öyrənmək üçün BMT -nin başçılığı altında Ekspert qurumu fəaliyyətə başladı. Bundan əlavə hətta qurumun 62-ci sessiyasında belə Azərbaycan xarici siyasəti nəticəsində yenidən Qarabağ ərazisində vəziyyət haqqında müzakirə olunması məsələsini ön plana çəkə bildi və burada artıq BMT Azərbaycanın ərazi bütövlüyü dəstəkləndiyini göstərdi. Azərbaycanın dəfələrlə Qarabağ münaqişəsinin ərazi bütövlüyü haqqında məsələləri ön plana çəkməsinə baxmayaraq , yalnız Qarabağ ərazisində aparılan qanunsuz ticarətlər, biznes qurumları, müəyyən qanunsuz şirkətlərə qarşı mübarizəni bir neçə dəfə səsləndirsə də, BMT bu müraciətlərə heç bir zaman lazım olan səviyyədə reaksiya verməmişdir. Həmin biznes qurumları və şirkətlər ölkədə müəyyən iqtisadi rol oynaya

Azərbaycan BMT-yə bu qanunsuz biznesin dayandırılması haqqında bir neçə dəfə müraciət etsə də, hətta insan haqlarına dəstək göstərən, insan haqlarının tərəfdarı olan ən məşhur brendə çevrilniş şirkətlər belə bu biznesə cəlb olunur. Bu gün işğalda olan Qarabağ ərazisində Qarabağ separatçı rejiminə işləyən onlara dəstək olan Orange, Credit, Agricole Aurulis və s kimi şirkətlər az deyil.

Açar sözləri: BMT, Qarabağ, qanun

Giriş

28 iyun 1996 -cı ildə Azərbaycan xüsusi dəvət olunmuş qonaq statusuna qəbul edildi. Bundan sonra ölkəmiz Avropa şurası ilə demokratik islahatlar və hüquqi dövlət quruculuğu sahəsində, ölüm cəzasının ləğvi, cəza siyasətinin humanistləşməsi, ambutsman təsisatı, seçki qanunvericiliyi, Məhkəmə hüquq islahatı, insan hüquq və azadlıqlarının qorunması, siyası plüralizm, söz, mətbuat azadlığı və sairə sahələrdə sıx əməkdaşlıq etməkdədir. Bütün bu islahatlardan sonra Azərbaycan 25 yanvar 2001-ci ildə Avropa Şurasının tamhüquqlu üzvülüyünə qəbul edildi.

Bu çərçivədə əvvəlcə problemin tarixi mənşəyindən bəhs olunur. Tədqiqat işində Dağlıq Qarabağ münaqişəsi ilə bağlı baş verən proseslərə xarici siyasət konteksində xronoloji olaraq baxılır. Bundan əlavə, Avropa İttifaqı, BMT, ATƏT-in Minsk Qrupu və başqa xarici qurumların problemin təyin olunmuş xüsusi nümayəndəsinə müraciət edilmişdir. Nəticədə Avropa İttifaqı, BMT, ATƏT-in Minsk qrupunun problemin həllində təsirli rolu olmadığı bildirilmişdir.

Azərbaycan Respublikası 1992 -ci il 2 mart tarixində BMT BA -nın 46 -cı sessiyasında qəbul etdiyi qətnaməsinə əsasən BMT -nin üzvlüyünə qəbul edilmiş və 1992 -ci ilin may ayının 6-da Azərbaycanın BMT nəzdində daimi nümayəndəliyi açılmışdır.

Azərbaycan Qarabağ münaqişəsini qlobal bir məsələ

Bu fəallıq nəticəsində Azərbaycan Qarabağ münaqişəsini qlobal bir məsələyə çevirməyi bacarmışdır. Belə ki, ümummilli liderimiz Heydər Əliyev BMT-də Azərbaycan Respublikasının mövqeyi haqqında danışmış və dəfələrlə Ermənistanın təcavüzünün aradan qaldırılması ilə bağlı səylərin, mücadilələrin

artırılmasına çağırmışdır. Azərbaycanın xarici siyasəti nəticəsində BMT -nin 58-ci, 59-cu, 61-ci sessiyalarında Qarabağ müzakirəsini gündəmə gətirə bildi və müzakirələr əsnasında səsvermə ilə artıq BMT Qarabağ ərazisində baş verən hadisələri, aparılan siyasəti, orda fəaliyyət göstərən biznes və biznes qurumlarının vəziyyətini öyrənmək üçün BMT-nin başçılığı altında Ekspert qurumu fəaliyyətə başladı. Bundan əlavə, hətta 62-ci sessiyada belə Azərbaycan həyata keçirdiyi xarici siyasəti nəticəsində yenidən Qarabağ ərazisində vəziyyət haqqında müzakirə olunması məsələsini ön plana çəkə bildi və burada artıq BMT Azərbaycanın ərazi bütövlüyü dəstəkləndiyini göstərdi. Həmin bu biznes qurumları, həmin bu şirkətlər ölkədə müəyyən iqtisadi rol oynaya bilir və sözsüz ki aparıcı qüvvəyə malikdir

Dağlıq Qarabağ ərazisində fəaliyyət göstərən beynəlxalq şirkətlərdən biri də Orange şirkətidir. Bu şirkət Fransanın telekommunikasiya şirkətidir. Şirkətin 256 milyondan çox müştərisi var.

Azərbaycan xarici siyasət nəticəsində iqtisadiyyat nazirliyi işğal altında olan Qarabağ ərazisində Grant Thronton Armenia şirkətinin fəaliyyətini müəyyənləşdirmişdir və bir neçə dəfə bu şirkətin Ermənistanda, daha doğrusu, işğal altında olan Qarabağ ərazisində Hayastan fondu ilə əlaqələri müəyyənləşdirmiş və bu siyasətlə bağlı müəyyən nəşrlərin hazırlanması ilə bağlı qərar qəbul etmişdir. Araşdırmalar aparmış və müəyyən nəşrlərin hazırlanması ilə bağlı qərar vermişdir. Burada hətta Livan şirkəti tərəfindən milyon dollarlıq telefon sərmayəsi inkişaf edilir, mis və qızıl hasilatı özünü göstərir, təxminən bir ildə 27 -28 min ton mis istehsal olunur. Şərab biznesi, kənd təsərrüfatı məhsulları, konyak, spirt kimi məmulatlar da istehsal olunur.

Biznes qurumlarından əlavə həm də turizm gənclər işləri nazirliyi, tarixi yerlərin mühafizəsi departamenti tərəfindən bu festivala təşəbbüs edilir. Bunun sayəsində nəinki həmin biznes qurumları öz fəaliyyətlərinin müsbət nəticələrini görür, hətta Artsaxda turizmin inkişafı yüksək nəticələr göstərir. Burada Artsax şərabçılıq ənənələrini bərpa etmək məqsədi ön plandadır və bu festivallar sayəsində də bilavasitə şərabçılıq ənənələrini bərpa edə bilir. Festivalın məqsədi Artsax ermənistan şərabçılarına məhsulları satmaq və burada öz dəstəyini göstərən biznes qurumlarının reklamı, təcrübə mübadiləsi, şərabın təbliği özünü göstərir. Azərbaycanın bir neçə dəfə xarici siyasəti nəticəsində BMT nəzdində Qarabağ ərazisində hüquq sisteminin dəyişdirilməsi, işğal edilmiş ərazinin fiziki, mənəvi, demokratik xarakterinin dəyişdirməyə yönəlmiş fəaliyyətləri, o cümlədən mülki şəxslərin deportasiyası və köçürülməsinə qadağa qoyma prinsiplərini, şəxsi və ictimai mülkiyyətin pozulması hüquqlarını, talan, sakinlərin resurslarının istismarının əlindən alınması, işğal altında ərazilərə işğalçı gücün törədilməsi və bu kimi digər məsələləri müzakirəyə çıxara bilmiş və həll yolları tapılmışdır. Yalnız bəzi regional güclərin ərazilərdə qeyri-qanuni rejimə iqtisadi dəstək verməsi sayəsində, Ermənistanın müəyyən siyasi bağları sayəsində burada biznes fəaliyyəti demək olar ki, gündən günə inkişaf edir və BMT bu məsələnin müzakirə olunmasına icazə vermir.

Yalnız xarici biznes qurumlarının sayəsində deyil həmçinin Ermənistan işğal olunmuş Qarabağ ərazisində qanunsuz fəaliyyətlər nəticəsində təbii və digər başqa belə sərvətlərin istismarı və talanı ilə öz qazancı və öz inkişafı üçün istifadə edir. Azərbaycan isə demək olar ki, hər il xarici siyasətdə işğal olunmuş Qarabağ ərazisində qanunsuz iqtisadi fəaliyyət, biznes qurumlarının fəaliyyətini və digər fəaliyyətlərinin dayandırılması və ləğv edilməsi üçün təxirəsalınmaz tədbirlər siyahısını BMT -yə təqdim edir. Bu gün danılmaz faktordur ki, işğal altında olan Qarabağ ərazisində regional güclər və bir neçə biznes qurumlarının sıx siyasi əlaqələri mövcuddur. Bu sıx əlaqə sayəsində iqtisadi inkişaf, turizm

inkişafı, istehsal özünü göstərir. Həmin bu sıx əlaqə və sıx koordinasiya sayəsində işğal olunmuş Qarabağ ərazisində nəinki biznes fəaliyyəti, hətta həmin bu qurumların sayəsində separatçı rejim daha geniş vüsət alır. Bu istiqamətdə hətta bir neçə müxtəlif proqramların icrası həyata keçirilir. Bu, bilavasitə Ermənistanın Qarabağ ərazisindəki təbii sərvətlərdən qanunsuz istifadəsidir. Həm Ermənistan hökuməti, həm də qeydiyyata alınan şirkətlər, qurumlar, habelə xarici şirkətlər də daxil olmaqla, bu sistem idarə olunur. İşğal olunmuş ərazilərdə iqtisadi, demokratik və mədəni xarakter zəmnində dəyişikliklər sırf mənfəət üçün həm həmin biznes qurumlarının, həmdə ki dövlətin özünün maliyyələşdirilməsi, təmin edilməsi üçün həlledici rol oynayır. Azərbaycan həyata keçirdiyi xarici siyasətlə bir neçə dəfə sübut etmişdir ki, həmin işğal altında olan Qarabağ ərazisində Ermənistan özünə məxsus nömrələnmə kodundan qanunsuz olaraq iştirak edir. Azərbaycanın sabit və mobil radio telekommunikasiyası şəbəkələri və radiodan istifadə edərək müvafiq sənədləri pozur. Bu da bilavasitə məlumdur ki, Ermənistanın qeydiyyata aldığı xarici telekommunikasiya mərkəzlərinin sayəsində baş verir. Beynəlxalq telekommunikasiya birliyinin Azərbaycan beynəlxalq ictimaiyyətinə təkzibolunmaz əsasları bunun bir daha sübutudur (Aslanlı, 2001: 110).

Azərbaycan apardığı təhlil və toplanmış sübutların nəticəsində 2010-2015-ci illər ərzində bir neçə dəfə Dağlıq Qarabağ ərazisində Ermənistanın davam etdirdiyi qanunsuz fəaliyyətləri sübut etmişdir. Burada Ermənistan həm öz qüvvələri, həm də xarici qüvvələrin dəstəyi nəticəsində demək olar ki, işğal olunmuş Qarabağ ərazisində bütün toponimlərin adlarını və Azərbaycana aid olan bütün tarixi və mədəni irsi dəyişdirmişdir. Bunu yalnız Azərbaycan mətbuatı deyil, həmçinin erməni mətbuatının özü də işğal olunmuş ərazilər haqqında məlumat verərkən bildirmişdir.

Dağlıq Qarabağ ərazisindəki xarici biznes qurumlarının sayəsində Ermənistan həm də işğal olunmuş ərazilərdə daimi enerji, kənd təsərrüfatı, sosial yaşayış, nəqliyyat infrastrukturunun dəyişiklikləri o cümlədən suvarma şəbəkələri, su təchizatı sistemləri, yollar, elektrik ötürücü xətləri və başqa iqtisadi sosial obyektlərin inşasını davam etdirə bilir. Həmçinin Rusiyanın dəstəyi yəni Hayastan ümumRusiya fondu dəstəyinin vasitəsilə işğal olunmuş ərazilərdə Azərbaycanlı əhalisinin məskunlaşdığı ərazilərdə infrastruktur tabeçiliyində olan separatçı rejimə verilən dövlət kreditlərindən Ermənistan birbaşa öz tikintisində istifadə edə bilir. Bundan əlavə, Hayastan ümumRusiya fondu vasitəsilə Ermənistan həmin müəssisə və şirkətlər tərəfindən infrastruktur layihələrin hazırlanması və həyata keçirilməsinə nail ola bilir. Yəni burada infrastrukturun yaradılması prioritetinin elan edilməsi birbaşa dəstəklə əlaqələndirilir. Həm də Rusiya fondunun dəstəyi vasitəsilə həmin işğal olunmuş ərazilərdə infrastruktur layihələrinin əsasında Ermənistan işğal olunmuş bütün əraziləri müəyyən bir yolla birləşdirir və burada yerləşən tikililərin yenidən qurulmasını təmin edir. Bu fondun dəstəyi altında görülən işlərə Laçın rayonundan keçən Goris - Xankəndi yolu, işğal olunmuş ərazilərin şimal bölgəsində Vardenis - Ağdərə magistral yolu və s. aiddir.

Azərbaycan müşahidəçiliyi və araşdırmaları

Azərbaycan müşahidəçiliyi və araşdırmaları nəticəsində bir neçə dəfə təsdiq etmişdir ki, biznes qurumlarının işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisindəki Ermənistan separatçı rejimləri ilə əlaqə qurmasının, birgə fəaliyyətinin səbəbi bilavasitə burada qanunsuz fəaliyyəti dəstəkləmək üçün və inkişaf elətdirmək üçün xərclər və maliyyə çox tələb edir. Yalnız iqtisadi inkişaf, turizm, fabriklərin açılması vəsaiti deyil, həm də Qarabağ ərazisində hərbi təlimləri Ermənistan maliyyələşdirə bilir. Qeyri-qanuni fəaliyyətin maliyyələşdirilməsində böyük bir hissəsi əsasən yardım göstərən fondlar

ABŞ -da fəaliyyət göstərən Çerçian ailə fondu, Tufenkian fondu, Gerald fondu kimi kommersiya təşkilatları da bu qeyri-qanuni fəaliyyətlərin maliyyələşdirilməsinə dəstək olur.

Bundan əlavə, işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisində Ermənistanın nəinki turizm, iqtisadi inkişafından başqa həmçinin mədəniyyət, incəsənət mərkəzləri, məktəblərin, bağçaların açılmasında xaricdə fəaliyyət göstərən Turpangian təhsil təşkilatı, Kapesjian ailə Şahan ailə fondu, Amerika Erməni mədəniyyət dərnəyi və sairə kimi dərnəklər, fondlar birbaşa və ya dolayı yolla Ermənistana dəstəkdirlər. Bu işlərin maliyyə cəhətdən təmin edilməsini və daha tez başa gəlməsini asanlaşdırırlar (Əhmədov, 2008: 324).

İşğal olunmuş Qarabağ ərazisində biznes qurumlarının dəstəyi sayəsində yaşayış binaları və evlərin, digər sosial obyektlərin tikintisi və yenidən qurulması miqyası xeyli dərəcədə artmışdır. İşğal olunmuş ərazilərdə sosial infrastrukturun yaradılması həmin biznes qurumlarının fəaliyyətinin nəticəsidir. Biznes qurumlarının fəaliyyəti və dəstəyi ilə Ermənistan işğal altındakı ərazilərdə bütün iqtisadi və ticarət sisteminə o cümlədən daxil olan və gedən ticarət axınlarına, iqtisadi resurslara geniş nəzarət edə bilir. Biznes qurumlarının dəstəyi sayəsində erməni şirkətləri işğal olunmuş Qarabağ ərazisində fermalar, bağlar və istehsal müəssisələri tikirlər və müəyyən səviyyədə fəaliyyət göstərə bilir.

Bundan əlavə işğal olunmuş Qarabağ ərazisində Almaniyanın Deuts - Fahr şirkətinin dəstəyi sayəsində alman yük maşınları, Cənubi Koreyanın biznes qurumlarının dəstəyi sayəsində Hyundai markalı yük maşınları, Belarusiyanın biznes qurumlarının dəstəyi sayəsində MT3 - 82.3 model ferma traktorları, ABŞ-da istehsal olunan müxtəlif növ Caterpillar maşınları və sairə qeyri-qanuni fəaliyyətlərdə istifadə olunur. Əsasən bu traktorlar kənd təsərrüfatında, yaşayış məntəqələrinin genişləndirilməsində və əlaqəli infrastrukturların qurulmasında istifadə olunur. Həmin bu xarici qurumlar Ermənistanın işğal etdiyi ərazilərdə müstəmləkə müəssisəsində böyük rol oynayırlar və erməni diasporu ilə sıx əlaqəlidirlər. İşğal olunmuş ərazilərdə yaşayış məhsulları, xammal və digər məhsullar ixrac etmək üçün də bir sıra müəssisələr yaradılır. Və burada mənzil tikintiləri və kənd təsərrüfatı layihələri ilə məşğul olurlar (Əhmədo, 2008: 212).

Bu müəssisələrin bir çoxu Ermənistan tərəfindən qeydə alınmış şirkətlərin filialları və ya tam mənfəətindəki törəmə şirkətlərdir. İşğal olunmuş ərazilərdəki əksər şirkətlərin və onların istehsal müəssisələrinin həqiqi mülkiyyəti bəlli deyil, çünki onların əksəriyyəti daha böyük konqlomeratların törəmə şirkətləridir.

Əksər hallarda onlar Kiprdə, Lixtenşteyndə və başqa yerlərdə qeydə alınmışdır. Ermənistanın hökumət strukturları ilə əlaqədar qurumları vasitəsilə qanunsuz fəaliyyətlərini fəal şəkildə burada təbliğ edirlər.

Azərbaycan öz siyasəti nəticəsində isbat etdi ki, işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisindəki biznes qurumları Ermənistan hökumətinin standartlarını tətbiq edir və qeyd edir ki "Ermənistan ölçmə vasitələri, ölçmə alətləri, milli standartları sınaqdan keçirilmiş və sertifikatlaşdırılmışdır". Burada fəaliyyət göstərən separatçı rejimlər mütləq mənada xaricdən maliyyə dəstəyi alır və Ermənistan üçün burada iqtisadi inkişaf, biznes inkişafı ilə bağlı olaraq bu maliyyə dəstəyi vacibdir.

Avropa İttifaqına Ermənistanın işğal etdiyi Dağlıq Qarabağ ərazisində biznes qurumlarının sərbəst hərəkət etdiklərini və öz siyasətlərini davam etdirdikləri haqqında bir neçə dəfə məsələni üzə çıxarsa da, hansı ki, separatçı rejimlər, biznes qurumları Ermənistanla eyni sosial iqtisadi sahədə olduqlarını və ərazidən gətirilən məhsulların bir yerdə bir neçə bazarlara sərbəst çatacağını iddia edirlər. Hətta

Ermənistanın baş naziri bir neçə dəfə bu məsələyə istinadən söyləmişdir ki, Dağlıq Qarabağ ərazisində istər "Artsax" vilayətində olan iqtisadi quruluşu heç nə dəyişdirə bilməz, cümlədə istərsə də sözü də işlənməlidir. Ermənistan Dağlıq Qarabağ ərazisində apardığı siyasət nəzdində "Mal ixrac etməyimizə və biznes qurumları sayəsində buraya mallar gətirməyə imkan verən nəhəng bazarların açılmasında perspektiv gördüyünü" vurğuladıqdan sonra Azərbaycan siyasətini nəticəsində bu məsələni qaldıra bilmiş və bir -müddət bu fəaliyyətə maneə ola bilsə də, hal-hazırda qeyri-qanuni şəkildə Ermənistan bu fəaliyyəti davam etdirə bilir. İşğal olunmuş ərazilərə ticarət güzəştlərinin genişləndirilməsi Ermənistan hökumətinin işğal olunmuş Qarabağ ərazisində qanunsuz iqtisadiyyat fəaliyyətinin davam etdirilməsi və yaşayış məntəqələrinin beynəlxalq bazarlara ixracını asanlaşdırmaq üçün ən vacib amildir.

Araşdırmalar zamanı müəyyən olunmuş dəlillər isbat edir ki, Ermənistanın işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisində apardığı siyasətləri gizlətməyə çalışır və orada heç bir biznes qurumunun fəaliyyət göstərmədiyini iddia edir. Lakin Azərbaycan xarici siyasəti nəticəsində burada baş verən bütün biznes qurumlarının fəaliyyətini Avropa İttifaqına və bütün dünyaya isbat edə bilmişdir. Ermənistan isə burada öz qanunsuz fəaliyyətlərini davam etdirmək üçün heç bir səyini əsirgəmir. Hətta bu ərazilərin mədəni və fiziki xarakterini də qeyri-qanuni şəkildə dəyişdirmək üçün öz səylərini davam etdirir. İşğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisindəki biznes qurumları ilə Ermənistan və ümumilikdə separatçı rejimlər arasında olan bağlar digər əlaqələrə nisbətən çox yüksək səviyyəyə və şəxsi faktorlara bağlıdır.. Hətta Ermənistan tərəfindən işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisində gömrük ərazisində belə gömrük məcəlləsinə uyğun olmayan ixrac və idxal əməliyyatları həyata keçirilir.

Azərbaycan xarici siyasəti nəticəsində isbat etmişdir ki, Ermənistanla Azərbaycan arasında beynəlxalq sərhədin işğal olunmuş hissəsi boyunca Azərbaycan gömrük keçid məntəqələri qanuna zidd şəkildə dağıdılır (Nəsibov, 2013: 361).

Azərbaycan öz xarici siyasətində sübut etdi ki, Ermənistan nəinki Dağlıq Qarabağ ərazisində olan biznes qurumları vasitəsilə turizmi inkişaf etdirir, həmçinin bu qurumlardan maliyyə vəsaiti əldə etmək üçün sui istifadə edir. Hətta bu qurumların sayəsində beynəlxalq turizm sərgiləri və işğal olunmuş ərazilərdə digər tədbirləri həyata keçirir, təbliğat aparır.

Azərbaycanın səyi nəticəsində Avropa İttifaqına Ermənistanın Dağlıq Qarabağ ərazisini turizm məkanı kimi istifadə etdiyini və burada qanunsuz qurumların stendlər yaratmaq və materiallarını yaymaq cəhdlərinin olduğunu və bu yöndə geniş fəaliyyətlər apardığını isbat etmişdir. İşğal olunmuş ərazilərdə Azərbaycanın icazəsi olmadan bu cür qanunsuz işlər aparmaq, turizmi açıq şəkildə bəyan etmək nəinki Avropa ittifaqının, ümumilikdə bütün beynəlxalq təşkilatların xəbərdarlıqları və qanunları çərçivəsindən kənardır.

Ancaq hal-hazırda Avropa ittifaqı bu məsələyə dair heç bir iş görmür. Yalnız turizm və iqtisadiyyatın inkişafı üçün deyil, həmçinin Ermənistan işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ ərazisində biznes qurumlarının maliyyəsi nəticəsində burada tarixi və mədəni xüsusiyyətlərini dəyişdirmək üçün tədbirlər görür.

Metod

Dövlət-hüquqi, geosiyasi münaqişələrdə münaqişələrin öyrənilməsinə imkan verən institusional-hüquqi, etnosiyasi, tarixi-hüquqi metodlar təşkil edir. Etnonasiyasi proseslərin qarşılıqlı əlaqəsində və birliyində dialektik və sistem təhlili prinsiplərindən istifadə olunur.

Dissertasiya, qarabağ münaqişəsini siyasi və hüquqi reallığın mürəkkəb bir fenomeni kimi nəzərdən keçirməyə imkan verən rəsmi və qeyri-formal olmayan diskursiv metodları özündə cəmləşdirir.

Tədqiqatın metodoloji əsası bazar iqtisadiyyatının əsas qanun və prinsiplərindən, sistem və müqayisəli təhlil metodlarından, habelə iqtisadi təhlil metodlarından və məlumat toplama və təhlilin sosioloji metodlarından (anket) ibarətdir.

Analiz

BMT 40 -dan çox ölkənin birgə razılığı sayəsində ikinci dünya müharibəsi bitdikdən sonra yaradılmış təşkilatdır. Sözsüz ki, təşkilatın məqsədi dövlətlər arası münasibət də əməkdaşlığın əsas faktor olması, təhlükəsizliyin qorunmasıdır. Hal hazırda dünyada 191 dövlət bu təşkilatın üzvüdür.

Nəticə

Xarici siyasət nəticəsində dövlətimiz 2015 -ci ildə nəinki Ermənistan və Dağlıq Qarabağ ərazisində fəaliyyət göstərən biznes qurumları sayəsində maliyyə və kredit resursları əldə edir. Hətta Azərbaycan Ermənistanın xərclərinin 52% -ni (45 milyard erməni dramı) həmin biznes qurumlarının ödədiyini belə sübut etmişdir. Belə ki 2015-ci ildə Ermənistan hökuməti qanunsuz şəkildə kredit ayrılmasını sürətləndirmək qərarına gəldi. Həmin kredit hesabına işğal altında olan Dağlıq Qarabağ ərazisində iqtisadi biznesi sürətləndirmək istəyirdi.

Azərbaycan bir neçə müddət buna manea olsa da, artıq 2015 -ci ilin avqustundan orada fəaliyyət göstərən qurumların sayəsində Ermənistan 21 milyon dollar dəyərində daha bir kredit təsdiqləyə bildi. Ən böyük iqtisadi yardım isə Hayastan ümum Rusiya fondu tərəfindən göstərilmişdir. Fond bunu müzakirəyə çevirməsə də, Azərbaycan bu məsələni də beynəlxalq təşkilatlarda müzakirə obyektinə çevirə bilmişdir. Bu təşkilat Ermənistan hakimiyyət orqanlarına tabedir və Azərbaycan işğal olunmuş ərazilərində digər rejimlərlə siyasi və iqtisadi əlaqələri var.

Ədəbiyyatlar

1. “Azərbaycan beynəlxalq aləmdə” Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyevin 1993-1998-ci illərdə xarici ölkələrə səfərlərinə dair materiallar I-IV cildlər.Bakı,2004.
2. Aslanlı A., (2001) “Tarixdən günümüzə Qarabağ problemi”, Avrasiya sənədi, cild 7, sayı 1, Azərbaycan, 110
3. Azərbaycan Parlamenti və Beynəlxalq Təşkilatlar. Bakı, 2016
4. Beynəlxalq hüquq və Azərbaycan, 2000-2005.
5. Əhmədov E., (2008)“Ermənistanın Azərbaycana təcavüzü və beynəlxalq təşkilatlar”. Bakı, 324 s.
6. Həsənəov Ə.M., (2014) “Azərbaycanın Abş və digər ölkələr ilə münasibəti”Bakı, 521 s.
7. Həsənoğlu F.H., (2015) “Ermənistan Azərbaycan Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin konfliktoloji aspektləri” Qarabağ:suallar və faktlar kitabı, Bakı, 325 s.
8. Komissiya, “Qarabağ Dünən, Bu gün və Sabah” VII-hissə, Bakı-2011
9. Nəsibov E., (2013) ”ABŞın Cənubi Qafqaz siyasəti və Azərbaycan Respublikası”, Bakı, 365 s.Respublika qəzeti”, Nəşr, 2001

10. T John S., (1994) The Christien Science Monitor", "Maresca, Agong of İndifference in Nogorno-Karabakh", London, June 27, 1994.
11. "Oil and Gas Journal"2005-2010
12. Pokalova, Elena. "Conflict Resolution in Frozen Conflicts: Timing in Na- gorno-Karabakh", *Journal of*
13. https://trend.az
14. https://en.azvision.az/news/64801/uk-company-illegally-operating-in-nagorno-karabakh-warned.html
15. https://narcokarabakh.net/en/profiles/sirmakes
16. http://www.karabakh.az/news/?lang=az&i=153
17. https://narcokarabakh.net/en/companies/orange
18. https://www.chathamhouse.org.uk

Təşkilatda Liderin Rolu

Fidan Mahmudlu

fidan.mahmudlu@bk.ru

Xülasə

Bu məqalədə menecerin liderə inteqrasiyası təhlil edilir. Məhz bu birləşmə, təşkilatın çətinliklərin öhdəsindən gəlməsinə və tamamilə yeni, yüksək inkişaf səviyyəsinə qalxmasına kömək edəcəkdir. Liderlik effektiv rəhbərliyin vacib tərkib hissəsi hesab olunur. Müasir təşkilatlarda effektiv idarəetməyə olduqca ehtiyac var. Effektiv idarəetmənin ən əsas instrumetlərindən biri qeyd etdiyimiz kimi liderlikdir. Lider istənilən qrup fərdinin işinə və davranışına güclü təsir göstərə bilən şəxsdir. Bir təşkilatı idarə etmək üçün liderliyin əhəmiyyəti bu fenomenə təsir məsələsini ortaya qoyur. Liderliyin səmərəliliyi liderlərin təbiətinə təsir göstərən təşkilati və şəxsiyyətarası ünsiyyəti idarə etmək bacarığı ilə birbaşa bağlıdır.Bu məqalədə liderin rolunu müəyyənləşdirən aparıcı keyfiyyətlər öyrənilmiş,müasir dövrdə rəhbərləri liderə çevirə biləcək amillər təhlil edilmişdir.Bəzi idarəçilərin niyə daha güclü olduğu ,bəzilərinin öz nüfuzundan niyə istifadə etmədiyi məsələləri geniş analiz olunub. Rəhbərlik və idarəetmə anlayışları fərqləndirilib.

Araşdırılan mövzu liderliyin inkişaf istiqamətlərini, bu məhfumun yarandığı gündən bu vaxtaqədər keçdiyi inkişaf yolunu əhatə edir. Liderliyin əsaslandığı 3 sütün : daxili mövqe ; idarəetmə bacarıqları ;empatiya tədqiqatımızda ssitemləşdirilməyə çalışılıb.Əsas məqsəd müasir dövrdə dünyagörüşlü, təkcə öz məqsədləri üçün deyil, təşkilatın ümumi mənafeyi üçün düşünən, işçilərin məmnuniyyətini prioritetləşdirən liderlərə nə qədər ehtiyac olduğunu isbat etməkdir. Hazırrki dövrdə aşkar görünən odur ki, heç bir mexanizm liderlik qədər təşkilatın idarəetməsi üçün effektiv fayda verə bilməz.Ümid edirik ki, bu cür tədqiqatlar , müxtəlif istiqamətli araşdırmalar nəticəsində liderlərin insanları öz idarəetmə qabiliyyətinə inandırmaq bacarığı inkişaf edəcək.Bir insanın digər insanın maraqlarını anlamaq və bu maraqlara uyğun idarə etmək qabiliyyətinin könüllü şəkildə tanınması artıq proseslərin müasir liderlik nəzəriyyələrində olduğu kimi təzahür etməsinə imkan yaradacaq.Lider- bir qrup cəmiyyətin simvolu, qrup davranışının standartıdır.

Açar sözlər: Səmərəli idarəetmə, güclü lider, strateji rəhbərlik

Giriş

Liderlik effektiv idarəetmənin vacib bir hissəsidir. İnsanların sabit birliyi olduğu hər yerdə bu məhfuma rast gəlmək olar. Lider sözünün mənası idarəedən , aparıcı qüvvə deməkdir.Bu anlayışın aydın sadəliyinə baxmayaraq, müasir elmdə müxtəlif müəlliflərin ilkin mövqelərinin ortaqlığını nəzərə alaraq birmənalı şəkildə xarakterizə olunmur. Sözügedən anlayış sərt və formalaşdırılmış hökmranlıq münasibətlərinə - təslimiyyət sistemini xarakterizə edən rəhbərlikdən kifayət qədər fərqlənir. Bir qayda olaraq, aşağıdan, əsasən kortəbii olaraq inkişaf etdirilir və ardıcılları tərəfindən qəbul edilir. Liderliyin təbiətinin təhlili göstərir ki, bu anlayışın yaranması insanların və onların birliklərinin xüsusi ehtiyaclarından qaynaqlanır. Liderliyin mahiyyəti daha fərqli nəzəriyyələrlə ortaya çıxır. Təşkilatın inkişaf strategiyası və liderlik səmərəliliyi liderin obyektiv və subyektiv imkanları, birincisi, koalisiyaları idarə etmək, ikincisi, təşkilatın səmərəli fəaliyyətində vacib amilə çevrilən təşkilatlarla əməkdaşlıq və tərəfdaşlıq münasibətlərinin yaradılması və möhkəmləndirilməsi ilə əlaqələndirilir.Müasir bir lider- menecer təşkilatın diqqət mərkəzində olmalıdır, işçiləri ümumi bir məqsədə çatmağa ruhlandırmalıdır. Təşkilatçıdan yüksək bacarıq tələb edən şirkətdə çalışan çox istedadlı və iddialı şəxsiyyətlərdən vahid bir bütöv yaratmaq elmini mənimsəməlidir. Lider, nə vaxt qulaq asacağını, nə zaman hərəkət etməli və nə vaxt dayanacağını başa düşməyi öyrənməlidir ki, bu da hər bir şəxslə və hətta digər mütəxəssislər və qrup rəhbərləri ilə səmərəli işləməyə imkan verir.

(Бурганова Л.А. 2005)

Effektiv rəhbərlik, liderin bir qrupda birgə işləməsi üçün dəyərini və əhəmiyyətini tanıyan ardıcıllardan güc aldıqda lider-davamçı münasibətlərinin yeni bir növü üzərində qurulur. Beləliklə, qrupdakı izləyicilərin şüurlu iştirakı baş verir. Digər tərəfdən, lider uzaqgörən, çevik, qrupa yüksək etimad sahibi olmalı və təsirli ünsiyyət qurmağı bacaran biri olmalıdır. Bu növ, hədəflərə tez bir zamanda çatmağa imkan verir və bu prosesin idarə edilməsində ardıcılların iştirakını nəzərdə tutur. Qrupda hədəfləri müəyyən edən bir siyasətçi, koordinator, ekspert, hakim, təmsilçi, strateq, simvol, dəyərlər və normaların mənbəyi rolunu oynayır. Müasir təşkilatlarda lider dominant tərəfdir.Yaxşı bir lider olmadan təşkilatlar yüksək mütəxəssislərlə belə səmərəli fəaliyyət göstərə bilməzlər. Rəhbər yaxın izləyicilərdən ibarət qrup yaradır, daha səmərəli iş üçün mütəxəssisləri bir araya gətirir. Bir "kompas" rolunu yerinə yetirir, təşkilatın istiqamətini təyin edir. Lider isə insanları ruhlandırır və işçilərdə həvəs oyadır, gələcəyə dair baxışlarını onlara çatdırır və yenilərə uyğunlaşmalarına, dəyişiklik mərhələsindən keçmələrinə kömək edir.(Степанов Д.В. 2005)

Liderlik, işçi heyətinin ümumi məqsədə çatmaq istiqamətində düzgün motivasiyasiyanın təşkilidir . Liderlik hökmranlığın münasibətlərinin kifayət qədər sərt və formallaşdırılan sistemi ilə rəhbərlikdən fərqlənir. Lider – bu ümumiliyin simvoludur və qrupun davranışının nümunəsidir. O təşkilatı önə aparan katalizator rolunu oynayir və davamçılar tərəfindən qəbul edilir. Əhəmiyyətlisi odur ki, təşkilati mədəniyyətin idarə edilməsini lider yerinə yetirir. Təşkilati mədəniyyətinin tipindən asılı olaraq lider müxtəlif funksiyaları yerinə yetirir. Rəhbərlik etmək liderlərin qabiliyyətiylə bağlıdır, o cümlədən liderliyin effektivliyi onun xarakterinə təsir edərək təşkilat və şəxslərarası kommunikasiya həlqələri böyük əhəmiyyət kəsb edir. Liderin ətraf mühit sisteminə təsiri 2 yolla həyata keçirilir: avtoritet kanalı; xarizmatik keyfiyyətləri kanalı üzrə. (А. Л. Гапененко, А. П. Панкрухин 2004)

Rəhbərdən Liderə : Müqayisəli Xüsusiyyətlər və Keçidi Şərtləndirən Amillər

Liderlik və idarəetmə bir-biri ilə vəhdətdə olmalıdır. Bu iki anlayış eyni məna kəsb etmir. Buna baxmayaraq mütləq şəkildə əlaqələndirilir və bir-birini tamamlayırlar. İkisini ayırmağa çalışmaq, həll yolundan daha çox yeni problemə səbəb ola bilər. Aralarındakı fərqləri tapmaq uğruna ekspertlər uzun zaman xərcləyiblər.

Rəhbərin vəzifəsi planlaşdırmaq, təşkil etmək və əlaqələndirməkdir. Liderin vəzifəsi isə ilham vermək və motivasiya etməkdir. Liderlər işçilərinin məhsul istehsalını və ya xidmət keyfiyyətini artırmaq üçün deyil, həm də işçilərin qabiliyyətlərini inkişaf etdirmək və ruhlandırmaq üçün səy göstərirlər.

İnsanları idarə etdiyiniz bir rola təşviq etdikdə avtomatik olaraq lider olmursunuz. İnsanları idarə etmək və istiqamətləndirmək arasında vacib fərqlər var. Liderləri rəhbərlərdən fərqləndirən ən vacib amillər bunlardır:

1. Lider görmə qabiliyyətini, rəhbər hədəfini təyin edir.

2. Lider dəyişdiricidir,rəhbərlər dəyişiklik sevmir.

3. Liderlər risk götürür, rəhbərlər riskə nəzarət edirlər.

4. Liderlər uzunmüddətli, menecerlər qısamüddətli düşünürlər.

5. Lider əlaqələr qurur, rəhbər sistem yaradır.

6. Lider tərəfdardır, rəhbər işçi.

Liderlik , bir insanın digər bir şəxsə və ya qrupa təsir etdiyi prosesdir. Sosial-psixoloji bir hadisə kimi qəbul edilə bilər. Lider heç bir rəsmi səlahiyyət olmadan insanlara təsir edə bilər. İşləyənlərin səmərəli idarə olunması üçün səlahiyyət kifayət deyil. Rəhbər liderlik təsirinə sahib olmalıdır.

Filosof Boris Parginə görə liderlə rəhbər arasındakı fərqlər:

1. Lider əsasən qrupdakı şəxslərarası münasibətləri tənzimləməyə çağırılır, rəhbər isə qrupdakı rəsmi münasibətləri bir ictimai təşkilat olaraq tənzimləyir;

2. Liderlik bir mikro mühitdə ifadə edilə bilər, rəhbərlik makro mühitin təsiridir, yəni bütün sosial münasibətlər sistemi ilə əlaqələndirilir;

3. Liderlik öz-özünə yaranır, hər hansı bir real sosial qrupun lideri ya təyin olunur və ya seçilir, ancaq bu və ya digər şəkildə bu proses sosial quruluşun müxtəlif elementlərinin nəzarəti altında həyata keçirilir;

4. Liderlik fenomeni az sabitdir, liderin namizədliyi böyük dərəcədə qrupun əhval-ruhiyyəsindən asılıdır,rəhbərlik isə daha sabit bir hadisədir;

5. Liderin (və ümumilikdə idarəetmə sistemində) qərar qəbul etmə prosesi daha mürəkkəbdir və bu qrupda köklü olmayan bir çox fərqli hal və mülahizələrlə vasitəçilik edilir, rəhbər qrup fəaliyyətinə dair daha çox birbaşa qərarlar qəbul edir;

7. Liderin fəaliyyət sahəsi əsasən lider olduğu yerdə kiçik bir qrupdur;

8.Liderlik qrupun müəyyən üzvlərinin davranışlarının sırf psixoloji səciyyəsidir, rəhbərlik isə ilk növbədə idarəetmə və tabeçilik rollarının bölgüsü baxımından daha çox bir qrupda münasibətlərin sosial xarakteristikasıdır. Liderlikdən fərqli olaraq, rəhbərlik cəmiyyətdə tənzimlənən hüquqi proses kimi çıxış edir.

Təşkilatın ölçüsündən asılı olmayaraq, liderlik və idarəetmə uğurlu bir iş üçün iki əvəzedilməz elementdir. Hər hansı bir təşkilatda bir rəhbərin rolu bir istiqamət təyin etməkdir. Lider təşkilatın gələcək mövqeyini görən və hər kəsi bu mövqeyə doğru irəliləməyə çağıran ilk şəxsdir. Rəhbərlik bütün təşkilatı düz irəli aparmağa yönəlmişdir.

Liderlik -Səmərəli İdarəetmənin İnstrumenti kimi

İdarəetmənin effektivliyinin artırılması mexanizmi kimi liderlik problemi ilə bağlı bir sıra tədqiqatlar aparılır , mütəxəssislər müəyyən sualların cavabını tapmağa çalışırlar. Sosiologiya ,fəlsəfə , politologiya , psixologiya anlayışı çərçivəsində liderliyə yanaşmalar müxtəlifdir. Araşdırmalar nəticəsində lider ,avtoritet , rəhbər kimi anlayışların oxşar və fərqli cəhətləri müəyənləşdirilib.Ümümiləşdirilmiş anlayış isə -Təşkilatın lideri olub. Burada müxtəlif güc növləri təhlil olunur: hüquqi güc;həvəsləndirici güc; şəxsi güc; məcburetmə gücü; rəsmi səlahiyyət. Və ən əsası effektiv liderin xarakterik cizgiləri təqdim edilib.

Burada əsas açar cümlə : liderlik effektiv idarəetmənin instrumentidir.

Liderlik təşkilatın hədəflərini və tapşırıqları müəyyənləşdirilməsi üçün lazımdır. Üstəlik şəxslərarası münasibətlərin düzgün qurulması və meydana gələn problemlərin aradan qaldırılması , daha doğrusu ən optimal yolun tapılması üçün ən əhəmiyyətli vasitədir.

Sözsüz ki, liderlərin başçılıq etdiyi təşkilatlar digərlərindən qarşıya qoyulmuş hədəflərə daha tez çata bilərlər.Digərləri dedikdə biz burada lider olmayan rəhbərlərə sahib müəssisələri nəzərdə tuturuq. Müasirləşən cəmiyyətdə ənənəvi idarəetmə qaydaları demək olar ki, öz effektivliyini itirir. Səbəb isə bəllidir. Ən ixtisaslı kadrlar birmənalı olaraq onlara rəhbərlik edilməsini istəmirlər. Buna görə də təşkilatları tərk edirlər. Digər kateqoriyadan olan işçilərdə zaman-zaman bu tendensiyaya uyğunlaşmağı məqsədəuyğun hesab edirlər. Onlar təşkilat rəhbərləri tərəfindən xüsusi münasibət gözləmə başlayırlar , nəticə istədikləri kimi olmadığı üşün çarəni8 iş yerini dəyişməkdə görürlər. Elə bu müstəvidə müasir çağırışlarla bağlı aktual suallar meydana gəlir:

1. Uğurlu şəkildə necə idarə etmək olar?

2. Komandanın iş fəaliyyətini yüksəltmək üçün necə motivasiya etmək lazımdır?

3.Qarşıya qoyulmuş hədəflərə necə rahat şəkildə çatmaq olar?

İstər inkişaf etmiş , istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə liderlik problemi aktualdır. Nəzərə alsaq ki, liderlərin , menecerlərin ,rəhbərlərin , administratorların hərəkətləri müxtəlif sosial quruluşların idarəedilməsinə uyğun şəkildə tənzimlənməlidir, bununla əlaqədar olaraq liderlik effektiv idarəetmənin instrumenti kimi daha aktual və vacib xarakter almağa başlayır. Liderlik analayışı psixologiyada ,sosiologiyada və digər elm sahələrində araşdırma predmeti hesab olunur. Sözügedən anlayış sivil cəmiyyətin ayrılmaz hissəsidir.

Metod

Liderliyin iki tədqiqat metodu var:

1. *Təcrübə metodu.*

Ümumi araşdırma sxemi belədir: Qrupa uzun müddət əməkdaşlıq üçün tapşırıqlar verilir, sonra qrup ya

təyin olunur və ya qrupun özü avtoritar və ya daha az iştirak tərzi olan bir lider seçir. Və qrupun səmərəliliyi ölçülür, sonra vəzifə, rəhbərliyin şərtləri dəyişdirilir. Məqsəd parametrlərin dəyişdirilməsinin qrupun fəaliyyətinə necə təsir edəcəyini tapmaqdır. Bu nəticələr nəzarət qrupu ilə müqayisə olunur.

2. Korrelyasiya metodu

Bu metod müstəqil və asılı dəyişənlər haqqında məlumatları eyni və ya daha az vaxt müqayisəsi ilə müəyyən etməyə imkan verir, bir korrelyasiya əlaqəsi ehtimal olunur. Metod korrelyasiya adlanır, çünki korrelyassiya əlaqəsi tətbiq olunur. İştirakçı liderliyin ölçülməsi vasitələrini əldə etmək üçün tədqiqatçılar bir sıra vasitələrdən istifadə edirlər: tabeliyində olanlarla, digər idarəçilərlə görüşmək, ünsiyyətə sərf olunan vaxt nisbətindəki dəyişiklikləri araşdırmaq və müxtəlif ünsiyyət metodları üzərində araşdırma aparmaq. Ən geniş yayılmış metod, liderin iştirakçı idarəetməyə meyl dərəcəsini müəyyənləşdirməyə imkan verən sorğu vərəqləridir, lakin bu üsulun tətbiqi zamanı aşağıdakı kimi problemlərlə qarşılaşmaq olar:

Ola bilər ki, 2 dəyişən arasındakı əlaqə bu 2-nin kölgəsində olan üçüncüsü ilə əlaqələndirərək həyata keçirilir.

Əgər tabeliyində olanlar liderin təsviri və nəticələrinin mənbəyidirsə, qərəzli problem yarana bilər.

Səbəb-nəticə münasibətlərinin ləğvi problemi

Bir qrupun performansı ilə iştirakçı rəhbərliyi arasında bir əlaqənin olması baş verə bilər. Bununla birlikdə qrupun çıxışı iştirakçı liderliyin nəticəsi olmaya bilər.

Analiz

Bir təşkilatın uğuru, liderinin kimliyinə çox bağlıdır. Təşkilatın uğuru liderin nə olacağından birbaşa asılıdır.

Komandada lider mövqe tutmaq iddiasında olanların hər birində bir sıra liderlik keyfiyyətləri olmalıdır. Onun rolunu müəyyənləşdirən keyfiyyətləri ayırd edək:

Risk almağa hazır olmaq: real liderlərin risk almaqdan və həyatlarını dəyişdirməkdən çəkinmədiklərini izah edən səbəb bəzən təşəbbüs üçün xeyli qiymətin ödənilməsinin başa düşülməsidir. Buna görə də, hadisələrin qarşısını almaq istəyən insanlar həmişə risk almağa hazırdırlar. Öz qrupunun və təşkilatının xeyrinə qəsdən risk almağa hazır olan insanlar həmişə uğur qazanırlar;

Aktiv həyat mövqeyi: vəziyyətə adekvat istiqamət vermək üçün lider fəal həyat mövqeyinə sahib olmalıdır. Bu, liderin daima hər şeyin içində olmasına, hər şeyi əvvəlcədən öyrənməsinə və daha çox məlumatlı olmasına imkan verən zəruri liderlik keyfiyyətidir. Dünyamızda məlumat çox böyük bir rol oynayır, kim məlumata sahibdirsə, həmişə öndə olacaq;

Etibarlılıq, normativlik və ardıcıllıq: lider insanlar birliyinin norma və dəyərlərinin daşıyıcısıdır, buna görə də dünyagörüşü, hərəkətləri ümumbəşəri əxlaq normalarına uyğun olmalıdır

Dürüstlük, ədalətlilik, etibarlılıq, hərəkətlərdə məsuliyyət və ardıcıllıq. Bir məqsədə çatmaq üçün addımlarını ardıcıllıqla atan insanlar hədəflərinə daha tez müvəffəq olurlar;

Perspektiv görmə: Müşahidə, qrupunuzun işinin perspektivlərini görmək bir liderin ən vacib təşkilati keyfiyyətlərindən biridir. Bir-bir lider əvvəlcədən atdığı bütün addımlarını əvvəlcədən düşünməlidir, əgər bu edirəmsə və ya etmirəmsə nə olacaq sualı ilə özünə daim müraciət etməlidir;

Ardıcıllarının özünü dərk etməsi üçün şərait yaratmaq bacarığı: bu liderlik keyfiyyəti ardıcılların liderə inamının və onu izləməyə hazır olmalarının əsasını təşkil edir. Liderinə güvənən insanlar ona tamamilə arxayın olmalı, səhv etməyəcəyini və müvəffəqiyyətə aparacaqlarını bilməlidirlər;

Bir qayda olaraq, dərhal lider olmurlar. Bir təşkilatın lideri olmaq bu proses asan deyil. Bu sahədə bacarıqların inkişafına kömək edən insanın təbiətindən çox şey asılıdır.

Nəticə

Liderlik, rəhbərlik kimi, müəyyən dərəcədə bir sənətdir. Bəlkə də tədqiqatçıların vahid bir nəzəriyyə hazırlaya bilməməsinin səbəbi budur.

İndiki mərhələdə əminliklə deyə bilərik ki, liderlik yoxdursa, heç vaxt maksimum məhsuldarlığa, işçilərin münasibətlərində vahid nəticə və ahəngdarlığa nail olmayacağıq. Bu sahib olmağınız, inkişaf etdirməyiniz və onlardan praktikada istifadə edə biləcəyiniz əsas vasitədir. Təşkilatda daha az gücü

olan insanlar ümumi işlərinin uğurları üçün lideri təqib etməlidirlər. Lider, öz növbəsində, böyük bir məsuliyyət olduğunu başa düşməlidir. Səhv edilməməsi, onunla birlikdə digər insanları yola gətirməmək üçün səylərini düzgün şəkildə bölüşdürməlidir. Ancaq bu heç də asan deyil. İnsanlara rəhbərlik etmək və onlara rəhbərlik etmək üçün gücə sahib olmaq lazımdır. Əvvəla, gücün həmişə məcbur olmasına diqqət yetirilməlidir. Məcburiyyət dərəcədə fərqli ola bilər və böyük bir davamlıda ola bilər - sərt (cəza təhdidi) və yumşaq (istək, işarə) qədər. Təşkilatın məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirmək, kişilərarası və qruplararası əlaqələri təmin etmək, təşkilatın fəaliyyəti zamanı yaranan problemləri həll etməyin effektiv yollarını seçmək liderin üzərinə düşən vəzifələrin ən yaxşı hissəsidir. Bir təşkilatda liderlərin mövcudluğu yuxarıda göstərilənlərin hamısını daha məhsuldar, daha sürətli əldə etməyə kömək etdiyi aydın olur.

Ümumiyyətlə liderlik insan və cəmiyyətin təbiətindən irəli gəlir. Beləliklə, sözügedən mövzunun tədqiqatı olduqca aktual və həqiqətəndə çox önəmlidir. Məktəblərdə kiçik yaşlardan şagirdlərin liderlik nəzəriyyələri ilə tanış edilməsi dahab arzuolunandır.

Təşkilatın idarəetmə aparatını peşəkar rəhbərlərlə doldurmağın təbii meylində liderlik tipi liderlərin axtarışı və təlim ehtiyacı sürətlə artır.Dünyada liderlərə ehtiyac çox böyükdür, çünki liderlik bir növ strateji resurs və üstəlik qıt olaraq qalır. Liderin müasir qavrayışı onun ilk növbədə innovativ təşkilati mədəniyyətin daşıyıcısı, qurumda və onun inkişafındakı daimi dəyişikliklərin əsas agenti kimi qəbul edilməli olması ilə xarakterizə olunur. Bazar münasibətləri sisteminə inteqrasiya etmək istəyən daxili iqtisadiyyat üçün, bəlli səbəblərə görə liderlərə ehtiyac xüsusilə vacibdir.

Müasir daxili iqtisadiyyatın böhran vəziyyətinin aradan qaldırılmasında ən vacib amil, fikrimizcə, təşkilati dəyişikliyin əsas subyektləri və yeni korporativ mədəniyyətin daşıyıcıları kimi tanınan liderlərdir. Vəziyyət müstəsna hala gəldi və bu səbəbdən, yetərli təhsilli insanlar və ya hətta iqtisadi təşkilatların idarə olunması təcrübəsi olmayanlar bir çox təşkilatların rəhbərliyinə gəldilər. Sonunculara rəqabətli bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsirli olmağa qadir olan keyfiyyətcə fərqli bir növ liderlər lazımdır.

Bu tip liderlər, dəyişiklik üçün məqsədyönlü və mütəşəkkil axtarış, tanış problemlərin həllinə yeni yanaşmalar inkişaf etdirmək və yeni fəaliyyət sahələrini müəyyənləşdirmək istəyi, resursları səmərəli idarə etmək bacarığı, onları getdikcə daha məhsuldar fəaliyyət sahələrinə keçirmək kimi xarakterizə olunduğu üçün bu tip liderlər dəyişdirilə bilər. Dəyişən liderə aid edilən funksiyalar həqiqi liderliyin ilk növbədə uzunmüddətli perspektivə yönəldilməli olduğunu göstərir. Uğurlu əməliyyat qərarları yalnız strateji rəhbərlik kontekstində mümkün olur.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov İ.M., R.F.Sadıqov (2013) -“Menecment” , Bakı -205 səh.
2. Əkbərova G. (2014)- “Korporativ münasibətlərin təşkilinin müasir problemləri” magistr dissertasiyası. Bakı, 90 səh.
3. Ələkbərov Ə., İbrahimov F. (2007) – Menecment ,Bakı
4. Əliyeva Yasəmən (2012)- “Menecmentin əsasları”, (Mühazirə toplusu-dərs vəsaiti), “Kooperasiya” nəşriyyatı, 264
5. Əzizağa İmanov (2011) - “Biznes və Menecment”. Bakı-“Elm”. səh. 53,74
6. Volodko V.F.(2008) İdarəetmə əsasları, Menecment ,Bakı
7. Бурганова Л.А. (2005)Теория управления: учебное пособие. М.:ИНФРА-М,. 139 с.
8. Гоулман Д. (2005) Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе

эмоционального 5.интеллекта. М.:Альпина, 301 с.
9. Дафт Р.Л. (2000) Менеджмент. СПб.: Питер, 832 с.
10. .Степанов Д.В. (2005) Эффективное управление. Команда, иерархия, единовластие. М., 236 с.
11. Харский К. В.(2003) Благонадежность и лояльность персонала. -СПб.: Питер, 178 с.
12. В. М. Цветаев. (2006) Кадровый менеджмент. Москва,158 с
13. А. Л. Гапененко, А. П. Панкрухин (2004) “Стратегическое управление”. Москва, 465 с.
14. Баринов В.А. (2005) Стратегический менеджмент. - М.: ИНФРА-М, 236 стр.
15. Daft R.L.(2000) Management -Saint Petersburg, 832 p.

Müəssisələrdə Strateji İdarəetmə Anlayışı, Tətbiqi Ardıcıllığı və Üstünlükləri

Məhəmməd İbişov

ibisovunec@gmail.com

Xülasə

Son dövrlər dünya iqtisadiyyatında baş verən enişli-yoxuşlu vəziyyətlər dünya dövlətlərini yeni bir inkişaf yolları axtarmağa və mövcud vəziyyətdən minimum itki ilə çıxmağa sövq etdi və etməkdədir. Bu səbələr mövcud vəziyyəti dəyərləndirməklə gələcəyə hesablanmış strategiya və qərarlar seçilməsini zəruri edir. Azərbaycan Respublikasının da bu hallarla üzləşməsi ölkə iqtisadiyyatında öz təsirini göstərməkdədir və yeni inkişaf yollarının seçilməsi məsələsi gündəmə gəlməktədir. Beləliklə məqalədə qeyd olunmuşdur ki, müasir dövrdə Azərbaycan müəssisə və təşkilatlarının inkişafı istiqamətində strateji idarəetmənin tətbiqi rolu olduqca vacibdir məsələlərdəndir. Müəssisələrdə azad rəqabətin yaradılmasında, beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsində, sağlam biznes mühitinin formalaşdırılmasında, uzunmüddətli inkişaf istiqamətində, əhəmiyyətli biznes qərarların qəbul edilməsində strateji idarəetmənin rolu danılmazdır. Həmçinin rəqabət strategiyasının formalaşdırılmasının və rəqabətin hərəkətverici qüvvələrinin müəssisələrin inkişafında rolundan bəhs edilir. Bundan əlavə strateji idarəetmənin mərhələsinin xüsusiyyəti və bu xüsusiyyətlərin hər birinin tətbiqi ardıcıllığının önəmi göstərilmişdir. Strateji idarəetmə uzunmüddətli inkişafa istiqamətlənən qərarlar toplusudur. Bunu əsas götürərək məqalədə göstərilmişdir ki, strateji qərarlar qəbul edilərkən ətrat mühitdəki dəyişikliklər nəzərə alınmalı, rəqiblərin vəziyyətinin qiymətləndirməyi bacarmalı, rəqiblər tərəfindən bazarda buraxılan boşluqları tapmağı bacarmalı, öz vəziyyətini qiymətləndirməyi bacarmalı, bir növ müəssisənin ilkin olaraq SWOT təhlilini aparmalı və bunlara uyğun olaraq strateji qərarlar seçilməsi göstərilmişdir. Strateji planların əhəmiyyəti haqqında geniş məlumat verilmişdir. Həmçinin məqalədə rəqabətin hərəkətverici qüvvələri təsnifləşdirilib və bu təsnifin müəssisələrin qarşısında qoyduğu zəruri tələbləri qeyd edilib.

Açar sözlər: Strategiya, biznes, biznes plan, rəqabət, strateji qərar.

Giriş

Strateji idarəetmə konsepsiyası 20-ci əsrin ikinci yarısında biznes və idarəetmə sahəsində istifadə olunmağa başladı. O dövrdə məna baxımından mövzu ilə bağlı heç bir fikir birliyi olmasa da, strategiyanın iş mühiti arasındakı əlaqələri tənzimləyən və rəqiblərindən üstün olmaq üçün ehtiyatlarını səfərbər edən bir məna kimi göstərilirdi (Güçlü, 2003). Daha geniş şəkildə qeyd etsək, 1950-ci illər düşüncə prosesinin gələcəyi proqnozlaşdırmaq üçün yaradıldığı illərdir. Bu təşəbbüsləri planlaşdırma adlandırmaq da olar. Bu planlara başqa cür iş planları da demək olardı. 1960-cı illərə qədər daha uzaq nöqtələri görmək, qavramaq və qiymətləndirmək ehtiyacı ortaya çıxdı. Buna görə uzunmüddətli planlaşdırma yanaşma üsulları inkişaf etmişdir. 1970-ci illərdə iqtisadiyyatda baş verən staqfilyasiya böhranı yeni bir inkişaf yollarının tapılmasını tələb etdi. İqtisadiyyatda baş verən bu böhran ölkələri məcbur etdi ki, nisbətən iri firma və müəssisələrin səlahiyyətlərini artırsın və onların iqtisadiyyatın zəif inkişaf etmiş bölmələrinə yatırımlar etsinlər. Beləliklə müəssisələrin yeni inkişaf dövrü başladı və onların gələcək istiqamətində daha irəlini görmək zərurəti yarandı. Bu da müəssisələrin uzunmüddətli strateji palanlaşdırmasını ön plana çəkdi və beləliklə rəqabətin daha da güclənməsinə səbəb oldu. Beləliklə ətraf mühitdəki dəyişikliklər çərçivəsində strategiyaların nəticələrinin təsdiqlənməsi və bu qiymətləndirmələrdən alınan rəy vasitəsilə müəssisə və təşkilatların özünü islah etmək zəruriliyi təsdiqləndi, bununla da strateji idarəetmə prosesi qurulmağa başladı (Güçlü, 2003).

Starteji idarəetmə müasir dövrdə öyrənilməsi və tətbiq edilməsi əsas olan sahələrdəndir və iqtisadiyyatın bütün sahələrinə tətbiqi və araşdırılması vacib məsələlərdəndir. Strateji idarəetmə uzunmüddətli perspektivi özündə əks etdirir və bu sahənin düzgün araşdırılması və tətbiqi əsas məsələlərdəndir. Daha geniş şəkildə strateji idarəetmə təşkilat üçün əsas kapital olan insan kapitalına əsaslanaraq uzunmüddətli dövrdə təşkilatın məqsədlərinin müəyyən olunması və ona çatması istiqamətində istehlakçı tələbatının araşdırılması, rəqabət mühitinin qiymətləndirilməsi və ətraf mühitdəki dəyişikliyə uyğun həyata keçirilən üzunmüddətli tədbirlər toplusudur. Müasir dövrdə müəssisə və təşkilatların inkişafı istiqamətində əsas priortet sahə olan strateji idarəetmə dünya səviyyəsində daima araşdırılan və müntəzəm yenilikilərin aparıldığı sahələrdəndir. Dünya səviyyəsində müəssisə və təşkilatların təcrübəsi də strateji idarəetmənin tətbiqinin müəssisələrin inkişafı istiqamətində əsas priortet istiqamətlərdən biri olduğunu göstərir.

Azərbaycan Respublikasının bazar münasibətlərinə keçməsilə əlaqədar respublikada fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatların yeni bir inkişaf dövrü başladı. Buna təkanverici qüvvə kimi getdikcə yenilənməkdə olan elmi-texniki biliklər, müasir idarəetmə qərarları, biznes prosseslərin mürəkkəbləşməsi və yenilənməsi, uğurlu strateji planlaşdırmanın həyata keçirilməsi zərurəti və bu strategiyaya uyğun kadr strukturunu formalaşdırılması və s. idi. Bütün bunlar ölkə daxili və beynəlxalq səviyyədə müəssisələrin rəqabət strategiyalarının kəskinləşməsinə səbəb oldu.

Strategiya subyektin uzunmüddətli dövrdə və qeyri-müəyyən şəraitdə rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi üçün konkret nəticəyə yönələn fəaliyyətlərin məcmusunu ifadə edir. İlk dəfə hərbdə işlənən strategiya sözü rəqiblərini qabaqlamaq, daha yaxşı strateji addımlarla öndə olmaq və rəqabətdə udmaqdır. “Strategiya firmanın elmi-texniki, maddi, maliyyə, əmək ehtiyatlarını, onun istehsal-satış imkanlarını nəzərə almaqla qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olunması üçün əsaslandırılmış tədbirlər və planlar işlənilməsini nəzərdə tutur” (Ələkbərov, Vəliyev və Pürhani, 2013). Həmçinin, “Strategiya rəhbərliyin müəyyən etdiyi məqsədlərdən tutmuş qəbul edilən qərarlara qədər fəaliyyətində ən aşağı hissələrə qədər hər kəsin ortaq başlanğıc nöqtəsini təşkil edir” (Güçlü, 2003).

Metod

Təqdiqat işinin təhlilində SWOT, sistemli yanaşma və analiz və sorğu metodlarından istifadə olunmuşdur. SWOT analizi ilə müəssisələrin ümumi olaraq zəyif və güclü tərəflərini, təhlükə və imkanlarını əks etdirilməsi strateji idarəetmədə ən səmərəli təhlil alətlərdən biridir. Daha geniş mənada SWOT-təhlilin mahiyyəti müəssisənin daxili və xarici amillərinin təhlili, məhsulun rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. “SWOT-təhlilin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o, kifayət qədər sadə formada hər hansı bir firmanın, məhsulun (işin, xidmətin) mövqeyini araşdırmağa imkan verir. Məhz buna görə də, SWOT-təhlil risklərin idarə edilməsi və idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün ən məşhur vasitədir” (İsmayılov, 2018).

Müqayisəli təhlil metodu ilə müəssisəsin mövcud vəziyyətinin müvafiq zamanın göstəriciləri ilə müqayisəsi aparılır və bunun istiqamətində planlaşdırılan məqsədə çatmaq istiqamətində addımlar atılır. Sistemli yanaşma metodu vasitəsilə müəssisənin maliyyə sistemini bütövlükdə xarakterizə etmək və onun təkamülü prosesini tədqiq etmək üçün tətbiq olunur. Müəssisənin inkişaf yolunu maliyyə və strateji yönümdən qiymətləndirilməsi vacibdir. Bu iki təhlili daima nəzarətdə saxlamaq və bir-birilə balanslaşdırmaq lazımdır. Maliyyə cəhətdən çatışmamazlıqlar müəssisəni müflis edir və bazarı itirməyinə səbəb olur. Strateji yatırımlarda olan əksikliklər isə müəssisənin uzunmüddətli inkişafı

yolunda problemlər ortaya çıxardır ki, bu da müəssisənin rəqabətdə digər rəqiblərinə uduzmağına gətirib çıxardır. Sintez metodu müəssisənin maliyyə sisteminin formalaşdırılması və inkişafı zamanı uğur gətirən yanaşmaların ümumiləşdirilməsi və bu yanaşmaların müəssisələrin maliyyə sistemində tətbiqi imkanlarının araşdırılması üçün tətbiq edilir.

Araşdırma Modeli

Təqdiqatın məqsədi yerli müəssisə və təşkilatlarda strateji qərarların əhəmiyyətinin və qərarların reallaşdırılması ardıcıllığının daha önəmli olduğunu göstərməkdir. Təqdiqatı bütün araşdırma metodlarının əsasını təşkil edən dialektik idarəetmə metodları təşkil edir. Dialektik idarəetmə metodları hadisə və göstəricilərin daha dərindən və mərhələli şəkildə analizini əks etdirir və sistemli yanaşma üsulları ilə məqsədə doğru daha tez bir zamanda çatmağı təmin edir.

Analiz

Müasir dövrdə müəssisə və təşkilatların inkişafının təmin edilməsi üçün uzunmüddətli plan və strategiyaların müəyyənləşdirilib həyata keçirilməsinə ehtiyac vardır. Bu prossses də mərhələli şəkildə həyata keçirilməlidir. “Strategiyanın ilkin mərhələsi missiyaların müəyyən olunmasıdır. Missiya müəssisənin əsas məqsədidir. Təşkilatın missiyası onun ali məqsədini, hansı məqsədlərə nail olmaq istədiyini bildirir, cəmiyyətin mənafeyini nəzərə almaq üçün sosial məqsəd güdür” (Abbasov və Sadıqov, 2013).

Şirkətin strategiyası ilk öncə göstərilən məsələlərin həllini tələb edir:

- Biznesi necə genişləndirməli;
- İstehlakçıların tələblərini necə ödəməli;
- Bazarda baş verəcək hər cür dəyişikliklərə tap gətirməli;
- Şirkətin hər şöbəsini daha səmərəli idarə etmək;
- Rəqiblərlə mübarizədə uduzmamalı;
- Şirkətin maliyyə məqsədlərinə necə nail olmalı;
- Şirkətin daha uzun müddətə fəaliyyət göstərməsini necə təşkil etməli.

Həlli tələb olunan bu məsələlər bütün şirkətlər üçün xarakterik olsalar da, onların spesifik xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, bu tələblər genişlənə və məzmunca da dəyişikliklərə uğraya bilər (Axundov, 2002).

Bu məzmun hər bir müəssisənin böyüklüyündən və kiçikliyindən, məqəsdlərindən və s. olaraq dəyişir. Müəssisələr starteji idarəetməyə gedərkən bəzi struktur dəyişikliklərinə gedirlər. Buna işçi strukturunda olan dəyişiklikləri, idarəetmədə olan dəyişiklikləri və yaxud biznes planlarda bəzi ixtisarlar yəni, ümumiləşdirilmiş planların tətbiqini və s. göstərmək olar. Bunun ən başlıca məqəsədi kimi əsas məqəsdə gedən yolda olan maneələri, ləngimələri aradan qaldırmaq boşluqları doldurmaq və s.-dir.

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi, strateji idarəetmə bir növ bu məqsədlərə gedən yolda insan və digər resurslardan istifadə etməklə ətraf mühitdəki dəyişiklikləri də nəzərə almaqla həyata keçirilən uzunmüddətli qərarlar toplusudur. Bu tərifdən də aydın olur ki, starteji idarəetmə idarəetmənin digər idarəetmə qərarlarından fərqi bütün daxili və xarici amillərin dəyərləndirilməsi yolu ilə həyata keçirilir

və daha uzunmüddətə istiqamətlənmiş kompleks qərarlar toplusudur.

Starteji idarəetməyə dair digər yanaşmaları göstərək:

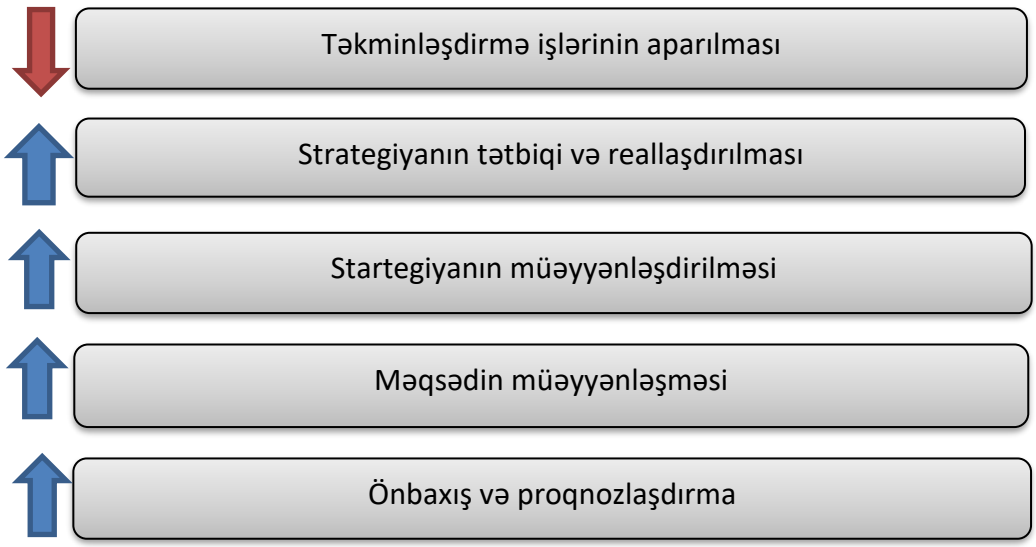
“Starteji idarəetmə - müəssisənin xarici mühiti ilə olan münasibətlərin qurulması və istiqamətin təyin olunması üçün görüləcək işlərin planlanmasını, təşkilini, tətbiqini, kordinasiyasını və

nəzarətini özündə əks etdirir” (Məmmədov, Abutalıbov, Quliyev, İsayev və Yusifov, 2009).

Strateji idarəetmə sahəsində mühüm işləri olan John M. Brysonun tərifi aşağıdakı kimidir: "Strateji idarəetmə bir təşkilatın nə etdiyini, varlığının səbəbini və gələcəkdə əldə etmək istədiyini ortaya qoyan bir idarəetmə üsuludur". İdarəetmə elmi sahəsindəki başqa bir tədqiqatçı W. Barry strateji menecmentə bu cür tərif vermişdir: "Strateji rəhbərlik bir təşkilatın gələcəkdə əldə etmək istədiyi hədəfləri və bu məqsədə necə çatmağı göstərən prosesi təhlil edir". Yuxarıda göstərilən izahatlar çərçivəsində strateji idarəetməni aşağıdakı kimi müəyyənləşdirmək mümkündür:

Strateji idarəetmə, məqsədlərinə çatmaq üçün effektiv strategiyalar, planlaşdırma, həyata keçirmə və nəzarəti inkişaf etdirən bir təşkilata aiddir. Başqa sözlə, strateji idarəetmə, güclü rəqabətlə qarşılaşan şirkətlərin rəqibləri ilə rəqabət aparmaq üçün nə etməli olduqlarını və hansı strategiyalara riayət etmələrini araşdıran bir sahədir (Aktan, 2008). Strateji idarəetmə prosesi təşkilatlara mövcud vəziyyətləri, araşdırma və strategiyaların həyata keçirilməsini düşünməyə və həyata keçirilən idarəetmə strategiyalarının effektivliyini təhlil etməyə kömək edən kompleks qərarlar toplusudur.

Cədvəl 1. Strateji idarəetmənin mərhələləri



Mənbə: (Axundov, 2001).

Qeyd etdiyimiz kimi strateji idarəetmə ardıcıl həyata keçirilən tədbirlər toplusudur. Yuxarıda göstərilən (cədvəl 1) strateji idarəetmənin mərhələləridir. Bu mərhələlərin ardıcıl olaraq həyata keçirilməsi qeyd etdiyimiz kimi əsas məsələlərdəndir. Strateji qərar qəbul edilməzdən əvvəl ilk öncə mövcud vəziyyəti, yəni vizyonu təhlil etməlidir. Bu hissədə müəssisənin SWOT təhlili aparılır. Müəssisənin güclü və zəyif tərəfləri müəyyənləşdirilir, imkan və kənardan gələn təhlükələr müəyyən olunur. Əlavə olaraq rəqiblərin vəziyyətini dəyərləndirməli, müəssisənin potensialının qəbul edilən qərarların səviyyəsinə uyğunluğunu nəzərə almalı və bu kimi tədbirlər nəzərdə tutmalıdır.

"SWOT analizi, müəssisənin həm öz daxili vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə, həm də müəssisə xaricindəki bazar strukturunun, rəqiblərin vəziyyətinin analiz edilməsinə şərait yaradır"(Məmmədov və s., 2009).

SWOT təhlili nə edir? (https://bilisim.com.tr/blog/swot-analizi-nedir-nasil-hazirlanir/).

- ✓ Bu təhlil işin və ətraf mühitin bütün aspektlərini dərk və qavrayışını təmin edir.
- ✓ Mövcud vəziyyətin görülməsini və atılacaq addımların daha sağlam, təsirli və strateji olmasını təmin edir.
- ✓ Müəssisənin güclü və zəif tərəfləri ilə qarşılaşdığı təhdid və imkanlar barədə aydın bir fikir verir.
- ✓ İşin güclü və imkanlarından faydalanmağı, zəif tərəflərini azaltmağı və təhdidlərə qarşı tədbir görməyi asanlaşdırır.

SWOT təhlilinin mümkün nəticələrinə aşağıdakıları göstərə bilərik:

Cədvəl 2. SWOT-təhlilinin nəticələri

Daxili güclü tərəflər: ➢ yüksək peşəkarlıq; ➢ müvafiq maliyyə ehtiyyatları; ➢ bazarda imic; ➢ bazarın lideri mövqeyi; ➢ yaxşı funksional strategiya; ➢ ishehsal miqyası effekti; ➢ rəqiblərin təsirinə dözmək qabiliyyəti; ➢ xüsusi texnologiya; ➢ aşağı məsrəflər;	*Xarici mühitin verdiyi imkanlar:* ➢ yeni bazarlara çıxmaq imkanı; ➢ məhsul çeşidinin genişləndirilməsinə tələbat; ➢ bazarda tələbatın artım sürətinin böyüklüyü; yeni texnologiyaların meydana çıxması; ➢ şaquli inteqrasiya; ➢ ticarət maneələrinin aradan qaldırılması; ➢ rəqiblərin mövqelərinin zəifləməsi.
Daxili zəif cəhətlər: ➢ inkişafın dəqiq strateji istiqamətinin yoxluğu; ➢ avadanlıqların köhnəliyi; ➢ aşağı mənfəətlilik; ➢ idarəetmə qabiliyyətinin zəifliyi; ➢ əsas fəaliyyət sahələrində peşəkarlığın zəifliyi; ➢ istehsal problemləri; ➢ səmərəsiz satış kanalları; ➢ səmərəsiz marketinq fəaliyyəti; ➢ maliyyə çatışmazlıqları;	*Xarici mühitin yaratdığı təhlükələr:* ➢ bazara güclü rəqiblərin daxil olması; ➢ əvəzedici məhsulların istehlak dəyərlərinin yüksəlməsi; ➢ bazarda tələbatın artım tempinin aşağı düşməsi; ➢ tələbatın azalması; ➢ alıcıların tələbatlarında ciddi dəyişikliklərin baş verməsi; ➢ demoqrafik dəyisikliklərin mənfi təsiri;

Mənbə: (İsmayılov, 2018).

Bu təhlildən sonra müəssisənin əsas məqsədləri formalaşdırılır. Bir növbəti mərhələdə məqsədləri reallaşdırmaq üçün strategiya müəyyənləşdirilir. Strategiya məqsədə getmək üçün həyata keçirilən ardıcıl və daha real əməliyyatlardır. Daha sonra strategiyanın işlənilməsi mərhələsidir.

"Strategiyanın işlənilməsi əsas məqsədə necə nail olma məsələsini meydana çıxarır. Bu isə idarəetmənin ən başlıca mərhələsidir. Məqsəd hər hansı bir nəticəyə çatmaqdır, strategiya isə bu nəticəyə çatmaqda bir vasitədir. Deməli, təşkilatın strategiyası rəhbərin son nəticəyə çatması üçün qəbul etdiyi hərəkətlər və işçi münasibətləri toplumudur" (Axundov, 2001).

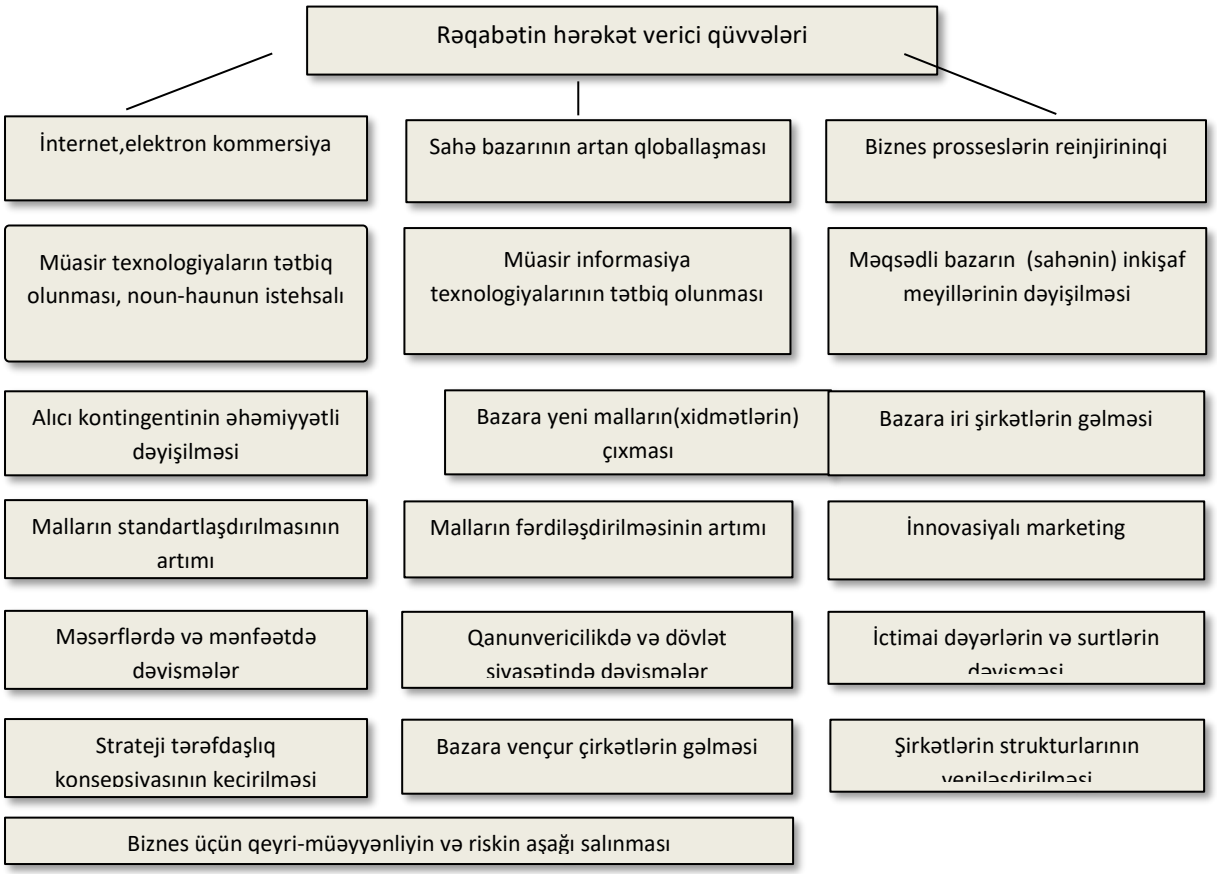
Bu beş mərhələnin(cədvəl 1) tətbiqinə diqqət yetirməli və bu mərhələlər arasındakı sərhədləri bir-biri ilə uzlaşdırılmalı və boşluqlar qoyulmamalıdır. Bu daha sonra gələcəkdə strategiyanın uğursuzluğu və əlavə xərclərə səbəb ola bilər. Buna görə də strategiya müəyyənləşdirilərkən bütün daxili və xarici amilləri nəzərə almaq lazımdır.

Müasir dövrdə bazar iqtisadiyyatının ən mühüm prinsiplərindən biri əmtəə istehsalçıları arasında azad rəqabətin formalaşdırılmasıdır. Rəqabəti bir növ inkişafa, yeniliyə aparan bir anlayış kimi qiymətləndirmək mümkündür.

Müəssisələr arasında olan rəqabət (təbii ki, burada sağlam rəqabətdən söhbət gedir) müəssisələri:

- müasir dövrün elmi-texniki yeniliklərini tətbiq etməyə;
- müasir idarəetmə qərarlarının tətbiqinə;
- işçilərin peşə-ixtisas səviyyələrinin artırılmasına investisiya ayırmasına;
- beynəlxalq səviyyədə əlaqələrini gücləndirməyə;
- biznes mühitinin müasir təkminləşdirilmiş xüsusiyyətlərini öyrənməyə və tətbiq etməyə və s. sövq edir.

Cədvəl 3. Rəqabətin hərəkətverici qüvvələrinin təsnifatı



Mənbə: (İsmayılov, 2018).

Sosial amillərin dəyişməsinə səmərəli reaksiya vermək üçün təşkilat özü dəyişməli və ətraf mühitə uyğunlaşmalıdır. Beləliklə, cədvəl 2-yə əsasən belə bir fikir söyləyə bilərik ki, müəssisənin rəqabət strategiyası aşağıdakıları özündə ehtiva etdirir (İsmayılov, 2018):

- yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal etmək;
- bazarda qazanılmış mövqeyi qoruyub saxlamaq;
- rəqiblər üzərində üstünlüyə nail olmaq;
- bazarları fasiləsiz olaraq öyrənmək;
- məhsulun çeşidini və nomenklaturasını davamlı olaraq yeniləşdirmək;
- mövcud məhsulları modernləşdirmək;
- yüksək keyfiyyətli servis xidməti göstərmək;
- istehsalın diversifikasiyasını həyata keçirmək;
- idxalı əvəz edən və ixrac yönümlü məhsulların həcminin artırılması;
- satışın stimullaşdırılması tədbirlərinin həyata keçirilməsi.

Strateji planlar təşkilatın strateji məqsədlərini və onlara nail olma yollarını özündə əks etdirir. Strateji planlar müəssisə və təşkilatların uzunmüddətli inkişafını təmin edən qərarların sənədlə təsdiqidir. Məlumdur ki, bir çox kiçik və orta müəssisələr və təşkilatlar fəaliyyətlərinə marketinq planları ilə, qısa müddətli biznes planları ilə başlayırlar. Lakin onların fəaliyyətləri genişləndikcə strateji planlara ehtiyac duyulur. Strateji planlar müəssisənin inkişafı dövründə qarşıya çıxacaq problemləri minumuma endirir və bu problemlərdən cəld şəkildə yayınaraq müəssisəni həyatda saxlayan və inkişafa doğru aparan kompleks qərarlar toplusudur.

Nəticə

Aparılan təhlildən belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, müəssisə və təşkilatların rəqabət qabiliyətliliyinin artırılmasında, əlverişli istehsal mühitinin formlaşmasında, sağlam rəqabət mühitinin formlaşdırılmasında, mütəşəkkil işçi strukturunun formalaşdırılmasında, beynəlxalq səviyyədə rəqabətçil olmaqda və ümumi olaraq uzunmüddətli inkişafı təmin etmədə strateji idarəetmənin rolu və əhəmiyyəti danılmazdır. Starteji idarəetmənin kompleks tətbiqinin müəssisə və təşkilatlar qazadıra biləcəyi üstünlüklərə bunları göstərə bilərik:

- ✓ Müəssisənin bazarda hansı mövqedə durduğunu və rəqiblərindən nə ilə fərqləndiyini daha geniş şəkildə əks etdirməsini;
- ✓ Qəbul edilən qərarların daha effektiv təşkil olması və icarsını mərhələli şəkildə həyata keçirilməsini;
- ✓ Rəqabətdə uduzmamasına və kənar təsirlərə daha dayanıqlı olmasını;
- ✓ Mütəşəkkil kadr ehtiyyatlarına sahib olmasını;
- ✓ Uzunmüddətə hesablanmış starteji qərarlara sahib olmasını;
- ✓ Müəssisənin beynəlxalq biznes əlaqələrinin gücləndirilməsini;
- ✓ Rəqbətə davamlı məhsul və xidmətlər istehsal etməsini və s. göstərə bilərik.

Strateji idarəetmə daima yenilənən elm sahəsi olduğuna görə bu elm sahəsini daima izləmək və

üstünlüklərini praktiki olaraq tətbiq etmək lazımdır. Müasir dövrdə müəssisələri strateji idarəetməsiz təsəvvür etmək demək olar ki, mümkün deyil. Müasir azərbaycan müəssisələrində strateji idarəetmənin tətbiqi ilə bağlı yetəri qədər gözə çarpan göstəricilər olmasa da bu sahənin üstünlüklərinin müəssisələrə tətbiqi ilə bağlı əhəmiyyətli dərəcədə işlər gedir. Strateji idarəetmə müəssisənin inkişafının əsas təminatıdır. Strateji idarəetməyə xüsusi bir fəaliyyət sahəsi kimi baxılmalı və strateji idarəetmənin mərhələrini müəssiələrin idarəetmə qurluşunda ardıcıl olaraq həyata keçirmək lazımdır. Bu mərhələr arasında buraxılan boşluqlar gələcəkdə müəssisənin qarşısına həll edilməsi lazım olan bir problem kimi və zaman itkisinə səbəb olacaqdır. Müasir dövrdə vaxt itkisi müəssisənin rəqabətdə uduzmağına belə gətirib çıxra bilər. Rəqabətdə uduzmaq isə bazardan öz nüfuzunun itirilməsinə və bazarı tərk etməsinə səbəb ola bilər.

Strateji idarəetmə resurslardan maksimum dərəcədə səmərəli istifadəni nəzərdə tutur. Buna istər insan istərsə də qeyri-insan resursları daxildir. İşçi strukturunda ixtisarlar və ya hər hansı texnologiyanın yenisi ilə əvəz olunması bunlar hamısı müəssisənin məqsədlərinə çatmaq istiqamətində həyata keçirilməsi zəruri olan addımlardır.

Yekun olaraq starteji idarəetmənin üstünlüklərini qazanmaq üçün:

- Əlverişli biznes mühiti yaradılmalı;
- Kadr təminatı təmin edilməli;
- İşçilərin peşə-ixtisas səviyyələrinin artırılması üçün zəruri tədbirlər həyata keçirilməli;
- Elmi-texniki texnologiyaların naliyyətlərini tətbiq etmək üçün büdcə formalaşdırmalı;
- Müəssisənin maliyyə vəziyyətini düzgün idarəetməli;
- İnvestisiya və innovasiya tədbirlərini vaxtında həyata keçirmək lazımdır.

Ədəbiyyatlar

1. Axundov M.Ə., (2001) “Strateji idarəetmə”., Bakı, “Ağrıdağ” nəşriyyatı, 120 s.
2. Axundov M.Ə., (2002) “Müəssisə İqtisadı”., Bakı, “Yurd” nəşriyyatı, 462 s.
3. İsmayılov B.V., (2018) “Strateji menecment”., Bakı, “MSV NƏŞR”, 296 s.
4. İ.M.Abbasov və R.F.Sadıqov., (2013) “Menecment”., Bakı, «Bakı Biznes Universiteti nəşriyyatı», 205 s.
5. S. Məmmədov, R. Abutalıbov, S. Quliyev, O. İsayev və M. Yusifov, (2009) “İdarəetmənin əsasları”., Bakı, “Nurlar” nəşriyyatı, 140 s.
6. Ə.H.Ələkbərov, M.Ə.Vəliyev və S.H.Pürhani, (2013) “Menecment”., Bakı, “Çaşıoğlu” nəşriyyatı, 600 s.
7. C. Aktan., (2008) “Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama”., İstanbul, 21 s.
8. N. Güçlü., (2003) “Stratejik Yönetim”., Ankara, 25 s.
9. Cengizhan C., (2006) “Swot Analizi ve bir İşletme Üzerine Uygulama” 143 s.
10. Neil R., (2011) “Sarategic management”., 52 p.
11. https://bilisim.com.tr/

Rol Çəkişməsi Və Rol Məlumatsızlığının İnsan Resursları Performansına Təsiri Mövzusuna Dair Araşdırma

Nərmin Qarayeva

narmin.qarayeva97@gmail.com

Xülasə

Müasir dövrdə hər bir sahibkarlıq obyektinin, biznesin, təşkilatın, şirkətin, firmanın və s. öz məqsəd, missiya və hədəfləri vardır ki, bunlar uzun müddət fəaliyyət göstərmək, rəqiblər üzərində rəqabət üstünlüyü əldə etmək, bazar payı tutmaq, inkişaf edərək aid olduğu bazarda böyük nailiyyətlər əldə edərək böyüməkdir. Dünya təcrübəsində də sübut olunmuşdur ki, hər hansı bir təşkilatın səmərəliliyi həmin təşkilatda çalışan işçilərin performansının səviyyəsindən asılıdır. Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının dolayı şəkildə müəssisənin ümumi fəaliyyətinə təsir etməsi bu mövzuda tədqiqatın aparılması və prosesin tənzimlənməsi üçün təkliflərin verilməsini zəruri edən ən əsas amildir. İşçilərin performansına isə təsir göstərən çox saylı faktorlar vardır. Bu faktorlardan ən əsasları rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığıdır. Son zamanlarda 21 ayrı milliyyətdən olar idarəedicilər tərəfindən verilən hesabatlarda rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının genişlənməsi güc məsafəsi, fərdiyyətçilik, qeyri – müəyyənlik ilə əlaqəli olduğu əks olunub. Güc məsafəsi və kollektivlik ilə rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı arasında tərs əlaqə olduğu məlum olmuşdur. Aparılan tədqiqatlardan əldə olunan məlumatlara əsasən statistik olaraq rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı arasında düz mütənasib, rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının insan resursları performansı və işçinin işdən məmnunluğu arasında isə tərs mütənasib əlaqə olduğu ortaya çıxmışdır. Aparılan tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı həm işçinin işdən məmnunluğuna, həm də performansının səviyyəsinə təsiri çox böyükdür.

Açar sözlər : **Rol Çəkişməsi, Rol Məlumatsızlığı, Performans**

Giriş

Hər bir insanın həyatının müəyyən dönəmlərində tutduğu statusunun tələblərini yerinə yetirməkdə çətinlik çəkdiyi vaxtlar olmuşdur. “Rol çəkişməsi işçinin üzərinə götürdüyü rolların bir – biri ilə ziddiyyət təşkil edən tələblərinin olması halıdır. Rol çəkişməsini rol içi çəkişmə və rollar arası çəkişmə olaraq iki qrupda təsnifləşdirmək olar” (Kurt, 2010).

Rol çəkişməsi müəyyən bir işi yerinə yetirən şəxsdən eyni anda bir – birinə zidd olan və yaxud həddindən artıq çox sayda rol gözləntilərinin olması vəziyyətidir (Adnan Ceylan, 2006; Yıldırım Hüseyn Ulutürk, 2006).

“Rol məlumatsızlığı fərdin vəzifələri, məsuliyyətləri və səlahiyyətləri düzgün müəyyən edilməmiş olması, bu vəzifə, məsuliyyət, səlahiyyətlər haqqında işçinin dəqiq məlumatının olmaması halıdır” (Adnan Ceylan, 2006). Bu termin şəxsdən icra etməsi gözlənilən iş, vəzifə ilə əlaqədar kifayət qədər açıq davranışların sərgilənməməsi, fərdin işin məqsədinin nə olduğu haqqında məlumatlara tamamilə malik olmaması, işi hansı standartlara uyğun görməsi lazım olduğunu bilməməsi, işində həmin işə sərf etdiyi zamanı ən düzgün idarə edib etməməsindən əmin olmaması, icra etdiyi işin bütövlükdə nə anlam və məqsəd daşıdığından bixəbər olması halı kimi təsvir edilir.

“Rol məlumatsızlığı işçinin işi ilə əlaqəli açıq, net, planlaşdırılmış hədəflərinin və yerinə yetirilməsi standartların olmaması, işindəki öhdəliklərinin ona qeyri – müəyyən olması, səlahiyyət və məsuliyyətlərini bilməməsi, rol ilə bağlı özündən gözləntilərin ona açıq şəkildə bildirilməməsi vəziyyətində ortaya çıxır” (Kurt, 2010).

Rol məlumatsızlığı yaşayan bir şəxs məsuliyyət və səlahiyyətlərini tam olaraq qavramağa çətinlik çəkir. Bunun nəticəsi olaraq məsuliyyət və səlahiyyətlərini yerinə yetirməkdə müəyyən çətinliklərlə üzləşir.

Rol məlumatsızlığının yaranmasına səbəb olan amillərə aşağıdakılar aiddir:

- Bir rolun tələblərini yerinə yetirmək üçün hansı fəaliyyətlərin icrasına ehtiyac olmağı mövzusunda yaşanan qeyri - müəyyənlik;
- İşçinin rolunu effektiv şəkildə yerinə yetirməsi üçün ehtiyac duyduğu bilik, bacarıq, qabiliyyətlərə sahib olmaması;
- Şəxsin öz üzərinə götürdüyü rol və onun tələbləri haqqında yetəri qədər informasiyasının olmaması;
- Şəxsin öz rolunun icrası zamanı nə etməsi lazım olduğunu bilməməsi;
- Şəxsin özündən tam olaraq nə gözləndiyini bilməməsi;
- Şəxs ondan nə gözlənildiyi haqda məlumata sahibdir lakin bu gözləntini necə qarşılayacağı haqda heç bir məlumatı olmaması.
- Şəxs həm ondan nə gözlənildiyini bilir, həm bu gözləntini qarşılamaq üçün nə etmək lazım olduğunu da bilir, amma bu fəaliyyətin sonradan hansı nəticələri verəcəyini anlaya bilmir.

Hər bir ölkənin və cəmiyyətin əsas inkişaf meyarlarından biri onun yüksək səriştələrə və keyfiyyətlərə malik insan resurslarıdır. Bu insan resursları isə yalnız və yalnız elm və texnologiyaya investisiya edən, inkişafa çox böyük əhəmiyyət verən ölkələrdə mövcuddur.

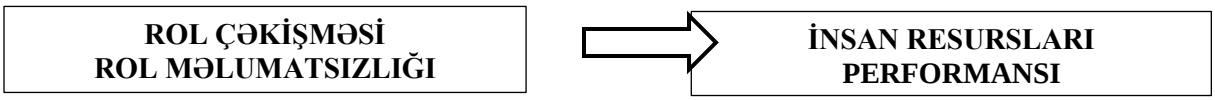
İnsan resurslarının performansına təsir göstərən amillər müxtəlif və çox saylı araşdırmalara mövzu olmuşdur.

Araşdırma Modeli

Araşdırma zamanı təhlil olunan məsələlərə baxış tərzinə görə araşdırma tətbiqi araşdırma hesab olunur. Araşdırmada nəticə əsaslı təhlil və analiz modelləşdirmə metodlarından istifadə olunduğu üçün araşdırmaya əsasən səbəb-nəticə əlaqəli araşdırma modeli kimi yanaşılmışdır. İstifadə olunan araşdırma modeli vasitəsilə insan resurslarının performansına təsir göstərən faktorlar müəyyən edilməyə çalışılmışdır.

Tərtib edilən araşdırma modeli aşağıdakı kimi müəyyənləşdirilmişdir. Burada insan resursları performansına təsir göstərən faktorlar sərbəst dəyişənlər, rol çəkişməsi, rol məlumatsızlığına təsir göstərən faktorlar isə asılı dəyişənlər kimi qəbul edilmişdir.

Qrafik 1. Araşdırmanın modeli:



Araşdırmanın Hipotezləri

Azərbaycan Respublikası ərazisində fəaliyyət göstərən müxtəlif müəssisələrdə rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının insan resursları performansına təsiri mövzusunda olan tədqiqatı təhlil etmək üçün ana hipotez və ana hipotezin törəmələri olan alt hipotezlər aşağıda göstərilən şəkildə müəyyən edilmişdir:

Əsas hopitezlər – H_{01}, H_{02}, H_{03}:

H_{01}: Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı insan resursları performansına təsir göstərir.

H_{02}: Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı insan resursları performansına təsiri rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının meydana gəlmə səbəblərinə görə dəyişir.

H_{03}: Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının insan resursları performansına təsiri demoqrafik faktorlara (yaş, cinsiyyət, ailə vəziyyəti, təhsil səviyyəsi, vəzifənin kateqoriyası, müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektor, iş təcrübəsi, aylıq gəlir) görə dəyişir.

Törəmə hipotezlər – H_1, H_2, H_3:

H_1: Rol çəkişməsi və insan resursları performansı arasında mənfi əlaqə vardır.

H_2: Rol məlumatsızlığı və insan resursları performansı arasında mənfi əlaqə vardır.

H_3: İş təcrübəsi beş ildən aşağı olan şəxslər təcrübəsi daha çox olan şəxslərə nisbətən daha çox rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı halı ilə üzləşir.

Analiz

Araşdırmada tədqiqat obyekti kimi mülkiyyət formasından asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasında sənaye, kənd təssərrüfatı və xidmət sektorunda fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə çalışan işçilər müəyyən edilmişdir. Sorğu anketi təsadüfi seçmə üsulu ilə seçilmiş müəssisələrdə çalışan 167 (yüz altmış yeddi) nəfər işçi tərəfindən tam və dolğun şəkildə cavablandırılmışdır. Araşdırma anketi bütün iştirakçılar tərəfindən anonim şəkildə elektron formada doldurulmuşdur.

Araşdırma zamanı əldə olunan verilənlərin analizi və analizlərin nəticə və gözləntiləri SPSS Statistics 25 (Statistical Package for the Social Sciences) və SPSS Modeler 18.2 proqram təminatlarında təhlil olunaraq şərh edilmişdir. Araşdırmada əsasən dövrün tələblərinə uyğun olan analitik və ekonometrik modellər əsasında təhlil edilmişdir. Bu testlərə əsasən tezlik testləri, kronbaç alfa testi, normal paylanmaların yoxlanması testləri, tək yönlü reqresiya, hipotez testi, çox yönlü reqresiya, Kruskal Wallis testi, Korrelasiya testi istifadə olunmuşdur. Araşdırmadan əldə olunan təhlil nəticələri məlumatların işlənməsi, emalı və şərhi hissəsində ətraflı təhlil olunaraq şərh edilmişdir. Araşdırmadan əldə edilən bütün nəticələri $P<0.05$, bəzi analizlərdə isə $P<0.01$ etibarlılıq intervalında analiz edilmişdir.

Araşdırma zamanı əldə olunan bütün məlumatlar dolayı mühakimə metodu vasitəsilə ilk mənbədən əldə edilmişdir. Məlumatların toplanması üçün müxtəlif şkalalı Likərt anket sorğusundan istifadə edilmişdir. Anket sorğusu hazırlanarkən sualların həm asan və sürətli şəkildə cavablandırılmasına, həm də dolayı ölçmə metodu istifadə edildiyinə görə real təhlil zamanı doğru nəticələr əldə etmək üçün dəyişənləri müəyyənləşdirərkən lazımi səy göstərilmişdir.

Tədqiqatın sorğu anketi 2 (iki) hissədən ibarətdir. Birinci hissə əsasən demoqrafik məlumatları əks etdirən suallardan təşkil olunub. Buraya əsasən yaş, cins, ailə vəziyyəti, təhsil pilləsi, çalışdığınız müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektor, vəzifə kateqoriyası, ümumi iş təcrübəsi müddəti, hal-hazırda çalışdığınız müəssisədə iş təcrübəsi müddəti, aylıq gəlir kimi suallar aiddir. İkinci hissədə isə rol

çəkişməsi və rol məlumatsızlığının insan resursları performansına təsirinə dair xüsusi suallar öz əksini tapmışdır. Buraya əsasən rol çəkişməsinə təsir edən faktorlar, rol məlumatsızlığına təsir edən faktorlar, insan resursları performansına təsir edən faktorlar və s. kimi suallar aiddir. Tədqiqat zamanı sorğu anketini cavablandıran iştirakçıların demoqrafik və sosial-iqtisadi məlumatları aşağıda göstərilən kimidir:

Anket sorğusunda iştirak etmiş şəxslərin yaşlarına nəzər yetirsək görə bilərik ki, bu şəxslərin 43.1%-i və ya 72 nəfərin yaşı 18-25 yaş aralığında, 32.9%-i və ya 55 nəfərin yaşı 25-30 yaş aralığında, 18.6%-i və ya 31 nəfərin yaşı 30-35 yaş aralığında yerləşir, 5.4%-i və ya 9 nəfərin yaşı isə 35 yaşdan çoxdur. Cins faktoruna nəzər yetirsək, respondentlərin 56.9%-i və ya 95 nəfər kişi, 43.1%-i və ya 72 nəfər isə qadın cinsinə mənsub olduğunu görə bilərik. Ailə vəziyyəti məlumatlarına əsasən deyə bilərik ki, bütün iştirakçıların 62.3%-i və ya 104 nəfərin ailə vəziyyəti subay, 37.7%-i və ya 63 nəfərin isə ailə vəziyyəti evlidir. İştirakçılardan soruşulan təhsil pilləsi haqqındakı məlumatlar göstərir ki, iştirakçıların 3%-i və ya 5 nəfər ümumi təhsil (ibtidai təhsil, əsas təhsil, orta təhsil), 41.3%-i və ya 69 nəfər peşə - ixtisas təhsili (texniki – peşə təhsili, orta ixtisas təhsili, ali ixtisas təhsili – bakalavriatura), 55.7%-i və ya 93 nəfər isə diplomdan sonrakı təhsil (stajkeçmə, ordinatura, magistratura, doktorantura, sərbəst təhsil) pilləsinə mənsubdur. Sorğuda iştirak edən şəxslərin çalışdıqları müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektora nəzər yetirsək, iştirakçıların 69.5%-i və ya 116 nəfərin xidmət sektorunda, 30.5%-i və ya 51 nəfərin kənd təsərrüfatı sektorunda fəaliyyət göstərdiyini müşahidə edə bilərik. Respondentlərin 97%-nin və ya 162 nəfərin vəzifə kateqoriyası qulluqçu (rəhbər, mütəxəssis, texniki icraçı), 3%-nin və ya 5 nəfərin isə vəzifə kateqiyasının fəhlə (ixtisassız, ixtisaslı) olduğu müəyyən edilmişdir. Ümumi iş təcrübəsi məlumatlarına əsasən demək olar ki, respondentlərin 62.3%-i və ya 104 nəfərin iş təcrübəsi 5 ilə qədərdir, 25.1%-i və ya 42 nəfərin iş təcrübəsi 5-10 il arasıdır, 11.4%-i və ya 19 nəfərin iş təcrübəsi 10 ildən çoxdur. Sorğu iştirakçılarının hal – hazırda çalışdıqları müəssisədə isə iş təcrübəsi müddətləri müvafiq olaraq 89.2%-i və ya 149 nəfərdə 5 ilə qədərdir, 5.4%-i və ya 9 nəfərdə 5-10 il arasıdır, 2.4%-i və ya 4 nəfərdə isə 10 ildən çoxdur. Respondentlərin aylıq gəlir haqqında olan suala cavablarına əsasən demək mümkündür ki, onların 19.2%-i və ya 32 nəfərinin aylıq gəliri 0-500 AZN aralığında, 25.1%-i və ya 42 nəfərinin aylıq gəliri 500-800 AZN aralığında, 27.5%-i və ya 46 nəfərinin aylıq gəliri 800-1200 AZN aralığındadır, 28.1%-i və ya 47 nəfərinin aylıq gəliri isə 1200 AZN-dən çoxdur.

Cədvəl 1. Seçmə kütlənin demoqrafik məlumatlarının emalı və şərhi

		Tezliklər	**Faizlə ifadəsi**
Yaş	18-25	72	43.1%
	25-30	55	32.9%
	30-35	31	18.6%
	35-dən çox	9	5.4%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**

Cins	Kişi	95	56.9%
	Qadın	72	43.1%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Ailə vəziyyəti	Subay	104	62.3%
	Evli	63	37.7%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Təhsil pilləsi	Ümumi təhsil (ibtidai təhsil, əsas təhsil, orta təhsil)	5	3.0%
	Peşə-ixtisas təhsili (texniki-peşə təhsili, orta ixtisas təhsili, ali ixtisas təhsili-bakalavriatura)	69	41.3%
	Diplomdan sonrakı təhsil (stajkeçmə, ordinatura, magistratura, doktorantura,sərbəst təhsil)	93	55.7%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Çalışdığı müəssisənin fəaliyyət sektoru	Xidmət	116	69.5%
	Kənd təsərrüfatı	51	30.5%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Vəzifə kateqoriyası	Qulluqçu (Rəhbər, Mütəxəssis, Texniki icraçı)	162	97.0%
	Fəhlə (İxtisaslı, İxtisassız)	5	3.0%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Ümumi iş təcrübəsi	5 ilə qədər	104	62.3%
	5-10 il arası	42	25.1%
	10 ildən çox	199	11.4%
Cavablanmayan		2	1.2%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
	5 ilə qədər	149	89.2%

Çalışdığı müəssisədə iş təcrübəsi	5-10 il arası	9	5.4%
	10 ildən çox	4	2.4%
Cavablanmayan		5	3.0%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**
Aylıq gəlir	0-500 AZN	32	19.2%
	500-800 AZN	42	25.1%
	800-1200 AZN	46	27.5%
	1200 AZN-dən çox	47	28.1%
Məcmu nəticə		**167**	**100.0%**

Araşdırma zamanı istifadə olunan anket sorğusunda olan sualların etibarlılığını yoxlamaq üçün Etibarlılıq Analizi (Cronbach's Alpha) testindən istifadə edilmişdir. Etibarlılıq Analizi nəticəsində anketin etibarlılığı 0 ilə 1 rəqəmi arasında qiymətləndirilir və bu Cronbach's Alpha əmsalı adlandırılır. Anketin Cronbach's Alpha əmsalı 0.808 qiymətləndirilmişdir. Bu qiymətləndirmə anketin çox etibarlı olduğunun sübutudur.

Cədvəl 2. Etibarlılıq Analizi (Cronbach's Alpha)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized items	N of items
.808	.826	23

Araşdırma zamanı statik analizlər aparılarkən dəyişənlər normal paylandığı təqdirdə parametrik testlər, normal paylanmadığı zaman isə parametrik olmayan testlər tətbiq edilir. İlkin olaraq toplanan bütün məlumatların normal paylanıb – paylanılmadığını ölçmək üçün hipotezdən istifadə olunmuşdur:

H_0: Dəyişənlər 95% əminliklə normal paylanmışdır;

H_1: Dəyişənlər 95% əminliklə normal paylanmamışdır.

Cədvəl 3-ə nəzər yetirsək görərik ki, 2 fərqli testdən istifadə olunmuş və nəticələr əldə edilmişdir. Bu testlərdən biri "Kolmogorov – Smirnov", digər test isə "Shapiro – Wilk" testidir. Bu zaman "Shapiro – Wilk" testinin "Sig.Level" əhəmiyyətlilik dərəcəsi 0,05-dən böyük olduğu üçün bütün qruplar üçün H_0 hipotezinin doğruluğu qəbul edilmişdir. Yəni bütün qruplar üzrə 95% əminliklə normal paylanma müşahidə olunduğu təsdiq edilmişdir.

Cədvəl 3. Dəyişənlərin paylanması testi (Normallıq testi)

Normallıq testi						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Rol çəkişməsi	.082	167	.009	.985	167	.079
Rol məlumatsızlığı	.113	167	.000	.955	167	.000
Performans	.119	167	.000	.934	167	.000

Tədqiqat zamanı istifadə olunan verilənlərin normal paylanıb paylanılmamasını müəyyən etdikdən sonra araşdırmada parametrik olmayan testlər də tətbiq edilmişdir. Cədvəl 4-də də əks olunduğu kimi "Kruskal – Wallis" testi əsasında əldə edilmiş nəticəyə əsasən demək olar ki, ümumi iş təcrübəsinin müddəti ilə rol çəkişməsi, rol məlumatsızlığı və insan resurslarının performansı arasında müəyyən əlaqə vardır. Belə ki, ümumi iş təcrübəsi müddəti faktoru insan resursları performansına təsir edən faktorlar olan rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının səviyyəsinə təsir göstərən bir faktor kimi müəyyən dərəcədə fərqlilik əmələ gətirmişdir.

Cədvəl 4. Ümumi iş təcrübəsi müddətinin fərqli olmasının rol çəkişməsi, rol məlumatsızlığı və insan resursları performansına təsirinin ölçülməsi və qiymətləndirilməsi yanaşmasında "Kruskal Wallis" testi

	Ümumi iş təcrübəsi müddəti	N	Mean rank	SD	X2	P
Rol Məlumatsızlığı	5 ilə qədər	26	34.35	.724	2	.696
	5-10 il arası	26	37.63			
	10 ildən çox	21	39.50			
	Total	73				
Rol çəkişməsi	5 ilə qədər	26	33.73	1.361	2	.506
	5-10 il arası	26	37.06			
	10 ildən çox	21	40.98			
	Total	73				

D – Sərbəstlik dərəcəsi, P – Dəyəri (Əhəmiyyət dərəcəsi)

Araşdırmada istifadə edilən bir digər test isə Spearman Korrelasiya testidir. Bu testin analiz nəticələri Cədvəl 5-də göstərilmişdir. Dəyişənlər arasındakı əlaqənin statistik dəyəri (r) 0-0.30 aralığında olduqda

zəif əlaqə, 0.30-0.70 arasında olduqda orta, 0.70-1 aralığında olduqda isə güclü əlaqə olduğunu təsbit etməkdədir.

Cədvəl 5.-dən göründüyü kimi insan resurslarının performansı ilə rol çəkişməsi arasında statistika əsaslı heç bir fərqlilik müəyyən edilməmişdir. Korrelasiya əmsalı isə (r=-.151) mənfi əlaqənin olduğunu müəyyən etmişdir. R (korrelasiya əmsalı) dəyərinə nəzər yetirdikdə görə bilərik ki, bu əlaqə 0-0.30 aralığında yerləşir, beləliklə dəyişənlər arasında zəif əlaqə vardır.

Rol məlumatsızlığı ilə insan resurslarının performansı arasında statistika əsaslı orta dərəcədə fərqlilik müəyyən edilmişdir. Korrelasiya əmsalı (r=.602) dəyişənlər arasında müsbət əlaqənin olduğunu müəyyən etmişdir. Korrelasiya əmsalı (R) dəyərinin nəticəsinə baxsaq, görərik ki, bu əlaqə 0.30-0.70 aralığında olduğu üçün dəyişənlər arasında orta dərəcədə əlaqə var.

Cədvəl 5. Dəyişənlər Arasında Korrelasiya Testi

			Rol çəkişməsi	Rol məlumatsızlığı	Performans
Spearman's rho	Rol çəkişməsi	Correlation Coefficient	1.000	.020	-.159*
		Sig. (2-tailed)	.	.794	.040
		N	167	167	167
	Rol məlumatsızlığı	Correlation Coefficient	.020	1.000	.602**
		Sig. (2-tailed)	.794	.	.000
		N	167	167	167
	Performans	Correlation Coefficient	-.159*	.602**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.040	.000	.
		N	167	167	167

***.Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).**
****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

Nəticə

Həyata keçirilən testlərin nəticələrinə əsasən deyə bilərik ki, rol çəkişməsi və insan resursları performansı arasında əlaqə vardır və bu əlaqə mənfi əlaqədir. Yəni, rol çəkişməsinin miqdarı artdıqca insan resursları performansının səviyyəsi aşağı düşür, rol çəkişməsinin miqdarı azaldıqca insan resursları performansının səviyyəsi yüksəlir. Belə ki, H_1 hipotezinin doğruluğu sübut olunmuşdur. Araşdırma zamanı əldə edilən nəticəyə əsasən H_2 hipotezinin doğruluğu qəbul olunmamışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, təhlildə istifadə olunan testlərin nəticəsinə görə H_3 hipotezinin doğruluğu qəbul olunmamışdır.

Hipotezlərin test olunması nəticəsi aşağıda göstərilən cədvəllərdə əks olunmuşdur:

Cədvəl 6. Ana Hipotezin Testi

Hipotez	Ana hipotez	Qəbul	Rədd
Əsas hipotez – H_{01}	Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı insan resursları performansına təsir göstərir.	+	
Əsas hipotez – H_{02}	Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı insan resursları performansına təsiri rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının meydana gəlmə səbəblərinə görə dəyişir.	+	
Əsas hipotez – H_{03}	Rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığının insan resursları performansına təsiri demoqrafik faktorlara (yaş, cinsiyyət, ailə vəziyyəti, təhsil səviyyəsi, vəzifənin kateqoriyası, müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektor, iş təcrübəsi, aylıq gəlir) görə dəyişir.	+	

Cədvəl 7. Törəmə hipotezlərin test olunması nəticəsi

Hipotez	Ana hipotez	Qəbul	Rədd
H_1	Rol çəkişməsi və insan resursları performansı arasında mənfi əlaqə vardır.	+	
H_2	Rol məlumatsızlığı və insan resursları performansı arasında mənfi əlaqə vardır.		+
H_3	İş təcrübəsi beş ildən aşağı olan şəxslər təcrübəsi daha çox olan şəxslərə nisbətən daha çox rol çəkişməsi və rol məlumatsızlığı halı ilə üzləşir.		+

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Acker, Gila M. (2004), "The Effect of Organizational Conditions (Role Conflict, Role Ambiguity, Opportunities for Professional Development, and Social Support) on Job Satisfaction and Intention to Leave Among Social Workers in Mental Health Care", Community Mental Health Journal, Vol. 40, Issue 1, p. 65-73
2. Adnan Ceylan, Yıldırım Hüseyin Ulutürk "Rol Belirsizliği, Rol Çatışması, İş Tatmini Ve Performans Arasındaki İlişkiler", Doğuş Üniversitesi Dergisi, 2006, s. 48-58
3. Beril Durmuş, Murat Çinko, E. Serra Yurtkoru, Sosyal Bilimlerde SPSS`le Veri Analizi, 6. Baskı, Beta Yayınları, 215 Sayfa Sayısı, İstanbul, 2016.
4. Dağ, İhsan (1991), "Rotter'in İç-Dış Kontrol Odağı Ölçeği'nin (RİDKOÖ) Üniversite Öğrencileri Đçin Güvenirliği ve Geçerliği", Psikoloji Dergisi, Cilt 7, Sayı 26, s. 10-16
5. Harris, M.M. "Role conflict and role ambiguity as substance versus artifact: A confirmatory factor analysis of House, Schuler and Levanoni's (1983) scale.", Journal of Applied Psychology, 1991, 76: 122-126
6. Jones, M.L. "Role conflict: cause of burnout or energizer?", Social Work, 1993, March, Vol. 38 Issue 2, p 136.
7. Kemal Kurtuluş, Araştırma Yöntemleri, 1, Baskı, Türkmen Kitabevi, 326 Sayfa Sayısı, İstanbul, 2010
8. Kurt, İlge "Rol Stress Kaynakları ve İş Tamini arasındakı ilişkide amirin algılanan sosyal desteğinin ektisi", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2010
9. Bingöl D., (2013), İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul, "Beta", 698 səh
10. Nizayi Karasar, Araştırmalarda Rapor Hazırlama, 18, Baskı, 232 Sayfa Sayısı, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic, Ltd, Şti,, İstanbul, 2014.
11. Pettigrew, A.M. "On studying managerial elites.", Strategic Management Journal, 1992, 13: 163-182

12. Prof. Dr. Şeref Kalaycı, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 6, 426 Sayfa Sayısı, Baskı, İstanbul.
13. Rauf Arıkan, Anketler ve Anket Soruları, 1, Baskı, 129 Sayfa Sayısı, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic, Ltd, Şti,, İstanbul, 2013.
14. Rizzo, J. R., House, R. J., Lirtzman, S. I. “Role conflict and ambiguity in complex organizations.”, Administrative Science Quarterly, 1970, p15, 150-163.
15. Sabine Landau and Brian S. Everitt, A Handbook of Statistical Analyses using SPSS, 1 st Edition, 339 Pages, Chapman & Hall/CRC Press LLC, UK, 2004.
16. Türker Baş, Anket: Nazıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir? 7, 263 Sayfa Sayısı, Baskı, Seçkin yayıncılık San, Ve Tic, A,Ş,, Ankara, 2013.

Azərbaycanda Fəaliyyət Göstərən Müəssisələrdə İşdən Soyumanın İşçilərin Performansına Təsirinin Ölçülməsi Və Qiymətləndirilməsinə Dair Araşdırma

Zeynəb Həsənova

zainab.hasanova@gmail.com

Xülasə

Elm və texnologiya inkişaf etdikcə təşkilatlarda texnologiyanın rolu artır, insanlar isə arxa plana keçir. Bu arxa planda qalma hər bir işçiyə müxtəlif aspektlərdən təsir göstərir və bəzi işçilərdə onlarda işlərinə qarşı laqeydlik, soyuma, işini sevməmə və s. kimi neqativ halların yaranmasına gətirib çıxarır. Təbii ki, məsələni bir az daha araşdırsaq görərik ki, işçilərin soyuması təkcə təşkilati məsələlər və ya idarəetmə modeli ilə əlaqədar deyil, bir sıra demoqrafik,psixoloji, sosial ve digər amillərlə də bağlıdır. Hazırda elə bir dövrə gəlib çatmışıq ki, daha uğurlu fəaliyyət göstərən təşkilatlar öz uğurlarını maşınlarının gücü ilə deyil, onları idarə edən insanların bacarıq və bilikləri ilə ölçürlər. Emosional intellektin ön plana çıxdığı bu dövrdə güclü keyfiyyətlərə sahib işçilərini loyal edə bilən təşkilatlar rəqabət bazarında üstünlük qazanırlar. Ancaq təəssüfedici haldır ki, bu mövzunun əhəmiyyətinin artması o demək deyil ki, bütün təşkilatlar bu mövzuda ayıqdır və nə isə edirlər. Bu xəbərsizlik hər il neçə işçinin öz işindən soyumasına, depresiyaya düşməsinə və bir sıra digər problemlərə səbəb olur. Təşkilat özü də bilmədən işçisini itirməklə öz uğurunu, keyfiyyətli məhsulunu, potensial müştərisini və nüfuzunu itirir. Məqalədə işçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri barədə aparılan araşdırma haqqında məlumat verilir. Bununla bağlı irəli sürülən hipotezlər, hipotezləri yoxlamaq üçün aparılmış testlər və testlərin nəticəsi qeyd olunur.

Açar sözlər : **İşdən Soyuma, Performans, Təşkilat.**

Giriş

Təşkilatların uğurlu fəaliyyətinə təsir göstərən əsas amillərdən biri onun məhsuldarlıq dərəcəsidir. Təşkilatların məhsuldarlığı bir sıra amillərdən asılıdır. Bu amillərin içərisində əsas yeri onun iş qüvvəsi tutur. Məhsuldar işçi məhsuldar təşkilat deməkdir. Əgər təşkilatlar bazarda güclü mövqeyə sahib olmaq, rəqibləri ilə sağlam mübarizə aparmaq, gəlirlərini artırıb, xərclərini azaldaraq səmərəli fəaliyyət göstərmək istəyirsə, o zaman diqqət etməli olduğu əsas amillərdən biri həmin təşkilatın insan resursları və onların performansıdır. İstər son nəticədə hasil olan məhsulun keyfiyyəti olsun, istərsə də təşkilatın nüfuzu baxımından işçilərin performansı ciddi əhəmiyyətə malikdir. Buna görə də mütəmadi olaraq araşdırmalar aparmalı, təhlillər edilməlidir. Müəyyənləşdirilməlidir ki, hansı amillər işçilərin performasında artıma, hansılar isə azalmaya səbəb olur. İşçilərin performansına birbaşa təsir edən amillərdən biri və ən əhəmiyyətlisi işdən soyumadır.

“Soyuma” anlayış olaraq latın dilində “alienato” əvəzliyi və “alienarer” feilindən yaranıb, ilkin mənada bir şeyin sahibliyinin başqa birinə verilməsi, ikinci mənada aralarında əlaqə mövcud olan iki şey arasında ayrılma deməkdir (Kamungo, 1982). Müxtəlif istək, inanc və məqsədlərə bağlı olaraq yaranan işdən soyuma işçinin xəyal etdikləri ilə həqiqətlər arasında yaşadığı ziddiyyətdir. İşdən soyuma fərdin özünü bir bütün olaraq hiss edə bilməməsi ilə birlikdə zehnində bölünmələrə səbəb olan hərəkət və təcrübələrdir (Bonjean və Grimes, 1970; Taştan, 2014). Başqa bir anlayışa görə, işdən soyuma “ fərdin özünü istehsal etdiyi şeylərdən ayırıb, uzaqlaşdırması kimi ifadə olunur” (Corlett, 1988). Ziilerə görə işdən soyuma özünə hörmət, azalmış sosial qayğı və yüksək mən mərkəzcilik anlayışları ilə əlaqəlidir.

İşdən soyuma insan əməyinin, işinin və hərəkətlərinin edildiyi andan etibarən maddiləşməsi, insanın öz ixtiyarından kənara çıxması, insanın nəzarətdən qurtularaq bir növ kapitalistin əlinə düşməsidir. Fərdin fəaliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edəcək və öz iradəsindən kənar gücsüzlük hiss etməsi, fərdin qorxuları ilə baş edə biləcək lazımı cəsarətə sahib olmaması əhəmiyyətli bir işdən soyuma əlamətidir. Clarka görə soyuma "fiziki, zehni, yaxud hər iki tərəfdən sosial təsirlərə görə soyuyan fərdin psixoloji vəziyyəti" olaraq ifadə edilmişdir (Clark, 1959).

Nəzərə alsaq ki, istənilən təşkilat öz məqsədlərinə çatmaq üçün resurslarından səmərəli və məhsuldar şəkildə istifadə etməlidir və resursların səmərəli və məhsuldar şəkildə istifadə olunması resursların maddi və qeyri-maddi olmasından asılı olmayaraq birbaşa onları idarə edən şəxslərdən asılıdır, deməli, işçilərin işdən soyuması müəssisələrin qarşısında qoyulmuş ciddi bir problemdir.

Araşdırmanın Məqsədi

Kommersiya və ya qeyri-kommersiya məqsədilə fəaliyyət göstərən istənilən təşkilat öz məqsədlərinə çatmaq üçün resurslarından səmərəli və məhsuldar şəkildə istifadə etməlidir. Resursların səmərəli və məhsuldar şəkildə istifadə olunması resursların maddi və qeyri-maddi olmasından asılı olmayaraq birbaşa onları idarə edən şəxslərdən asılıdır. Səmərəli idarəetməyə sahib olmaq isə təşkilatların onların resurslarını idarə edən işçilər ilə necə davrandıqlarına görə fərqlənir. Buna müvafiq olaraq işçilərin işə sədaqətli olması, yaxud işdən soyuması kimi nəticələr hasil olur.

İşçilərin işdən soyumasında təşkilatların idarəetmə modelləri nə qədər təsirli olsa da bəzən soyuma digər halların da nəticəsi kimi yaranır və performansa təsir edir. Araşdırma bu təsirin ölçülüb qiymətləndirilməsi məqsədilə həyata keçirilmişdir.

Araşdırmanın Hipotezləri

İşdən Soyumanın performansa təsirini müəyyənləşdirmək üçün araşdırmada qurulan fərziyyələr aşağıdakılardır:

Ana Hipotez 1: İşçilərin işdən soyuması onların performansına təsir göstərir.

Ana Hipotez 2: İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri demoqrafik faktorlara görə dəyişir.

Bununla əlaqədar araşdırmanın aşağıdakı törəmə hipotezləri mövcuddur:

H1:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin cinsiyyətinə görə dəyişir.

H2:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin yaşına görə dəyişir.

H3:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin ailə vəziyyətinə görə dəyişir.

H4:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin təhsil səviyyəsinə görə dəyişir.

H5:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin çalışdığı müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektora görə dəyişir.

H6:İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin kateqoriyasına (fəhlə, yaxud qulluqçu) görə dəyişir.

H7: İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin aldığı əmək haqqına görə dəyişir.

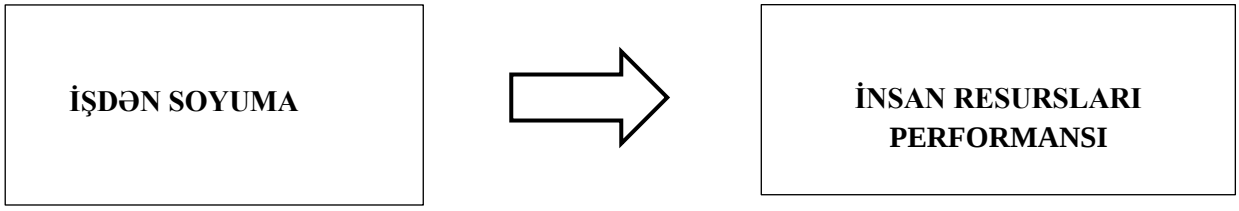
Araşdırmadakı Məhdudiyyətlər

Bu araşdırmada əsas məhdudiyyətlər aşağıda qeyd olunan ardıcıllıqla həyata keçirilmişdir.

- araşdırma yalnız anket metodu əsasında hazırlanmış və anket metodundan əldə olunan məlumatlar əsasında təhlil edilmişdir.
- sorğu anketini cavablandıran respondentlərin onlardan soruşulan sualların tam və dolğun şəkildə anlamaları üçün suallar kifayət qədər anlaşıqlı şəkildə hazırlanmışdır.
- əldə olunmuş verilənlər və analizlər sadəcə araşdırmanın aparıldığı dövrü (01.08.2019-01.02.2020) əhatə etmişdir.

Araşdırma Modeli

Araşdırmada nəticə əsaslı təhlil və analiz modelləşdirmə methodlarından istifadə olunduğu üçün araşdırmaya əsasən səbəb-nəticə əlaqəli araşdırma modeli kimi yanaşılmışdır. Tərtib edilən araşdırma modeli aşağıdakı kimi müəyyənləşdirilmişdir. Burada işdən soyuma əsas dəyişən, işçilərin performansı isə asılı dəyişən kimi qəbul edilmişdir.



Araşdırmanın Obyekti

Araşdırmanın tədqiqat obyektini mülkiyyət formasından asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasında sənaye, kənd təssərrüfatı və xidmət sektorunda fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə çalışan işçilər təşkil edir. Təsadüfi seçmə üsulu ilə seçilmiş müəssisələrdə çalışan 188 (yüz səksən səkkiz) nəfər işçi tərəfindən tam və dolğun şəkildə cavablandırılmışdır. Araşdırma anketinin hamısı anonim şəkildə elektron formada doldurulmuşdur.

Analiz

Araşdırma nəticəsində toplanan məlumatlar redaktə edilmiş, kodlaşdırılmış, məlumatların düzgünlüyü yoxlanılmış və səhvlər düzəldilərək proqram təminatı vasitəsi ilə analiz edilmişdir.

Araşdırmadan əldə olunan verilənlərin analizi və analizlərin nəticə və gözləntiləri SPSS Statistics 25 (Statistical Package for the Social Sciences) və SPSS Modeler 18.2 proqram təminatlarında təhlil olunaraq şərh edilmişdir. Araşdırmada əsasən dövrün tələblərinə uyğun olan analitik və ekonometrik modellər əsasında təhlil edilmişdir. Bu testlərə əsasən kronbaç alfa testi, normal paylanmaların yoxlanması testləri, Anova testi və sadə reqressiya testi istifadə olunmuşdur. Araşdırmanın bütün nəticələri $P<0.05$, bəzi analizlərdə isə $P<0.01$ etibarlılıq intervalında analiz edilmişdir.

Tədqiqat anketi 2 (iki) hissədən ibarətdir. Birinci hissədə əsasən müəssisə haqqındakı ümumi məlumatları əks etdirən suallara yer verilmişdir. Buraya əsasən müəssisənin fəaliyyət sektoru, işçilərin yaşı, cinsi, ailə vəziyyəti, təhsil səviyyələri və.s kimi suallar aiddir. İkinci hissədə isə müəssisələrdə

işçilərin işdən soyumasının xidməti fəaliyyətə təsirinin müəyyənləşdirilməsinə aid olan xüsusi suallar öz əksini tapmışdır.

Araşdırmada istifadə olunan anket sorğusunun suallarının etibarlılığını yoxlamaq üçün Etibarlılıq Analizi (Cronbach's Alpha) testindən istifadə edilmişdir. Anketin Cronbach's Alpha əmsalı 0.811 qiymətləndirilmişdir. Bu qiymətləndirmə anketin çox etibarlı olduğunun sübutudur.

Araşdırmada dəyişənlərin normal paylanıb paylanmadığını ölçmək üçün Shapiro-Wilk" testindən istifadə edilmişdir. Burada "Shapiro-Wilk" testinin əhəmiyyətlilik dərəcəsi "Sig.Level" 0,05-dən böyük olduğu üçün (0.373) bütün qruplarda 95% əminliklə normal paylanma müşahidə edildiyi təsdiq edilmişdir.

Seçmə kütlə fərqli sektorlarda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə çalışan 188 işçidən ibarətdir. Anket sorğusunda iştirak etmiş şəxslərin yaşlarına nəzər yetirsək görə bilərik ki, bu şəxslərin 48.9%-i və ya 92 nəfərin yaşı 18-25 yaş aralığında, 36.2%-i və ya 68 nəfərin yaşı 25-35 yaş aralığında yerləşir, 14.9%-i və ya 28 nəfərin yaşı isə 35 yaşdan çoxdur. Cins faktoruna nəzər yetirsək, respondentlərin 56.9%-i və ya 107 nəfər qadın, 43.1%-i və ya 81 nəfər isə qadın cinsinə mənsub olduğunu görə bilərik. Ailə vəziyyəti məlumatlarına əsasən deyə bilərik ki, bütün iştirakçıların 67.6%-i və ya 127 nəfərin ailə vəziyyəti subay, 32.4%-i və ya 61 nəfərin isə ailə vəziyyəti evlidir. İştirakçılardan soruşulan təhsil pilləsi haqqındakı məlumatlar göstərir ki, iştirakçıların 2.1%-i və ya 4 nəfər ümumi təhsil (ibtidai təhsil, ümumi orta təhsil, tam orta təhsil), 5.3%-i və ya 10 nəfər peşə - təhsili (ilk peşə təhsili, texniki peşə təhsili,), 45.7%-i və ya 86 nəfər əsas baza ali təhsil (bakalavriatura), 46.8%-i və ya 88 nəfər isə ali təhsil (magistratura, doktorantura,) pilləsinə mənsubdur. Sorğuda iştirak edən şəxslərin çalışdıqları müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektora nəzər yetirsək, iştirakçıların 22.9%-i və ya 43 nəfər 73.4%-i və ya 138 nəfərin xidmət sektorunda, 3.7%-i və ya 7 nəfərin kənd təsərrüfatı sektorunda fəaliyyət göstərdiyini müşahidə edə bilərik. Bu şəxslərin 95.2%-nin və ya 179 nəfərin vəzifə kateqoriyası qulluqçu (rəhbər, mütəxəssis, texniki icraçı), 4.8%-nin və ya 9 nəfərin isə vəzifə kateqiyasının fəhlə (ixtisassız, ixtisaslı) olduğu müəyyən edilmişdir. Respondentlərin aylıq gəlir haqqında olan suala cavablarına əsasən demək mümkündür ki, onların 36.7%-i və ya 69 nəfərinin aylıq gəliri 0-500 AZN aralığında, 20.7%-i və ya 39 nəfərinin aylıq gəliri 500-800 AZN aralığında, 26.6%-i və ya 50 nəfərinin aylıq gəliri 800-1200 AZN aralığında, 16%-i və ya 30 nəfərinin aylıq gəliri isə 1200 AZN-dən çoxdur.

Cədvəl 1. Seçmə kütlənin demoqrafik məlumatlarının emalı və şərhi

Dəyişənlər		**Tezliklər**	**Faizlə ifadəsi**
Yaş	**18-25**	**92**	**48.9%**
	25-35	**68**	**36.2%**
	35-dən çox	**28**	**14.9%**
Məcmu nəticə		**188**	**100.0%**
Cins	**Kişi**	**81**	**43.1%**

	Qadın	107	56.9%
Məcmu nəticə		188	100.0%
Ailə vəziyyəti	Subay	127	67.6%
	Evli	61	32.4%
Məcmu nəticə		188	100.0%
Təhsil pilləsi	Ümumi təhsil (ibtidai təhsil, orta təhsil, tam orta təhsil)	4	2.1%
	Peşə-ixtisas təhsili (ilk peşə təhsili,texniki peşə təhsili)	10	5.3%
	Əsas baza təhsil (bakalavriat)	86	45.7.7%
	Ali təhsil (magistratura, doktorantura)	88	46.8%
Məcmu nəticə		188	100.0%
Çalışdığı müəssisənin fəaliyyət sektoru	Sənaye	43	22.9
	Xidmət	138	73.4%
	Kənd təsərrüfatı	7	3.7%
Məcmu nəticə		188	100.0%
Vəzifə kateqoriyası	Qulluqçu (Rəhbər, Mütəxəssis, Texniki icraçı)	179	95.2%
	Fəhlə (İxtisaslı, İxtisassız)	9	4.8%
Məcmu nəticə		188	100.0%
Əmək haqqı	250-500 AZN	69	36.7%
	500-800 AZN	39	20.7%
	800-1200 AZN	50	26.6%
	1200 AZN-dən çox	30	16%
Məcmu nəticə		188	100.0%

Hipotezlərlə əlaqədar testlərin nəticəsi aşağıdakı qrafikdə qeyd edilmişdir :

Cədvəl 2. Təkyönlü Anova testinin nəticəsinə əsasən işdən soyumanın performansa təsiri.

Dəyişənlər	Qruplar	Sig. Dəyəri
Cins	Qadın	0.316
	Kişi	
Yaş	18-25	0.052
	25-35	
	35 yaşdan yuxarı	
Ailə vəziyyəti	Subay	0.002
	Evli	
Təhsil səviyyəsi	Ümumi təhsil(ibtidai təhsil, ümumi orta təhsil, tam orta təhsil)	0.567
	Peşə təhsil (ilk peşə təhsili, texniki peşə təhsili)	
	Əsas baza təhsil (bakalavriatura)	
	Ali təhsil (magistratura, doktorantura)	
Müəssisənin fəaliyyət sektoru	Sənaye	0.91
	Xidmət	
	Kənd təsərrüfatı	
İşçi kateqoriyası	Qulluqçu (rəhbər, mütəxəssis, texniki icraçı)	0.309
	Fəhlə (ixtisaslı, ixtisassız)	
Əmək haqqı	250-500 AZN	0.351
	500-800 AZN	
	800-1200 AZN	
	1200 AZN-dən yuxarl	

Nəticə

Nəticələrə görə, Ana Hipotez 1 (İşçilərin işdən soyuması onların performansına təsir göstərir.

Ana Hipotez 2 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri demoqrafik faktorlara görə dəyişir.) ; həmçinin törəmə hipotezlər olan H2 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin yaşına görə dəyişir.) və H3 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin ailə vəziyyətinə görə dəyişir.) hipotezləri qəbul olunmuş; H1 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin cinsiyyətinə görə dəyişir.), H4 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin təhsil səviyyəsinə görə dəyişir.), H5 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin çalışdığı müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sektora görə dəyişir.), H6 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin kateqoriyasına (fəhlə, yaxud qulluqçu) görə dəyişir.) və H7 (İşçilərin işdən soyumasının onların performansına təsiri işçilərin aldığı əmək haqqına görə dəyişir.) hipotezləri isə öz təsdiqini tapmamışdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. AdibiSadeh, Mahdi and Moazeni, Asghar, 2003, “An analysis on influential factors of alienation among personnel of Banndar Anzali customs house”, Medical school magazine, No 7
2. Aghajani, Hossein and Javadi, Raha, 2008, “A sociological analysis on influential factors of alienation among Arak’s Nurses”, Sociology, No 12.
3. Bakhti, Mehdi, 2009, “A reflection on alienation concept 1”, Research institution weekly of Iranshah, p78
4. Beril Durmuş, Murat Çinko, E. Serra Yurtkoru, Sosyal Bilimlerde SPSS`le Veri Analizi, 6. Baskı, Beta Yayınları, 215 Sayfa Sayısı, İstanbul, 2016.
5. Bonjean, C.M. və Grimes, M.D.(1970) Bureaucracy and Alienation: A Dimensional Approach. Social Forces, 48(3), 363-373.
6. Clark, J.P.(1959). Measuring Alienation Within a Social System. American Sociological Review, 24(6), 849-852.
7. Corlett, J.A. (1988). Alienation in Capitalist Society. Journal of Business Ethics, 7(9), 699-701.
8. Kamungo, R.N. (1982b). Work Alienation: An İntegrative Approach. Neü York: Praeger.
9. Kanungo, “Social alienation along with an analysis about valuable belongings among senior and junior students”, M.A thesis, Tehran, human scirence and literature faculty
10. Kemal Kurtuluş, Araştırma Yöntemleri, 1, Baskı, Türkmen Kitabevi, 326 Sayfa Sayısı, İstanbul, 2010.
11. Nizayi Karasar, Araştırmalarda Rapor Hazırlama, 18, Baskı, 232 Sayfa Sayısı, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic, Ltd, Şti,, İstanbul, 2014.
12. Prof.Dr. Şeref KALAYCI, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 6, 426 Sayfa Sayısı, Baskı, İstanbul.
13. Rauf Arıkan, Anketler ve Anket Soruları, 1, Baskı, 129 Sayfa Sayısı, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic, Ltd, Şti,, İstanbul, 2013.
14. Sabine Landau and Brian S. Everitt, A Handbook of Statistical Analyses using SPSS, 1st Edition, 339 Pages, Chapman & Hall/CRC Press LLC, UK, 2004.
15. Sefdaghatifard, Mojtaba and Abodallahzadeh, Maryam, 2009, “An analysis on work alienation and the influential factors among employees”, Industrial/organizational psychology magazine, first year, No 1, p17
16. Taştan, S.B. (2014). The Theoretical Implications of Job Demands-Resources Model: A Resources Study on the Relations of Job Demands, Supervisor Support and Job Autonomy with Work Engagement. Ataturk University Journal of Economics&Administrative Sciences, 28 (4), 120-192.
17. Türker Baş, Anket: Nazıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir? 7, 263 Sayfa Sayısı, Baskı, Seçkin yayıncılık San, Ve Tic, A,Ş,, Ankara, 2013.
18. Usul, H. Ve A. (2014). Sağlık Sektöründe Yabancılaşma Düzeyi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araşdırmalar dergisi, 16 (26), 1-10.

Azərbaycanda İnsan Resurslarının İdarəedilməsində İnnovativ Yanaşmaların Tətbiqi Xüsusiyyətləri

Eltun Eyvaz-zadə

eyvazzade@yahoo.com

Xülasə

İnnovasiya prinsip etibarilə yenilik hesab olunan proseslərin müəyyən ümumi xarakteristikalarını özündə birləşdirməklə onun xüsusiyyətlərini, qarşılıqlı əlaqə və münasibətlərini əks etdirir. Yeniliklərin ölkəmizə kütləvi axınını yarada bilən innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına tələb artmaqdadır. İdarəetmənin digər sahələrində olduğu kimi insan resurslarının idarə edilməsi sistemində də formalaşmış ənənəvi idarəetmə medodlarının tətbiqi nəticəsində demək olar ki, insan resurslarının mövcud bilik və bacarıqlarından yetərincə istifadə edilmir, bu da öz növbəsində resursların mənəvi olaraq "köhnəlməsinə", işçilərin motivasiyasının və məhsuldarlığının aşağı səviyyəyə enməsinə səbəb olur. İnsan resurslarının idarə edilməsi ilə bağlı beynəlxalq təcrübələrə uyğun olaraq idarəetmə o zaman səmərəli və mövcud tələblərə cavab verir ki, hər bir insan resursuna düşən məhsuldarlıq resursların saxlanılmasına çəkilən xərcləri üstələsin. Son zamanlar geniş yayılmış idarəetmə formalarından biri kimi insan resurslarının innovativ metodların tətbiqi ilə, bir sözlə innovativ idarəetmə modeli geniş rast gəlinməkdədir. İqtisadi fəaliyyətin rəqabətqabiliyyətliliyini və səmərəliliyini artırmaq üçün davamlı mübarizənin şərtləri, insan resurslarını idarə etmək üçün innovativ bir yanaşma yolu ilə problemləri həll etməyə məcbur edir. Azərbaycanda iqtisadi sistemin rəqabət üstünlüklərinin təkmilləşdirilməsi üçün innovasiyaların təsir üsullarının təhlili və qiymətləndirilməsi eyni zamanda praktik əhəmiyyətə malikdir ki, bu vasitə ilə ölkəmizdə İRİE-nə innovativ yanaşmaları tətbiqini sürətləndirmək mümkündür. İnnovasiya iqtisadiyyatı xüsusilə mədəni mühitin, elm və təhsil, yaradıcılıq azadlığı şərtlərinin, kəşf və ixtiraların tərəqqisini tələb edir. İqtisadi tərəqqinin yeni mərhələsində iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətinin çoxalması üçün innovasiyaların idarə olunması ilə əlaqədar məsələlər metodoloji və elmi-nəzəri araşdırmaların aparılmasını tələb edir.

Açar sözlər: innovativ idarəetmə modeli, insan resurslarının informasiya sistemi, elektron insan resurslarının idarə edilməsi.

Giriş

Qloballaşma, dəyişən rəqabət şərtləri, idarəetmə üçün vacib texnologiyalarının davamlı inkişafı, insan resursları rəhbərliyinin işçilərinə olan dünya görüşünü dəyişdirmişdir. İşçilərin "maşın" kimi istifadə edilməsi konsepsiyası istedadların idarə olunması ilə əvəz edilmişdir. İşçilər artıq özlərini təkmilləşdirilməsi, davamlı öyrənə biləcəkləri metodları seçim etməkdə və liderlərindən də özlərinə dəyər vermələrini, fikirlərinə hörmət göstərmələrini, onları təşviq etmələrini gözləyirlər. Bütün bu sadalananları əsas götürərək, insan resurslarının formalaşması prosesinin inkişafına xüsusi diqqət ayrılmalı, bu sahədə baş verən yeniliklərdən geniş şəkildə istifadə edilməli və yeniliklər mütəmadi olaraq tətbiq edilməlidir. Müasir iqtisadiyyatın inkişafının əsas xarakterik cəhəti kimi innovasiyanın tətbiq edilməsi rəqabət qabiliyyətliyi və iqtisadi artımı təmin edən əsas amil kimi çıxış edir. Məhz, qeyd olunanlara əsasən digər sahələrdə olduğu kimi İRİE-də innovativ yanaşmaların tətbiq edilməsi ölkəmizin qlobal dəyər zəncirinə aktiv şəkildə qoşulmasına öz töhfəsini vermiş olacaqdır. Eyni zamanda müasir texnologiyaların, yeniliklərin tətbiqi vasitəsilə resursların səmərəli idarəedilməsi müasir dövrün başlıca tələblərindəndir. (Божко, 2014).

İnsan resurslarının idarəedilməsinin innovativ modelinin xüsusiyyətləri

Ümumiyyətlə, iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin bu sahədə məlum olan təcrübələri göstərir ki, innovasiya fəaliyyətinin daha da səmərəli mexanizmlərinə sahib olan, yeniliklərin vacibliyini anlayan və reallaşdırılmasının inkişaf etdirilmiş strukturuna malik olan firmalar və ya sahibkarlıq subyektləri qlobal bazarlarda rəqabət mübarizəsində rəqiblərinə asanlıqla qalib gəlirlər. İnnovativ fəaliyyət ilk

növbədə qabaqcıl texnologiyaların və idarəetmə üsullarının, elmi nailiyyətlər əsasında yaradılan innovasiyaların ölkənin sosial-iqtisadi həyatına eləcə də insan resurslarının idarə edilməsi sisteminə uğurlu tətbiqi ilə bağlıdır. İR-nın innovativ idarəetmə modeli çərçivəsində diqqət yetirilməli vacib məqamlardan biri kimi insan resurslarının ənənəvi və kök salmış idarəetmə sistemlərinin tədricən aradan qalxmasıdır. Buna başqa formada insan resurslarının idarəedilməsi funksiyasının dəyişdirilməsi kimi də yanaşmaq olar. Ənənəvi və müasir dövrün çağırışlarına cavab verməyən idarəetmə sistemləri müasir tələblərə uyğunlaşa bilmir, bürokratiya, iyerarxiya kimi amillər təşkilatın inkişaf prosesinə mane olur. Təşkilat, informasiya ehtiyatlarını inkişafa istiqamətləndirməyi, daxili və xarici məlumat axınlarını formalaşdırmağı və özünəməxsus xüsusiyyətlərini və dəyərlərini informasiya texnologiyaları ilə birləşdirməyi rasional öyrənməlidir. Qeyd olunanları əsas götürərək bir sıra tədqiqatçılar insan resursları üzrə yeniliklərin uğurlu tətbiqi üçün texnologiyaların vacib olduğunu qeyd edirlər. (Griggs, Holden, 2015).

İR-nın innovativ idarəetmə modelinin tətbiq edilməsi zamanı resurslardan səmərəli istifadə edilməsi, onların bilik və bacarıqlara yiyələnməsi və motivasiyası onların mövcud insan kapitalına yatırım etməklə nəticələnir. Məhz bu məqsədlə təşkilatlarda prioritet proqramların və layihələrin həyata keçirilməsi təşkilatın intellektual və sosial kapitalının yaradılması, bilikyönümlü idarəetmə kompleksinin yaradılması, o cümlədən hər bir işçinin fərdi dəyərinin və bütövlükdə təşkilatın insan kapitalının artması ilə nəticələnəcəkdir. (Hidalgo & Albors, 2008).

İRİE – də istifadə edilən texnologiyaların yeni və daha təkmil formada olan texnologiyalarla əvəz olunması, o cümlədən proqram təminatlarından istifadə edilməsi nəticəsində innovativ idarəetmə modelinə keçid etmək mümkündür. İnnovativ idarəetmə modeli çərçivəsində istifadə olunan texnologiyalar mövcud vəziyyətə uyğun, təşkilatın fəaliyyəti, inkişaf strategiyası, bazar vəziyyəti nəzərə alınmaqla, strateji yönümlü, yəni təşkilat üçün strateji hədəflərə çatmağa yönəldilmiş, qarşıya çıxacaq problemli halların yaranmasının proqnozlaşdırılması və əvvəlcədən tədbirlərin görülməsi kimi xüsusiyyətlərə malik olmalıdır. İnnovativ idarəetmənin əhəmiyyətini qısaca nəzərdən keçirsək bu, insan resurslarının daha səmərəli idarəedilməsinə, onların başa düşülməsinə imkan verir, insan resursların istiqamətləndirməyə imkan verir. (Özyurt, 2013).

İnsan resurslarının innovativ idarəedilməsi modeli çərçivəsində tələb olunan əsas xüsusiyyətlərdən biri də idarəetmənin xüsusi qruplarla birgə olaraq həyata keçirilməsidir. Buna xarici ədəbiyyatlarda "team work" olaraq da adlandırırlar. İnnovativ model çərçivəsində komanda işinin mövcudluğu işçilərin motivasiyasının artırılmasına, təşkilati mədəniyyət və mühit formalaşmasına, yeni işçilərin uyğunlaşma və oriyentasiya prosesinə, komandada liderləri, qrupun güclü və zəif tərəflərini müəyyənləşdirməyə öz töhfəsini verəcəkdir. (Спирина, 2017).

Təşkilati mühitin formalaşması və inkişafı təşkilatın səmərəli fəaliyyətinə zəmanət verir, yeni rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsi üçün şərait yaradır, təşkilatın strateji inkişafı üçün bir vasitə rolunu oynayır və yeniliklərin və innovativ inkişaf metodlarının tətbiqinə yönəldilmişdir. Effektiv təşkilati mədəniyyət komandadakı qeyri-müəyyənlik dərəcəsini azaldır, komanda üzvlərinin gözləntilərinə aydınlıq gətirir, işçilərin daxili inteqrasiyası funksiyalarını yerinə yetirərək təşkilat daxilində məsuliyyət hissi yaradır (Чикунов, 2018).

Azərbaycan insan resurslarının innovativ idarəedilməsi modelinin xüsusiyyətləri və inkişaf perspektivləri

Bir çox ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da hər bir təşkilatın idarəedilməsində əsas strateji məqsədlərdən biri də işçilərin peşə, ixtisas səviyyəsindən, təhsilindən, onların potensialından,

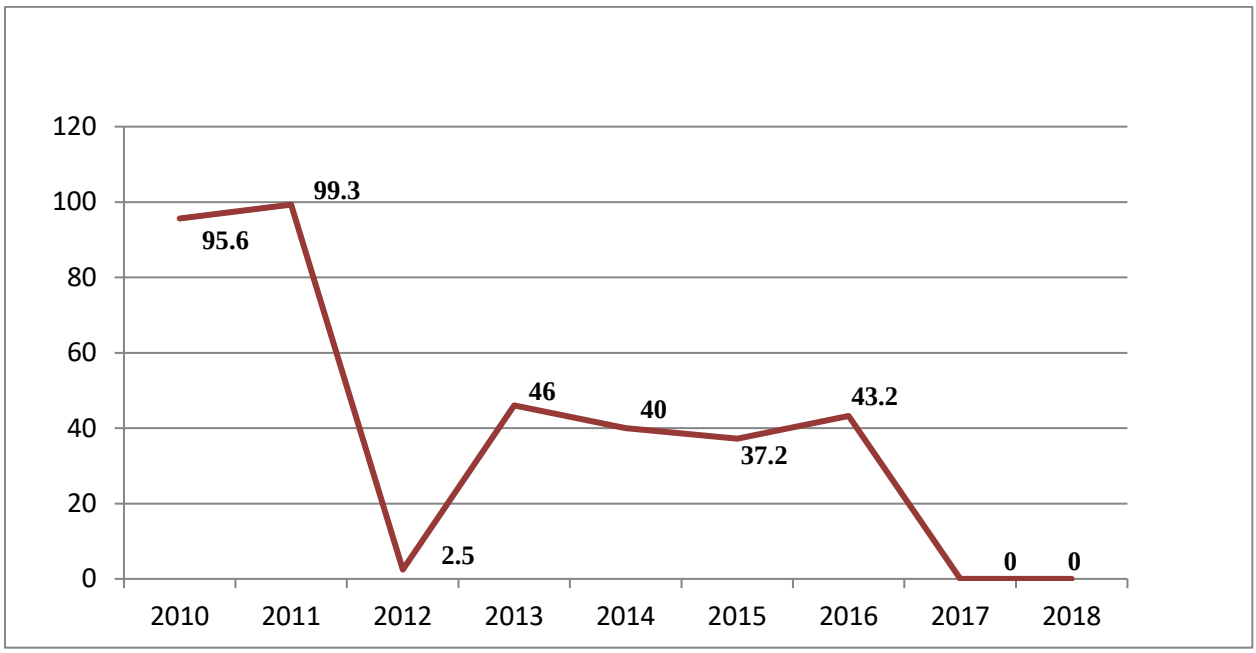
həmçinin bilik və bacarıqlarından asılı olaraq düzgün seçilməsi, onların düzgün yerləşdirilməsinin və mütəmadi olaraq rotasiyasının təmin olunmasıdır. Bu fəaliyyətin həyata keçirilməsində isə hər bir müəssisə, idarə və yaxud da təşkilat özünün insan resurlarının idarə edilməsi strategiyasının rəhbər tutur. Son illər innovativ idarəetmə modeli çərçivəsində bir sıra qanunvericilik aktları, sənədlər qəbul edilmişdir. Buna misal olaraq, Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 10 yanvar 2019-cu il 881 nömrəli Sərəncamına əsasən demək olar ki, innovativ yanaşmaların tətbiqinə xüsusi diqqət yetirilməkdədir. Qeyd olunan Sərəncamın 1.4-cü bəndində işçilərinin innovasiya təşəbbüskarlığının və rəqəmsal texnologiyalardan istifadə bacarıqlarının təşviq edilməsi ilə bağlı tədbirlər görülməsi ilə bağlı bir sıra dövlət orqanlarına göstəriş və tapşırıqlar verilmişdir. (Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Sərəncamı)

Həmçinin "Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi Strateji Yol Xəritəsində" nəzərdə tutulmuş Tədbirlər Planında "Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsini təmin etmək üçün insan kapitalının inkişafının stimullaşdırılması", və "Ali təhsil müəssisələrində "təhsil-tədqiqat-innovasiya" formatında inkişafın təşviqi" başlıqları altında həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuş tədbirləri xüsusi vurğulamaq lazımdır. İnsan resurslarının səmərəli və innovativ formada idarə olunması istənilən təşkilatın uğur qazanması üçün vacibdir. (David & Geoffrey, 2009).

Təşkilatların insan resurslarında savadlı və lazımı bilik, bacarqlara malik, ixtisaslı kadrlara ehtiyac daima duyulmaqdadır. Məhz bu səbəblərə görə ali təhsil müəssisələrində resursların, texnologiyaların müasir tələblərə cavab verməsi məqsədilə mütəmadi olaraq yeniliklərin tətbiqi vacib məsələlərdəndir. Müəssislərin insan kapitalının inkişafını zəruri edən bir sıra amillər vardır. İlk olaraq müəssisənin insan kapitalının inkişaf etdirilməsi üçün xüsusi ixtisaslı şəxslərin olmasını qeyd etmək lazımdır. İRİE - də innovasiya proseslərinin səmərəliliyini artırılması məqsədilə səmərəli və məhsuldar iş üçün lazımlı və kifayət qədər psixoloji keyfiyyətlərə sahib olacaq yüksək ixtisaslı mütəxəssislərdən ibarət yaradıcı qrupların yaradılması vacibdir. (Loewenberger, 2016.)

Müəssisədə ixtisaslı mütəxəssislərin olması, yeni biliklərin təzahür etməsinə, bu biliklərin təşkilatdaxili ötürülməsi baxımından vacib rola malikdir. Təşkilatlarda proseslərin öyrənilməsinin praktiki olaraq işçilərə aşılanması işçilərin prosesi daha yaxından anlamağa və mütəmadi olaraq öz üzərində işləməsinə, yeni ideayaların yaranmasına yardımçı olur. Yeni fikirlərin formalaşması isə öz növbəsində müəssisədaxili rəqabatin artmasına, motivasiya, işçilərin stimullaşdırılması kimi məsələlərə də təsir göstərməkdədir. (Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi)

Qrafik 1: İnnovasiya ilə əlaqədar işçilərin öyrədilməsi və hazırlığı üzrə çəkilən xərclər, min manatla



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az (30.03.2020).

Yuxarıda qeyd olunmuş qrafikdə innovasiya ilə əlaqədar işçilərin öyrədilməsi və hazırlığı üzrə çəkilən xərclərin dinamikası barədə məlumat verilmişdir. Bu məlumatlara əsasən demək olur ki, innovasiya ilə əlaqədar işçilərin öyrədilməsi və hazırlığı üzrə çəkilən xərclərin 2010-2011-ci illər ərazində digər illərlə müqayisədə yuxarı olması diqqət çəkir. Son illərdə isə bu göstəricilərdə kəskin azalma müşahidə edildiyi görülməkdədir. Belə ki, 2010-cu il innovasiya ilə əlaqədar işçilərin öyrədilməsi və hazırlığı üzrə çəkilən xərclərin məbləği 95.6 min manat olmuşdur. 2017 və 2018-ci illər ərazində isə innovasiya ilə əlaqədar işçilərin öyrədilməsi və hazırlığı üzrə xərclər çəkilməmişdir. Əsas narahatlıq yaradan məqamlardan biri kimi məhz bu statistikanı nümunə göstərmək olar.

Metod

İnsan resurslarının idarə edilməsində innovativ yanaşmaları tədqiq edərkən tədqiqat metodları olaraq induksiya və deduksiya, müqayisəli təhlil, qrafiklər, sorğu və statistik metodlardan istifadə edilmişdir. Tədqiqatın obyekti insan resurslarıdır. Tədqiqatın aparılmasında yerli və xarici alimlərin insan resurslarının innovativ idarəetmə modeli ilə bağlı əsərlərindən istifadə olunmuşdur. Eyni zamanda tədqiqat zamanı insan resurslarının idarə edilməsinə innovativ yanaşmaların tətbiqi ilə bağlı bir sıra xarici ölkələrin təcrübəsi öyrənilmiş, məlumatlar qruplaşdırma metodu vasitəsilə qruplaşdırılaraq təhlillər aparılmışdır.

Analiz

Ümumiyətlə bazar iqtisadiyyatı şəraitində müvəffəqiyyət əldə etmiş təşkilatların bir çoxu demək olar ki, İRİE sistemini uğurla həyata keçirirlər. Eyni zamanda güclü, yüksəkixtisaslı və innovativ işçi qüvvəsinin olması təşkilatın qlobal dəyər zəncirlərində mövqelərinin daha da möhkəmlənməsində mühüm rol oynayır.

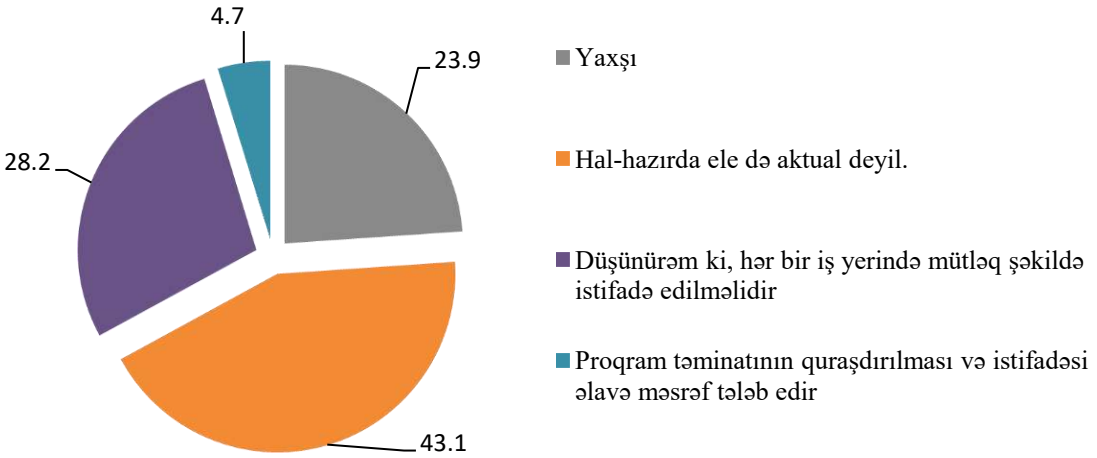
Son vaxtlar yeni texnika, texnologiyanın inkişafı rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalına və onların bazar tutumunu xeyli dərəcədə artırmışdır. Belə müəssisələrin istehsal etdikləri məhsullar haqlı olaraq

informasiya - intellektual tutumlu məhsullar adlanır, hesab edilir. Müasir dövrdə intellektual potensial, intellektual resurslar daha çox innovasiyalı resursların tətbiqi, firma və şirkətlərin strateji məqsədlərinin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Bu baxımdan intellektual potensial, intelektual resurs bir tərəfdən innovasiyalı proqramın hazırlanması, digər tərəfdən isə tələb və təklifə təsir edən amillərin formalaşması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Təşkilati yenilik, yeni yaradıcı ideya, proses və innovasiya fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına səbəb ola biləcək üsulları araşdıran yeni bir fikir və ya termin kimi müəyyən edilir. (Mortensen, & Bloch, 2005).

Qeyd etmək lazımdır ki, qloballaşma prosesində insan probleminin öyrənilməsi həm təbiət, həm də humanitar elmlər üçün xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu ondan irəli gəlir ki, iqtisadi dirçəliş, yeni texnologiyaların istifadəsi, insan-təbiət münasibətlərinin gərginləşməsi, təhsil, səhiyyə, sosial təminat sisteminin təkmilləşdirilməsi zərurəti insana aid problemlərin iqtisadi aspektdə işlənib hazırlanmasını tələb edir. Təkilatların daxili və xarici mühitdəki dəyişikliklərlə ayaqlaşa bilməsi üçün hər cür dəyişiklikləri dəstəkləmək və tələb olunanları təmin etmək yeni İR konsepsiyasının əsasını təşkil edəcək. Burada başlıca məqsəd isə işçilərin işə və təşkilata sadiqliyini artırmaqdan ibaraət olacaqdır. Bu baxımdan müasir cəmiyyətdə sosial-iqtisadi, hüquqi-mənəvi dəyişikliklərin öyrənilməsi, bütünlükdə sivilizasiyanın davamlı inkişafının elmi cəhətdən proqnozlaşdırılması üçün insan kapitalının inkişafının strateji istiqamətlərinin tədqiq edilməsi xüsusi aktuallıq kəsb edir. (Yıldırım, 2015).

Məhz innovativ sistemlərin tətbiqi və genişləndirilməsi səbəbindən başda insan resursları olmaqla digər resurslarında inkişafı bilavasitə təmin edilmiş olur. İnsan resurslarının idarə olunmasında, innovativ yanaşmaların tətbiqini zəruri və təşviq edən digər bir alternativ üsul məlumatların aktiv şəkildə ötürülməsi məqsədilə yaradılan insan resurslarının informasiya sistemidir (İRİS). İR informasiya sistemi əməyin ödənilməsi üçün ödəniş, idarəetmə və müəssisədaxili mühasibat funksiyalarının həyata keçirilməsi üçün məlumatın daxil olması, ötürülməsi və s. kimi maneələri real vaxt rejimində və ya xüsusi sadə proqram təminatı yolu ilə həyata keçirilir. Dünya bazarında bu sistemlərin qiyməti elə də ucuz deyil, buna görə də bir sıra müəssisələr ənənəvi üsullarla İRİE –ni həyata keçirirlər. Dünya üzrə bir sıra şirkətlər bütün işçi məlumatlarının idarə olunması, təlimatlar və təcili təxliyyə prosedurları kimi şirkətlə bağlı sənədlərin sistemləşdirilməsi, namizəd məlumatlarının izlənməsi və CV-lərin idarəedilməsi kimi əməliyyatları həyata keçirirlər. (Stone & Dulebohn, 2013).
İnsan Resursları İnformasiya Sistemi qısaca olaraq İRİS adlandırılır. İnsan resurslarının məlumat sistemi, təşkilatlara mərkəzləşdirilmiş bir baza çərçəvəsində işçilərlə əlaqəli məlumatları təşkil etməyə, təhlil etməyə və idarə etməyə kömək edən bir proqram təminatıdır. Bu proqram təminatı vasitəsilə rəhbərlər insan resursları ilə bağlı işə qəbul, əmək haqqının idarə edilməsi, məzuniyyət, mükafatlandırma, motivasiya və s. məlumatları rahat şəkildə idarə edə bilirlər. Araşdırmaların nəticəsi olaraq aydın olmuşdur ki, İRİS vasitəsilə insan resurslarının idarə edilməsi üzrə proseslər 60% qədər azalmışdır. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən təşkilatlarda idarəetmə prosesində insan resurslarının inormasiya sistemindən istifadə edilməsinə münasibət və istifadə edilmə ilə bağlı sorğu tərtib olunmuşdur. Sorğuda iştirak edən respondentlərin 49.1% dövlət sektorunda, 35.3% özəl sektorda, 15.5% isə heç bir yerdə işləməyən şəxslərdir. Sorğunun nəticəsinə əsasən iştirak edənlərin 70.8% -i Elektron insan resurslarının idarə edilməsi sistemindən məlumatı vardır. Aşağıda qeyd olunmuş qrafikdə isə respondenlərin iş yerində hər hansı proqram təminatından istifadə edirlərmi sualına cavabları əks olunmuşdur:

Qrafik 2: Respondentlərin İRİE –də hər hansı proqram təminatından (ERP, SAP və s.) istifadəyə münasibəti



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmış anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir (2019).

Sorğunun nəticələrinə əsasən demək olar ki, iştirakçıların 52.1% idarəetmədə hər hansı proqram təminatından (ERP, SAP və s.) istifadənin vacibliyini qeyd etmişdir. Buna baxmayaraq digər cavablarla müqayisədə proqram təminatından istifadənin elə də aktual olmadığını vurğulayan respondentlərin də sayı kifayət qədərdir.

Azərbaycanda müəssisələrdə insan resurları sahəsində tarixən formalaşmış bir sıra problemlər mövcuddur ki, bu problemlər də müəyyən qədər inkişafa mane olur. İş yerlərində bəzi hallarda yaranmış vakant yer üçün işin təsviri bölümündə (job description) ixtisas, bilik və bacarıqlardan əlavə tələblər də müəyyən edilir ki, bu da öz növbəsində mövcud vakansiya üçün müraciət edən şəxsin əldən buraxılmasına və əlavə vaxt itkisinə səbəb olur. Məsələn, istehsal prosesində mütəmadi olaraq texnologiya ilə çalışan bir işçi üçün əlavə sertifikatların olmasının tələb edilməsi kimi halları nümunə göstərə bilərik. İşçilər çalışdıqları müddət ərzində iş yerində özünü müəssisənin vacib bir hissəsi kimi hiss etməli və işçinin gördüyü hər bir iş rəhbərlik tərəfindən qiymətləndirilməlidir. (Stone & Dulebohn 2013).

Bir sıra özəl müəssisələrdə yeni işə başlayan şəxslər üçün sınaq müddətinin müəyyən olunması normal haldır, lakin bəzi hallarda bu müddət uzadılır və müəssisə rəhbərləri belə düşünürlər ki, bu yolla müəyyən bir məbləğdə xərclərə qənaət etmiş olacaqdırlar. Eyni zamanda işəqəbul prosesinin mərhələli olması bir sıra ölkə təcrübələrində geniş rast gəlinmişdir, bəzi hallarda isə əlavə və lazımsız test mərhələləri tətbiq edilir ki, buda uyğun işçinin seçilməsində kənarlaşmalara səbəb olur. İnsan məhsuldar qüvvəsi isə zehni təkmilləşdirmə, zehni təkmilləşdirmə isə elmi, innovasiyalı tərəqqi, onların rassionallığı hesabına baş verir, digər tərəfdən isə yalnız insana məxsus olan bilik, düşüncə kristallaşır, məhsuldar qüvvələrə çevrilir. (Quliyev, 2013).

Nəticə

Aparılan tədqiqatdan belə nəticəyə gəlmək olar ki, bir sıra xarici ölkələrin təcrübəsində olduğu kimi Azərbaycanda da insan resurslarının idarə edilməsi sistemində innovasiya yönümlü tədbirlər kompleksinin həyata keçirilməsi resursların səmərəli bölüşdürülməsi, kadrların bilik və bacarıqlarına əsasən vəzifə bölgüsünün, rotasiyasının aparılması, işçilərin uyğun vəzifəyə seçilməsi və "right position – right person" prinsipinə uyğun olaraq səmərəli şəkildə resursların idarə edilməsinə töhfəsini

verməkdədir. Eyni zamanda insan kapitalının keyfiyyətinin yüksəldilməsi və ondan səmərəli istifadə elmin və biliktutumlu istehsal (xidmət) sahələrinin inkişafına, əmək məhsuldarlığının və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə ciddi təsir göstərir. Xüsusilə, təşkilatlar insan resurslarına qoyulan investisiya nəticəsində əldə olunan nəticələrin və təcrübənin yeni məhsulları sürətlə inkişaf etdirmək və tanıtmaq kimi üstünlüklərə səbəb olduğunu başa düşməyə başladılar. (Ulrich & Dulebohn, 2015).

Qeyd etmək lazımdır ki, qloballaşma prosesində insan probleminin öyrənilməsi həm təbiət, həm də humanitar elmlər üçün xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu ondan irəli gəlir ki, ölkəmizdə baş verən iqtisadi dirçəliş, yeni texnologiyaların istifadəsi, insan-təbiət münasibətlərinin gərginləşməsi, təhsil, səhiyyə, sosial təminat sisteminin təkmilləşdirilməsi zərurəti insana aid problemlərin iqtisadi aspektdə işlənib hazırlanmasını tələb edir. Bu baxımdan müasir cəmiyyətdə sosial-iqtisadi, hüquqi-mənəvi dəyişikliklərin öyrənilməsi, bütünlükdə sivilizasiyanın davamlı inkişafının elmi cəhətdən proqnozlaşdırılması üçün insan kapitalının inkişafının strateji istiqamətlərinin tədqiq edilməsi xüsusi aktuallıq kəsb edir. (Searle & Ball, 2003)

Qeyd olunları əsas gətirərək, o cümlədən bir sıra xarici ölkələrin təcrübəsində olduğu kimi Azərbaycanda da digər sahələr kimi İRİE sistemində də innovativ yanaşmaların tətbiqi istiqamətində işlər aparılmalı, yenilikçi novatorluq qabiliyyətinə malik, yenilikçi ideoloji fikirlərə malik olan işçilərin işəqəbulunun həyata keçirilməsi qısa müddət ərzində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmağa səbəb olacaq.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Alan B, (2014) “Organisational Paradigms and Sustainability in Excellence: From Mechanistic Approaches to Learning and Innovation”, International Journal of Quality and Service Sciences, C.6, No:2/3, s. 181-190.
2. Божко Л. М., (2015), Теоретико–методологические основы управления организационными изменениями: маркетинговый подход, monoqrafiya., s 34-39.
3. Чикунов А. А., (2018), Инновационное управление персоналом, Современные научные исследования и разработки., s 550–552.
4. Спирина Д. А., (2017), Инновационные технологии управления персоналом в условиях кризиса., 196–198.
5. David G. Collings., Geoffrey Wood., (2009), Human Resource Management: A Critical Approach, “Routledge publications”, page 336.
6. Griggs, V., Holden, R., Rae, J., Lawless, A. (2015), Professional learning in human resource management: problematising the teaching of reflective practice, Studies in Continuing Education, 37(2), pp. 202-217.
7. Hidalgo, A. & Albors, J. (2008) Innovation management techniques and tools: A review from theory and practice. R&D Management (38), page 113-127.
8. Loewenberger Pauline, (2016) Human Resource Development, Creativity and Innovation, London, “Palgrave Macmillan”, page 345.
9. Mortensen, P., Bloch, C.W., (2005) Oslo Manual-Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data., OECD, page 35-41.
10. Özyurt, N., (2013), İnsan Kaynaklarında Eğitim ve Geliştirme, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi., s 56-68.
11. Quliyev T. Ə., (2013)., İnsan resurslarının idarə edilməsi. ‘Nağıl evi” nəşriyyatı, səh 61-63
12. Searle, R. H. & Ball, K. S. (2003) Supporting innovation through HR policy: Evidence from the UK. Creativity and Innovation Management (12), page 50-62.
13. Stone D. L., və Dulebohn J. H., (2013). Emerging issues in theory and research on electronic human resource management (eHRM). Human Resource Management Review., 23(1), page 1-5.
14. Ulrich D., və Dulebohn, J. H. (2015)., Are we there yet? What's next for HR?. Human Resource Management Review, 25(2), 188-204.

15. Yıldırım B., (2015)., Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Kurumsal Performansa Etkisi: İstanbul Üniversitesi'nde Bir Uygulama., s 10-25.

Ölkəmizdə Neft Emalı Müəssisələrində Heyətin idarə Edilməsinin Müasir Vəziyyəti

Firuzə Cəfərova

firuze.ceferova.1996@mail.ru

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanda neft emalı müassisələrində heyətin idarə olunmasının müasir vəziyyəti öyrənilmiş, əsas məqsədi müəssisələrdə heyətin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin tədqiq olunmasıdır. Bu məqsədin həyata keçirilməsi üçün müəsisələrdə heyətin idarə edilməsinin nəzəri əsasları o cümlədən heyətin funksiyası və məqsədləri, ticarət sferasında müəsisə heyətinin idarə edilməsinin mahiyəti, kommersiya müəsisəsində insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin formalaşması xüsusiyyətləri təhlili, müəssisələrdə heyətin idarə edilməsi sistemi, o cümlədən kommersiya müəsisəsinin insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin qisa xarakteristikası, kommersiya müəssisəsinin insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin təhlili, kommersiya müəssisələrinin heyətinin inkişafı, uçotu,cəlb olunmasının təşkili həyata keçirməli, kommersiya müəssisəsinin insan resurslarının idarə etmə sisteminin təkmilləşməsi üzrə tədbirlər, o cümlədən kommersiya müəssisələrinin insan resurslarının təkmilləşməsinin əsas istiqamətləri, insan resurslarının attestasiyasının keçirilməsi: təşkilatın səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi həyata keçirilməli kimi vəzifələr müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazasının əsasında heyətin idarə olunması sahəsində yerli və xarici iqtisadçıların nəzəriyyələri, bu sahəyə aid elmi məqalələr, konfrans materialları təşkil edir. Tədqiqat işinin predmetinin əsasında müəssisələr də heyətin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi sistemi dayanır. Tədqiqat işinin obyektində isə Azərbaycanın neft emalı müəssisələrində heyətin idarə olunmasının əsas istiqamətlərinin tədqiqi dayanır. Tədqiqatın nəticəsində indiki vaxtda neft emalı müəssisələrində heyətin idarə edilməsində müəyyən çatışmazlıqlar və boşluqların olması müəyyən edilmiş bu boşluqları aradan qaldırmaq üçün xarici təcrübədən yararlanmaq məsələləri ortaya qoyulmuşdur. Tədqiqatı aparılması Azərbaycanda neft emalı müəssisələrində heyətin idarə olunmasını öyrənmək istəyən hər bir tələbə və tədqiqatçı üçün çox faydalıdır.

Açar sözləri: kadr, müəssisə, insan resrusları, neft emalı, heyyətin idarə olunması.

Giriş

Hər bir müəssisədə oldugu kimi təşkilatların,müəssisələrin idarəedilməsində həlli zəruri olan məsələlər var. Bunlardan biri də müəssisənin,təşkilatın heyətinin formalaşdırılması, heyətin idarə olunmasıdır. Müəssisədə kadrların hazırlanması, onların düzgün yerləşdirilməsi, eləcədə idarə olunması əsas məna daşıyır (Əliyev, Həmidov, 2002). Bu səbəbdən də müvəffəqiyyətli iş görən firmalar kadr işini uğurlu həyata keçirmiş olan firmadır. Tədqiqatımızın idarəetmədə əsas işi heyətin hazırlığıdır. Heyətin düzgün bölüşdürülməsi müasir idarəetmənin həm də kadr siyasətinin əsas tərkib hissəsidir (Quliyev, 2013). Tədqiqatın həyata keçirilməsidə təhlil, sistemli yanaşma metodlarına əsaslanmaq məqsədəuyğundur.

Qeyd etdiyimiz kimi, hər bir müəssisənin idarəedilməsində əsas məsələlərdən biri də işçi heyətin düzgün seçilməsi, peşə ixtisas səviyyəsindən, təhsilindən, həmçinin də potensialından asılı olaraq onların düzgün yerləşdirilməsinin təmin olunmasıdır (Selçuk, 2015). Bu fəaliyyətin həyata keçirilməsində isə hər bir müəssisə, idarə və yaxud da təşkilat özünün heyətin işini əsas götürür. Heyətin idarə edilməsi dedikdə, müəssisənin işçi heyəti ilə aparılan iş başa düşülür. Bu zaman iqtisadi səmərəsi ola bilən bir işçi heyətinin seçilməsi, yerləşməsi, toplanması nəticəsində onların təhsilinin və peşə ixtisas səviyyəsinin artırılmasının təmin olunması, həm də ixtisas səviyyəsindən asılı olaraq işçi

həyətinin düzgün yerləşməsi anlaşılır (Bəkirli, 2016). Eyni zamanda heyətin idarə edilməsinin müəyyən edilməsində yardımcı olan nəzəri baxışların, prinsiplərin, tələblərinin araşdırılması anlaşılır.

Heyyətin İdarə Edilməsinin Əsas Məqsədi

Təşkilati idarəetmə sahəsinə daxil olan işlər, vəzifələr təşkilati fəaliyyətin sonunda müəyyənləşdirilmiş və bölünmüş vəzifələri və ya tapşırıqları yerinə yetirəcək heyətin və ya işçilərin satınalmaları və effektiv idarə olunmasıdır.Həm idarə edənlərin və həm də idarə edənlərdən asılı olan bütün işçilərin,çalışanların və yaxud heyətin səmərəli idarə olunması,istedadlı işçilərin seçilməsi,onların məhsuldar ola biləcək işlərə yerləşdirilməsi də nəzərə alınmalıdır.

İşçilərin səmərəli idarə olunması sahəsinə təchizat funksiyasından əlavə eyni zamanda iş gücü və ya işçi qüvvəsinin planlaşdırılması, işçilərin işlərini səmərəli idarə etmək üçün işçilərin inkişafı və qiymətləndirilməsi, səmərəli mükafatlandırma, təhlükəsiz və sağlam iş mühitinin yaradılması və müsbət əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi (işçi-işəgötürən münasibətləri) daxildir (https://banknews.az/insan-resurslari-funksiyalarinin-transformasiyasi - 2019).

Heyətin idarə edilməsi müəssisə daxilindəki münasibətləri əhatə edən çox geniş bir sahədir. Mürəkkəb bir quruluşa sahib olsa da, bütövlükdə insan münasibətlərini nəzərdən keçirir və araşdırır. Heyətin idarə edilməsində insan amili müəssisələrin məqsədlərinə çatmaq üçün istifadə etdikləri ən vacib mənbələrdən biridir. İstehsal üçün istehsal və təşkilati mədəniyyət məqsədi ilə bir müəssisənin istehsalında, iş strategiyası və quruluşunu formalaşdırmaqla təsirli qərarlar qəbul etməkdə, işçilərlə əlaqəli bütün izləmə və əməliyyatların aparılmasında, işçilərin qəbulunda və öhdəliyində effektiv rol oynayır (Selçuk, 2015).

Heyətin idarə edilməsi bir şirkətdəki bütün səviyyəli kadrları iyerarxik baxımdan ayrıseçkilik etmədən əhatə edir. Müvafiq olaraq, işçilərlə əlaqəli bütün fəaliyyətləri özündə cəmləşdirir və müəssisənin məqsədinə və heyətin idarə edilməsinə nail olmaq üçün müəssisənin əsas xüsusiyyətləri olan kadrların seçilməsi, yerləşdirilməsi,təlim və nəzarət kimi fəaliyyətləri həyata keçirir.

Heyətin idarəedilməsi, akademik və nəzəri baxımdan məzmun baxımından üstünlük təşkil edir. Buraya insan münasibətlərinə əsaslanan praktik tətbiqlər daxildir. Bilik artımının sürəti, cəmiyyətin, təşkilatın və fərdin və insan ünsürünün əsasında gerçəkləşən çevrilmənin zəruriliyi, bu ehtiyacın yerinə yetirilməsində əsas rol oynayan insan resurslarının intizam çərçivəsindəki mövcud yanaşmalardan kənarda olmasını zəruri edir.

Qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmaq prosesində xalqın ən təsirli rol oynayacağına inanaraq, insanlarla heyətin idarəolunması arasındakı münasibətlər bu istiqamətə gətirib çıxardı. Buna görə, heyətin idarə edilməsi işlə əlaqəli problemlərə və kişilərarası münasibətlərə diqqət yetirir və şirkəti gələcəyə hazırlayır və uğurlarına nail olmağa çalışır.

Heyətin idarə edilməsinin iki əsas məqsədi var. Birincisi, müəssisənin müəyyən etdiyi məqsəd və strategiyalara uyğun olaraq insan resurslarından ən səmərəli şəkildə istifadə etmək, ikincisi, şəxsən işçilərin iş məmnuniyyətini təmin etmək, fərdin istək və ehtiyaclarını qarşılamaq, fərdin peşəkar səviyyədə çatışmayan məqamları müəyyənləşdirmək və şəxsi inkişafına töhfə verməkdir. Başqa sözlə, heyətin idarə edilməsinin məqsədi; Bu yaradıcılıq səviyyəsində təşkilata sosial və mənəvi məsuliyyətli bir yanaşma ilə işləyən işçilərin töhfəsinin artırılması kimi müəyyənləşdirilmiş və dörd əsas başlıq altında toplanmışdır.

Təşkilati Məqsəd: Heyət İdarəçiliyinin təşkilatın mövcud səmərəliliyinə töhfə vermək üçün mövcud olduğu qəbul edilir. Heyətin idarə edilməsi nəticə deyil; əsas məqsədlərinə çatmaqla təşkilata kömək etmək üçün bir vasitədir;

Sosial Məqsəd: Cəmiyyətin tələblərinin və təşkilata edilən təzyiqlərin mənfi təsirlərini minimuma endirməklə sosial və mənəvi şüur və cəmiyyətin ehtiyaclarına cavabdeh olmaq. Əgər təşkilat sosial mənfəət baxımından mənbələrdən istifadə etmirsə, başqa sözlə, ehtiyatları tullantıya alırsa, qanuni qaydalarla bəzi məhdudiyyətlər tətbiq edilə bilər.

Şəxsi Məqsəd: İşçilərə şəxsi məqsədlərinə çatmaqda köməklik etmək. Davamlı və həvəsləndirici işçilərin istənilən zaman ehtiyacları ödənilməlidir;

Funksional Məqsəd: Bölmənin töhfəsini təşkilatın məqsədlərinə uyğun səviyyədə saxlamaq. Heyətin idarə edilməsi ehtiyac baxımından təşkilatın ehtiyaclarından daha çox və ya az mürəkkəb olduqda, ehtiyatların boşa çıxdığını söyləmək olar. Bölmənin xidmət səviyyəsi xidmət etdiyi təşkilata uyğunlaşdırılmalıdır.

Neft Emalı Müassisələrində Heyyətin İdarə Olunmasının Başlıca Əsasları

Neft emalı müəssisələrində reallaşdırılmış kadr siyasəti özünün var olan kadrların saxlanılması, onlardakı inkişaf proseslərinin izlənilməsi, insan resurslarının imkanlarından istifadə, həmçinin bunlarla bərabər, beynəlxalq standarta cavab verilməsi, bazar iqtisadiyyatında dəyişkən olan tələblərə cavab verilməsi və inkişaf siyasətinə uyğun gələn işçi heyətin idarə olunmasının daha da irəliləməsi istiqamətində yönəlmişdir.

ARDNŞ insan kapitalının dəyərli bir varlıq olduğunu və insan resurslarına investisiya qoyuluşunun cəmiyyətin gələcəyinə qoyulan bir investisiya olduğunu bilir.Şirkət işçilərinə peşəkar inkişaf və karyera imkanları təklif edir və iş şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün tədbirlər görür.İxtisaslı mütəxəssislərin strateji əhəmiyyətini dərk edən şirkət 2011-ci ildə kadr seçimi sisteminin modernləşdirilməsini və şəffaflığını artırmağa çalışdı. Hesabat ilində, şirkət, əmək bazarında rəqabət qabiliyyətini artırmağa və işçi heyəti üçün kompensasiyanı artırdı (State Oil Company of Azerbaijan.., 2013).

SOCAR-da insan resurslarının idarə olunması prosesini öyrənmək üçün əvvəlcə sözügedən prosesə sistem kimi yanaşmaq və lazımi statistik məlumatları toplamaq lazımdır. SOCAR şirkətinin mərkəzində idarəetmə sistemi, heyət və rəhbərlik dayanır, daha sonra rəqiblər və investorlar, sonra müştərilər və onlarla əlaqə gəlir. Bütün bu sözügedən faktorları dövlət öz "çevrə"sinə alır. Unutmaq olmaz ki, SOCAR dövlət şirkətidir və korporativ məsuliyyəti də ilk olaraq burdan doğur (Şəkil 1).

Şəkil 1. SOCAR şirkətinin korporativ mühiti

Mənbə: Socar Davaml inkişaf, 2012

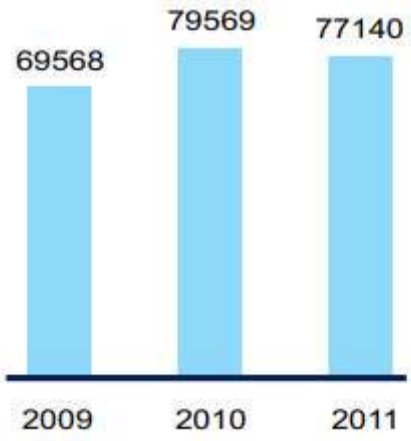
Şirkətin idarəetmə strukturu onun kadr məsələləri üzrə strategiyasından məsul olan şəxsi də əhatə etməklə ümumilikdə, şirkət üzrə biznes portfeli və nüfuzunun formalaşdırılmasında həlledici təsirə malikdir. SOCAR-ın inzibati rəhbərliyi prezident və onun müfaviq sahələri üzrə köməkçiləri qismində vitseprezidentlərdən ibarətdir. Aşağıda SOCAR-ın idarəetmə strukturu göstərilmişdir (Şəkil 2).

Şəkil 2. SOCAR-ın idarəetmə strukturu

Mənbə: Link: Socar, www/socar/az (12.11.2019)

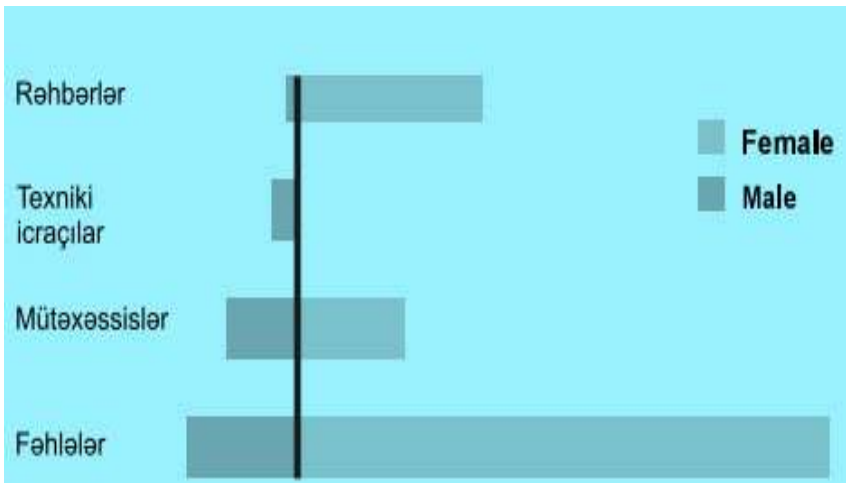
Şirkət Azərbaycan Respublikasının qanunlarına uyğun olaraq hazırlanmış daxili prosedur və qaydalarına əsaslanan kadr siyasətini davam etdirir. Azərbaycanda ən böyük işəgötürən olan şirkət minlərlə işçi üçün yaxşı kompensasiya təmin edir. 2011-ci ildə şirkət heyəti 77.140 nəfər təşkil etmişdir (Diaqram 1). Bu göstəricini 2009 və 2011-ci illər üzrə müqayisə edək.

Diaqram 1. İşçi sayı, 2009-2011 (nəfər)



Mənbə: State Oil Company of Azerbaijan Republic Message of the President of SOCAR Rovnag Abdullayev 2013, s.54

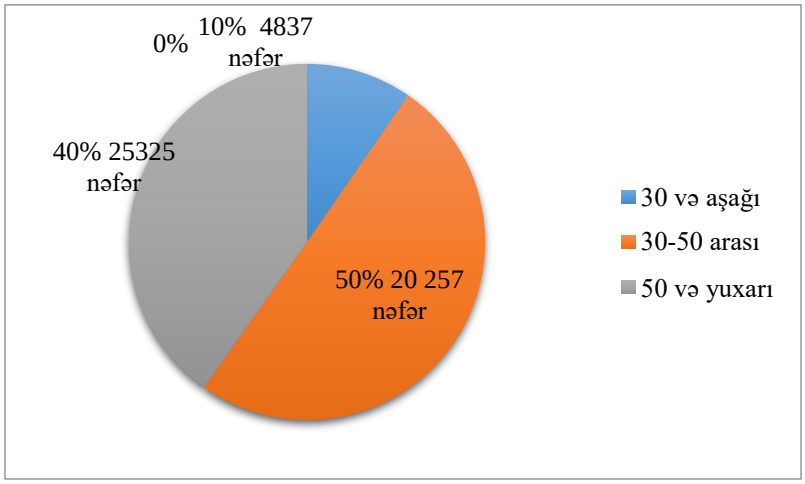
Diaqram 2. 2009-2011-ci il üzrə SOCAR əməkdaşlarının gender və kateqoriya bölgüsü, nəfər



Mənbə: State Oil Company of Azerbaijan Republic Message of the President of SOCAR Rovnag Abdullayev 2013, s.54.s32

İşə qəbul və əmək müqavilələrinin imzalanması prosesinin müxtəlif mərhələlərində İnsan Resursları Departamenti, Kadrların İdarə Edilməsi Komitəsi və Testləşdirmənin Təşkili şöbəsi yaxından iştirak edir. 2017-ci il üçün statistik göstəricilərə əsasən işçilərin 33,19 faizini ali təhsilli işçilər təşkil edir və toplam işçilərin orta yaş həddi 41-dir. 2017-ci ilin göstəricilərinə əsasən toplam işçilərin sayını yaş həddinə görə qruplaşdıraq (Draqram 3).

Diaqram 3. 2017-ci ildə yaşa görə işçilərin sayı, nəfər



Mənbə: Socat, www.socar.az (15.12.2017)

Şirkətin əməkdaşlarının əksəriyyətlə 30-50 yaş arasında olması və çox cüzi bir qismin 30 yaşdan aşağı olması özlüyündə SOCAR-da əksəriyyətlə peşəkar və təcrübəli kadrların təmsil olunduğunu göstərir. Lakin bununla birlikdə, 30 yaşdan aşağı gənclər və 50 yaşdan yuxarı əməkdaşların say tərkibi arasında təqribən beş dəfəyə yaxın bir fərqin olması o qədər də məqbul bir göstərici deyil. Azərbaycanda neft-qaz sahəsi üzrə müxtəlif universitetlərdə yetərincə kadrların hazırlandığı nəzərə alındıqda, bu nisbətin gənclərin xeyrinə dəyişməsi üçün müvafiq addımlar atmaq lazımdır. Kadr strategiyası, daxili və xarici təqaüd proqramları və gəncləri həvəsləndirilməsi kimi addımlar da bu istiqamətə yönəlmişdir və yaxın gələcəkdə aparılan mütərəqqi islahatların və hazırlanan yeni strategiyaların öz bəhrəsini verməsi gözlənilir (www.socar.az).

Şirkətin strukturuna daxil olan müəssisə və zavodlarda əməyin ödənilməsi, normalaşdırılması və nəzarət üzrə rəhbərliyə veriləcək hesabatların hazırlanması, əmək haqqlarının işçilər üzrə bölgüsü kimi məsələləri Baş ofisdə yerləşmiş Personal və əmək haqqı şöbəsi həll edir. İşçi heyətinin maddi təminatlarının yaxşılaşdırılması prioritetindən irəli gələrək işçilərin əmək haqqı üzrə tarif cədvəli mövcuddur. Tarif cədvəlinə əsasən ağır şəraitdə görülən işlər nəzərə alınmaqla dörd tarif bloku formalaşdırılmışdır. 1, 2 və 4-cü bloklarda dərəcə sayı 6 olduğu halda, 3-cü blokda dərəcələrin sayı 8-dir. Məntiqi baxımdan hər blokda dərəcə sayının artması iş şəraitinin ağırlaşmasının səviyyəsinə ekvivalentdir. Bundan əlavə Əməyin Ödənilməsi Dərəcəsi isə iyerarxik olaraq vəzifə artımına uyğun qəbul edilir. Bu dərəcələrin sayı 19-dur. 2008-ci il tarixli SOCAR-ın 74 saylı əmrinə əsasən təsis edilmiş Mərkəzi Attestasiya Komissiyasının fəaliyyəti təkil edilmiş və ağır şəraitdə çalışan işçilərə əlavə ödəmələrin məbləği müəyyən edilmiş və 1,2 % həcmində artırılmışdır. Respublikamızda 2015-ci ildə devalvasiyanın baş verdiyi bir vaxtda hər bie sahədə böhran yaşandığı kimi ümumi işçi sayında da azalma müşahidə edilmişdir. Amma bu rəqəm çoxluq təşkil etmir və ümumi işçilərin sayına təsir göstərməmişdir. Şirkətdə qadınların kişilərinümumi nisbətdə sayı isə demək olar ki, eyni qalmışdır. 2017-ci ildə işçilərin əmək müqaviləsinin növünə görə bölgüsü aşağıdakı kimidir (Cədvəl 4)

Cədvəl 4. 2017-ci ildə işçilərin əmək müqaviləsinə görə bölgüsü, nəfər

	Qadın	Kişi
Daimi işçilərin sayı	8334	41783
Müvəqqəti işçilərin sayı	87	220
Tam ştat	8420	42002
Yarımştat	1	1

Mənbə: SOCAR İllik Hesabatlar, 2017

Maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlarına keçidlə əlaqədar əməyin təşkili, normalaşdırılması sahəsində şirkət daxili normativ xarakterli sənədlərin müasir təcrübəyə uyğunluğunu təmin etmək üçün qaydaların hazırlanması məqsədilə 2012-ci il 21 noyabr tarixində Layihə qrupu təsis edilmişdir. Qrup tərəfindən SOCAR-ın strukturundakı qurumlarda mövcud vəzifələr üzrə bir sıra standartlar hazırlanmışdır. Bu standartlardan istifadə və İRİE funksiyalarının həyata keçirilməsindən ötrü SAP ERP sistemi qurulmuşdur.

Metod

Tədqiqat prosesində bir neçə metodlardan istifadə olunmuşdur, belə ki, müqayisəli təhlil və qarşılaşdırma, sistemli yanaşma, analiz və təhlil, induksiya və həmçinin deduksiya və s. kimi metodlarlardan geniş istifadə edilmişdir. Digər bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Müasir dövrdə heyətin idarə edilməsi müəssisənin ən vacib amillərindən biri sayılır.Yüksək texnalogiyalar əsrində cəmiyyətdə sürətli dəyişiklik informasiyalarin rolunun yüksəlməsini yaradır. Müəssisədə heyətin idarə olunmasi bacarığı vacib məsələdir. Bundan müəssisəsinin mövcudluğu, eləcədə bütövlükdə cəmiyyətin müxtəlif xarakteristikası asılıdır. Bütün bunlar seçilmiş mövzunun aktuallığını şərtləndirir.

Nəticə

Heyətin strateji idarə edilməsi Azərbaycan miqyasında fəaliyyət göstərən neft emalı müəssisələrində bir idarəetmə sahəsidir. Araşdırmanın nəticələrinə əsaslanaraq hazırki dövrdə neft emalı müəssisələrində kadr potensialından səmərəli istifadəyə yönəlmiş idarəçilik formasının tam və uğurla tətbiq edilmədiyindən inkişaf etdirilməsi zərurəti meydana çıxmışdır. İnkişafa nail olmaq üçün bütün təşkilatlar effektiv kadr siyasəti həyata keçirməli, düzgün strategiya qəbul edərək işçilərin xidməti fəaliyyət keyfiyyətlərinin artırılmasına, stimullaşdırılmasına istiqamətlənmiş, eyni zamanda onların əməyini motivə edən ən uyğun vasitələrdən, tədbirlərdən istifadə etməlidir.

İnsan resurslarının strateji cəhətdən idarə olunmasının başlıca vəzifələrindən biri uzun müddətli dövr üçün strateji planlaşdırmanın aparılmasıdır. Digər tərəfdən işçi planlaşdırılması zamanı təşkilatın missiyası, vizyonu kimi amillərin nəzərə alınması vacibdir. Neft sənayesində rəhbər vəzifələrə kadr

tələb olunduqda şirkətin mövcud kadrları arasından namizədin seçilməsi düzgün addımdır. Çünki daxili qaydaları, fəaliyyət istiqamətlərini, tətbiq edilən sistemi dərindən bilən, çoxillik təcrübəyə malik işçinin vəzifədə irəli çəkilməsi həm işçinin motivasiyası, həm də şirkətin ümumi mənafeyi baxımından daha faydalı olur.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan nefti dünya siyasətində çoxcildliyi, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyevin 1994-cü ildə verdiyi tapşırığa əsasən nəşr olunub. Azərbaycan nəşriyyatı, 1997: s.87;
2. Bəkirli A., (2016) İnsan resurslarının idarə edilməsi: nəzəriyyədən praktikaya, Bakı. "Elm və təhsil" nəşriyyatı, 304 səh.
3. Əliyev M., Həmidov H.İ., (2002) İnsan resurslarının idarə edilməsi. Bakı – "Nurlan" 411 səh.
4. Əliyev T.Q., Əliyeva Ş.T., Əliyev R.T., (2012) İnsan resurslarının idarə edilməsi, Bakı, ADNA. 303 səh.
5. Quliyev T., (2013) "İnsan resurslarının idarə edilməsi". Bakı, Nağıl evi şirkəti, 828 səh.
6. Quliyev T.Ə., (2012)"Heyətin idarə edilməsi". Ali təhsil müəssisələri üçün dərslik. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 508 səh.
7. Quliyev T.A., Əzizov E.D., Mustafayeva E.İ., Bayramova S.R Bakı, (2012),"İnsan ehtiyatlarının idarə edilməsi",Dərslik . "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı, 542 səh.
8. Süleymanov. Q.S. İnnovasiya prosesinin təşkili və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti, Bakı, 2007, s.105;
9. Selçuk A., (2015)"İnsan kaynaklarının yönetimi", 272 seh.
10. Keçecioğlu T., (2017) "Strateji insan kaynakları yönetimi",154 seh.
11. Yalçın, S., (1999) Personel Yönetimi, İstanbul. 350 seh.
12. Гавриилов Р.В., (2005) Производительность труда: показатели планирования и методы измерения. - М., Экономика, 745 стр.
13. Зайцев Г. Г. (2004) Управление персоналом - СПб.: Северо-Запад.- 382 стр.
14. Кибанов А.Я.(2006) Управление персоналом организации. М.: ИНФРА-М. 91. 512стр.
15. Макарова И.К., (2006) Управление персоналом: Наглядные учебно-методические материалы. - М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2006, 365 стр.
16. Маслов Е. В. (2008) Управление персоналом компании / Перед ред. Шеметова П. В. М.: ИНФРА-М; Новониколаевск: НГАЭиУ. 312 стр.

Müəssisədə sistemində əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi

Nəsimi Qədirov

nasimiqadirov@gmail.com

Xülasə

Əmək məhsuldarlığı müəssisənin strateji inkişafında əhəmiyyətli dərəcədə rol oynayır. Əmək məhsuldarlığı həm fərdi işçinin, həm komandanın, həm emalatxananın, həm də müəssisənin, sənayenin və ölkə daxilində, iqtisadiyyatın fəaliyyətini göstərən mühüm iqtisadi göstəricidir. Əmək məhsuldarlığı həmişə iqtisadiyyatın fəaliyyət göstəricisi kimi ən vaciblərdən biri olmuşdur. Əmək məhsuldarlığı insanın məqsədəuyğun fəaliyyətinin nəticəsidir,yəni əmək məhsuldarlığı-əmək sərfinin səmərəlilik dərəcəsidir. Əmək məhsuldarlığı zaman vahidinə düşən məhsul miqdarı ilə ifadə olunur. Bir çox amil və göstəricilərlə xarakterizə olunur və müəyyən edilir. Əmək məhsuldarlığını artırmaq üçün ona təsir edən bütün məlumatların təhlili aparılır, müxtəlif planlaşdırma metodları tətbiq olunur və artırılması yolları nəzərdən keçirilir. Əmək məhsuldarlığı həm fərdi işçinin, həm komandanın, həm emalatxananın, həm də müəssisənin, sənayenin və ölkə daxilində, iqtisadiyyatın fəaliyyətini göstərən mühüm iqtisadi göstəricidir. Əmək məhsuldarlığı ölkə iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır, çünki adambaşına düşən ictimai məhsulun miqdarına, işsizliyə, ÜDM-in artımına və milli gəlirə təsir göstərir. Ayrıca, ölkə vətəndaşlarının yaşayış səviyyəsinin sosial-iqtisadi yaxşılaşdırılması, sosial problemlərin həlli, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı və dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin təməli, yığım və istehlak artımı əsas götürülür və ölkənin yaşayış səviyyəsini əks etdirir. Azad sahibkarlığa əsaslanan bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər bir müəssisənin, firmanın başlıca məqsədi rəqabət qabiliyyətli, yüksək keyfiyyətli məhsullar istehsal edib sataraq daha çox mənfəət götürməkdən ibarətdir. Mənfəətin artırılmasının əsas yolu isə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi sayılır.Xüsusən də XXI əsrdə məhsuldarlıq səviyyəsi rəqabətdə müvəffəqiyyətin əsas göstəricisidir.Əmək məhsuldarlığı insanın məqsədli fəaliyyətinin göstəricisidir. O, əmək sərfinin səmərəlilik dərəcəsi, məhsul istehsalında əmək xərclərinin effektliliyi kimi də xarakterizə olunur.

Açar sözlər: müəssisə, əmək məhsuldarlığı, kadr siyasəti

Giriş

Əmək məhsuldarlığı həmişə iqtisadiyyatın fəaliyyət göstəricisi kimi ən vaciblərdən biri olmuşdur. Son onilliklər ərzində mütərəqqi olduğuna görə bu mövzu daha da aktuallaşdı. Texnoloji inkişaf nəticəsində və xüsusi idarəetmə metoları nəticəsində hər bir müəssisə öz məhsuldarlığını artırmağa çalışır. Sənaye müəssisəsinin əmək məhsuldarlığının artması onun effektiv strateji inkişafı üçün vacib şərtdir.

Müəssisənin inkişaf strategiyasına əsaslanan kadr idarəetmə strategiyasının formalaşdırılması, xarici və daxili mühitdə davamlı dəyişikliklər və strateji idarəetmə sistemi əmək məhsuldarlığının artmasında ən vacib amildir.(Борзова, 2017). Dünya iqtisadiyyatının inkişaf tarixi inamla göstərir ki, artan əmək məhsuldarlığı iqtisadi artımın, ölkənin rifahının, elmi və texnoloji tərəqqinin əsas mənbəyidir. Məhsuldarlığı artırmaqla, şirkət gələcəkdə istehlakçılar arasında bölüşdürülə biləcək daha keyfiyyətli və ya daha aşağı qiymətə məhsullar yaradaraq işçilərə daha yüksək maaş və investorlara gəlir gətirəcək əlavə dəyər yaradır.(Борзова, 2017). Bu baxımdan müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. ÜDM-in artımının və nəticədə ölkənin rifahının artması mənbəyi sənaye istehsalıdır.

Ölkənin inkişaf səviyyəsi, innovativ fəaliyyət, həmçinin cəmiyyətin tələbatının ödənilməsi sənaye istehsalı sahəsinin səmərəliliyindən asılıdır.(R.Babayev, 2015).Sənaye istehsalının rəqabət

qabiliyyəti dövlətin yüksək inkişaf səviyyəsini təmin edə bilər, ən yaxşı inkişaf meyarlarına sahib bir cəmiyyət yarada bilər və eyni zamanda əhalinin rifah halını yaxşılaşdıracaqdır.

Metod

Bu məqalənin məqsədi müəssisə sistemində əmək məhsuldarlığının artırılmasında rolu olan amillərin müəssisənin mövcud şərtləri daxilində idarəetmə metodlarının tətbiqi ilə qərar qəbulunda istifadə etdiyi modellərin seçilməsi və tətbiqinin qiymətləndirilməsidir. Bunun üçün araşdırmanın istiqaməti qərarların müxtəlifliyi, müasir modellər, bu modellərin tətbiq sahələri, müəssisənin imkanları daxilində ən düzgün modelin seçilməsi predmeti çərçivəsində olmuşdur.

Bir sıra araşdırmalara əsasən bilinir ki, əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi müəssisənin səmərəliliyi ilə bir başa əlaqəlidir. Sənaye müəssisələrində əmək məhsuldarlığının idarəetmə sistemi konkret məqsədlərə, vəzifələrə, prinsiplərə, metodlara və texnologiyalara malikdir. Təşkilati idarəetmə mexanizminin gücləndirilməsi, həmçinin idarəetmə vasitələrinin tətbiqi nəticəsi effektiv qərar qəbul etməyə imkan verir ki, bu da əmək məhsuldarlığının artırır və idarəetmə metodlarının düzgünlüyünü isbat edir.

Araşdırma eyni zamanda idarəetmə qərarlarının müəssisənin səmərəliliyinə təsiri, istehsalın mürəkkəbliyinin nisbətən azaldılması, istehsalın mexanizasiyası və avtomatlaşdırılması, yeni avadanlıqların tətbiqi və mövcud modernləşdirilməsi, texnoloji proseslərin gücləndirilməsii, istehsalın təşkili, əməyin elmi təşkili ilə bağlı məsələlərə də toxunmuşdur.

Araşdırma Modeli

İqtisadi-riyazi modelləşdirmə zamanı tədqiq olunan sənaye müəssisələri üçün əmək məhsuldarlığı göstəricisinin artırılması üçün ehtiyatların təhlili və müəyyənləşdirilməsi, əməliyyat istehsalının idarə edilməsi, habelə onun səviyyəsini müəyyən edən amillərin dinamikasından asılı olaraq əməyin məhsuldarlığının müəyyən intervalda qiymətləndirilməsi və planlaşdırılması üçün imkanlar yaradan situasiyalar nəzərdən keçirilmişdir.

Analiz

İqtisadi mənada "əmək məhsuldarlığı" kateqoriyası müəssisənin konkret təşkilati və texniki şəraitində əməyin istifadəsinin nəticəsini xarakterizə edir. Sənaye müəssisəsində əmək məhsuldarlığının artması istehsalın sistematik texnoloji modernləşdirilməsi şəraitində mümkündür. Bu yenilikçi problemi həll etmək üçün müəssisə işçilərinin iş keyfiyyətinə təsir edən bütün sosial və iqtisadi amilləri nəzərə almaq lazımdır.

Rəqabətədavamlı sənayenin inkişafı müasir bazar şəraitində çevik idarəetmə sistemini tələb edir. Belə bir sistemin vasitələrindən biri əmək məhsuldarlığının idarə edilməsidir. İstehsalın mürəkkəbliyinin azaldılması istehsalın hərtərəfli mexanizasiyası və avtomatlaşdırılması, yeni avadanlıqların tətbiqi və mövcud modernləşdirilməsi, texnoloji proseslərin təkmilləşdirilməsi, istehsalın təşkili, əməyin elmi təşkili ilə əlaqəli əmək məhsuldarlığının artırılması üçün ən vacib və tükənməz ehtiyatdır.

Əmək məhsuldarlığı artımının bütün daxili istehsal ehtiyatlarını daha iki növə bölmək məsləhət görülür: əmək yaradan və əməyə qənaət. Əmək yaradan ehtiyatlar arasında iş vaxtı fondundan istifadənin yaxşılaşdırılması və iş vaxtının sıxılması ilə əməyin intensivliyinin orta normal səviyyəyə

qaldırılması daxil edilməlidir. Əmək əmanətləri arasında istehsalın mürəkkəbliyinin azalması ilə əlaqəli bütün ehtiyatlar olmalıdır.Bir qrup əmək yaradan amillər üçün daxili istehsal ehtiyatları, bir qayda olaraq, iş günü və iş ilinin istifadəsi göstəriciləri ilə qiymətləndirilir. Hal-hazırda hər təşkilatda və hər yerdə məhsuldarlıq artımı müəssisə sabitliyi və inkişafı üçün ən vacib şərt kimi tanınır.Yüksək əmək məhsuldarlığı olan müəssisələr daha çox məhsul istehsal edir.

Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə olunması işçi heyyəti və istehsalın idarə edilməsi ilə əlaqələndirilir.Belə ki,işçi heyyətinin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi zamanı və istehsalın idarə edilməsində yeni texnologiyanın tətbiqi zamanı düzgün idarəetmə metodlarının tətbiq edilməsi məhsuldarlığı artırır. Əlbəttə ki, əmək məhsuldarlığının sabit idarə olunması üçün bütün menecerlər hədəf təyin etmək, prosesi təşkil etmək,nəzarət, işçilərin motivasiyası kimi bacarıqlara sahib olmalıdır. Bunlar şirkətə texnoloji uyğunluğu qorumağa və istehsalını təmin etməyə imkan verən əməliyyat qabiliyyətləridir.

Dünya iqtisadiyyatının inkişaf tarixi inamla göstərir ki, artan əmək məhsuldarlığı iqtisadi artımın, ölkənin rifahının, elmi və texnoloji tərəqqinin əsas mənbəyidir. Məhsuldarlığı artırmaqla, şirkət gələcəkdə istehlakçılar arasında bölüşdürülə biləcək daha keyfiyyətli və ya daha aşağı qiymətə məhsullar yaradaraq işçilərə daha yüksək maaş və investorlara gəlir gətirəcək əlavə dəyər yaradır. Bu baxımdan müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Hal-hazırda bir sıra müəssisələr öz istehsal idarəetmə sistemlərini inkişaf etdirirlər, lakin onların hamısı idarəetmə funksiyalarını tam icra etməmişdir, alınan və işlənilən məlumatlardakı ziddiyyətlər səbəbindən texniki və iqtisadi göstəricilərlə razılaşmaq mümkün olmur və müvafiq olaraq istehsalın idarə edilməsi ilə bağlı düzgün qərar vermək çətinləşir. Əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi prosesi dövri xarakter daşıyır və işçilərin məhsuldarlığını artırmaq üçün amillər və ehtiyatların təhlilini əhatə edir. Əməyin səmərəliliyini artırmaq üçün tədbirlərin hazırlanması, planlaşdırılması və icrası təşkilatın işçiləri ilə iş zamanı kadr risklərinin idarə edilməsi sistemi nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir.Vəziyyət və əməyin təşkili, iş əməliyyatlarının optimallaşdırılması əmək məhsuldarlığının artmasına və istehsal vəziyyətindən məmnun qalmasına səbəb olur.

Müəssisənin iqtisadiyyatı üçün vacibliyi və rolu baxımından əmək məhsuldarlığının artırılması, istehsal potensialının genişləndirilməs ilə yanaşı,onun məhsulunun dəyərini ucuzlaşdırır və keyfiyyət göstəricilərini yüksəldir. Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi əsasən əmək şəraitinin yüksəldilməsi üzrə işləri ön plana çəkir, iş gününün azaldılmasına əsas yaradır.İş şəraitinin yaxşılaşdırılmasının həm sosial, həm də iqtisadi əhəmiyyəti var,ona görə ki bu bir tərəfdən işçilərin təkrar istehsalına və sağlamlığınn qorunmasına təminat verir,digər tərəfdən də onların əmək məhsuldarlığının artmasına ciddi formada təsir göstərir. Fərdi müəssisələr və bütövlükdə cəmiyyət üçün əmək məhsuldarlığının böyüməsi böyük əhəmiyyət kəsb edərək, əmək məhsuldarlığının səviyyəsinə təsir edən bütün amillərin öyrənilməsini və böyüməsi üçün ehtiyatların açılmasını zəruri edir.

Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə olunmasında önəmli faktorlardan ən başlıcası kimi onun planlaşdırılmasıdır.Belə ki,müəssisədə əmək məhsuldarlığının düzgün formada planlaşdırılmasında və əməyə qənaət ehtiyat mənbələrinin tam olaraq aşkar edilib reallaşdırılmasında əmək məhsuldarlığına təsir götərən amillərin elmi əsaslarla müəyyən olunmasının olunmasınn böyük əhəmiyyəti var. Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi bütün istehsal ehtiyatlarının

səfərbərliyə alındığı zaman onun artımını müvəffəqiyətli dərəcədə həll edə bilər. Buna nail olmaq üçün elmi-texniki tərəqqinin tətbiqilə yanaşı,madi,əmək və maliyyə ehtiyatlarından qənaətlə və səmərəli şəkildə istifadə etmək, artıq xərclərə imkan verməmək və itkiləri xeyli dərəcədə ləğv etmək lazımdır. İstehsal daxilində olan ehtiyatladan səmərəli və uğurla istifadə etmək uğrunda mübarizə mövsümi xarakter daşımamalı,mütəmadi olaraq əmək kollektivinin, xüsusi ilə mühəndis –texniki işçilərinin diqqət mərkəzində olmalıdır. Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi onun artırılması ilə bağlı olan ehtiyatların idarə edilməsi və düzgün istifaə olunması ilə bağlıdır.

Müəssisədə əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları dedikdə, orta istehsal normasını yüksəltmək və ya məhsulun əmək tutumunu azaltmaq üçün var olan və gerçəkləşməsi mümkün olan biləcək imkanlar nəzərdə tutulur.(R.Babayev, 2015). Müəssisədə əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatlarına elmi-texniki tərəqqi, müəssisənin düzgün yerləşdirilməsi, müəssisədə yeni texnika və texnologiyanın tətbiqi, mövcud olan avadanlıqların müasirləşməsi,istehsalın təkmilləşdirilməsi və ixtisaslaşdırılması,rəqabətqabiliyyətli olan sahələrin inkişaf etdirilməsini misal göstərmək olar. Müəssisədə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi üçün istehsaldaxili ehtiyatların aşkar edilməsi və resurslardan səmərəli istifadə olunmasından birbaşa asılı olur. Bu ehtiyatlara məhsulun əmək tutumunun aşağı salınması, iş vaxtından istifadənin yaxşılaşdırılması, istehsal heyətinin tərkibinin təkmilləşdirilməsi, xammal və materiallardan qənaətlə istifadə, istehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması və fond tutumunun aşağı salınması aiddirlər.(Paul.A. and Anantharaman,R, 2003). Müəssisədə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi ehtiyatlarını intensiv ehtiyatlar-əmək tutumunun aşağı endirilməsi və ekstensiv ehtiyatlar-iş vaxtının yüksəldilməsi üzrə ehtiyatlara bölmək olar. Əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları konkret amillərin təsiri ilə əlaqəlidir ki bunlara nəzər yetirək. Texnologiyaların, yeni xammal növlərinin istifadəsi ilə əlaqəli maddi-texniki amillər.

İstehsalın yaxşılaşdırılması problemlərinin həllinə burada nail olunur: avadanlıqların modernləşdirilməsi; köhnəlmiş avadanlıqları yeni, daha səmərəli avadanlıqla əvəz etmək; istehsalın mexanizasiyası səviyyəsinin artırılması: əl işlərinin mexanizasiyası, kiçik miqyaslı mexanizasiyanın tətbiqi, ərazilərdə və emalatxanalarda işin hərtərəfli mexanizasiyası; istehsalın avtomatlaşdırılması: avtomatik maşınların, avtomatlaşdırılmış avadanlıqların quraşdırılması, avtomatik xətlərin istifadəsi, avtomatlaşdırılmış istehsal sistemlərinin quraşdırılması; yeni qabaqcıl texnologiyaların tətbiqi; yeni növ xammal, qabaqcıl materiallar və digər tədbirlərdən istifadə etməklə. Elmi və texniki tərəqqi əmək məhsuldarlığının hərtərəfli və ardıcıl böyüməsinin əsas mənbəyidir. Buna görə də elmi-texnoloji tərəqqinin nailiyyətlərini müasir şəraitdə müasir istehsalata tanıtmaq üçün ilk növbədə əsas kapitalın aktiv hissəsinin - maşın, avadanlıq kimi aktivlərin xərc hissəsini artıraraq, mövcud sahələrin yenidən qurulmasına və texniki yenidənqurulmasına yönəldilməlidir.(Koch.M.J and McGrath,R.G, 1996).

Müəssisədə əmək məhsuldarlığının idarə edilməsini amillərindən biri maddi-texniki amillərdir. Əsas maddi-texniki amillərdən biri məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasıdır - az miqdarda pul və əmək xərcləri ilə sosial ehtiyacları ödəmək, çünki keyfiyyətli məhsullar daha çox sayda keyfiyyətsiz məhsulu əvəz edir. Məhsulların davamlılığının artırılması onların istehsalında əlavə artımla əlaqədardır. Maddi və texniki amillər ən vacibdir, çünki onlar təkcə yaşayış üçün deyil, həm də maddi əmək üçün qənaət təmin edir.(R.Babayev, 2015)

Sosial-iqtisadi amillər əmək kollektivlərinin keyfiyyətləri, onların sosial-demoqrafik tərkibi, təlim səviyyələri, nizam-intizam, əmək fəaliyyəti və işçilərin yaradıcı təşəbbüsü, dəyər yönəldmə sistemi,

şöbələrdə və bütövlükdə müəssisədə liderlik tərzi və s. Bundan əlavə, əmək məhsuldarlığı insanların işlədiyi təbii və sosial şərtlərlə müəyyən edilir. Məsələn, dağ-mədən müəssisələrində filizdəki metal tərkibi azalarsa, filiz hasilatı arta bilsə də, əmək məhsuldarlığı bu azalmaya nisbətdə azalır. Ölkəmizdə bazar iqtisadi münasibətlərinin inkişafı ilə bu cür sosial şərtlərin əhəmiyyəti artır, bu bir tərəfdən yavaşlayır, digər tərəfdən isə əmək məhsuldarlığının artmasına təkan verir. Bunlar arasında artan işsizlik, istehsalçıların rəqabətinin artması, kiçik biznesin inkişafı və s.

Təşkilati amillər əməyin, istehsalın və idarəetmənin təşkili səviyyəsi ilə müəyyən edilir.

Bunlara daxildir:

- ✓ İstehsalın idarə edilməsinin təşkili: idarəetmə aparatının strukturunu təkmilləşdirmək; istehsalın idarəetmə sistemlərinin təkmilləşdirilməsi;istehsal prosesinin operativ idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsi;avtomatlaşdırılmış istehsal idarəetmə sistemlərinin tətbiqi və inkişafı
- ✓ İstehsalın təşkilini yaxşılaşdırmaq:istehsalın maddi, texniki və kadr hazırlığının yaxşılaşdırılması;istehsal bölmələrinin təşkili və əsas istehsalda avadanlıqların təşkili;
- ✓ Dəstək xidmətlərinin və təsərrüfatların (nəqliyyat, saxlama, enerji, instrumental, iqtisadi və digər istehsal xidmətləri) təşkilinin təkmilləşdirilməsi;
- ✓ Əməyin təşkilinin təkmilləşdirilməsi: əməyin bölüşdürülməsi və əməkdaşlığının yaxşılaşdırılması, çox maşın xidmətlərinin tətbiqi, peşə və funksiyaların birləşdirilməsi sahəsinin genişləndirilməsi;
- ✓ Qabaqcıl əmək metod və texnikalarının tətbiqi;
- ✓ İş yerlərinin təşkili və saxlanmasını yaxşılaşdırmaq;
- ✓ Texniki cəhətdən səmərəli əmək xərcləri standartlarının tətbiqi, müvəqqəti işçilər və işçilər üçün əmək normalarının əhatə dairəsini genişləndirmək;
- ✓ Əməyin təşkilinin çevik formalarının tətbiqi;
- ✓ Kadrların peşə seçimi, təlim və peşə inkişafı;
- ✓ İş şəraitinin yaxşılaşdırılması, iş və istirahətin rasionallaşdırılması;
- ✓ Əmək haqqı sistemlərinin təkmilləşdirilməsi, katalitik rolunun artırılması.

Digər amillər struktur amillər - strukturda, çeşiddə, heyətdə dəyişikliklər və sənaye amilləridir.

Əmək məhsuldarlığının idarə edilməsi prosesi dövri xarakter daşıyır və işçilərin məhsuldarlığını artırmaq üçün amillər və ehtiyatların təhlilini əhatə edir.(Смирнов, 2009). Əməyin səmərəliliyini artırmaq üçün tədbirlərin hazırlanması, planlaşdırılması və icrası təşkilatın işçiləri ilə iş zamanı kadr risklərinin idarə edilməsi sistemi nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir.

Sənaye müəssisələrində iş vaxtının səmərəsiz istifadəsinin səbəblərinin təhlili zamanı iş yerlərinin kifayət qədər yüksək səviyyədə həvəsləndirilməməsi və iş vaxtının səmərəli istifadəsi sahəsində işçilərin sərişəsizliyinin nəzərə alındığı məlum olur.(Ichniowski, Shaw and Prennushi, 1997).

İş vaxtının idarə edilməsi texnologiyası aşağıdakı təşkilati prosedurları əhatə etməlidir:

- ✓ Təşkilatın müvəqqəti bir mənbədən istifadəsini davamlı təhlil etmək;
- ✓ Müvəqqəti bir mənbənin proqnozlaşdırılması,bir iş gününün fotoşəkili, dizayn, proqramlaşdırma və planlaşdırma;
- ✓ Təşkilat işçilərinin əmək münasibətlərinin uyğunlaşdırılması;
- ✓ İşin qurulması;
- ✓ Dağıdıcı münaqişələrin və peşə stresslərinin qarşısının alınması və zərərsizləşdirilməsi;
- ✓ Texnoloji proseslərin icrasına nəzarət etmək.

İş vaxtından istifadə etməklə idarəetmə formalarını səmərələşdirmək üçün yuxarıda göstərilən yollardan istifadə təşkilatın işçilərinə sərf olunan səmərəsiz vaxtın azalmasını və işçilərin məhsuldarlığının artmasını təmin edir. Kadrların idarə edilməsi xidməti sənaye müəssisəsinin kadr siyasətinin tərkib hissəsi olaraq əmək məhsuldarlığının artırılması üçün hərtərəfli proqramların hazırlanmasına cavabdeh olmalıdır.

Sənaye müəssisəsinin əmək məhsuldarlığının idarəetmə sistemi konkret məqsədlərə, vəzifələrə, prinsiplərə, metodlara və texnologiyalara malikdir.(В.В.Николаевна, З.А.Тихоновна, 2013).

Bu amillərin hamısı bir-biri ilə sıx bağlı və bir-birindən asılıdır və hərtərəfli öyrənilməlidir. Hər bir amilin təsirini daha dəqiq qiymətləndirmək üçün bu lazımdır, çünki hərəkətləri bərabər deyildir Əmək məhsuldarlığı amillərinin təsnifatı iqtisadi hesablamaların əmək məhsuldarlığının dəyişmələrinə təsir dərəcəsini müəyyənləşdirməsində şərait yaradır.

Nəticə

Əmək məhsuldarlığının idarə olunmasında dörd əsas yanaşma hazırda praktikada tətbiq olunur.

1. Əmək nəticələrinin idarə edilməsi. Performans standartlarının işlənməsi işçilər və menecerlər üçün aydın hədəfləri təmin edir, əməyin nəticələrini planlaşdırmaq və tənzimləmək, işçilərin qazancının əmək standartları və iş performans standartlarının tətbiq edilməsindən birmənalı asılılığını müəyyən etməyə imkan verir.
2. Əmək xərclərinin idarə edilməsi. Dəyişikliklər şəraitində və bazarın tələblərinə ən çox diqqət yetirildikdə, əmək məhsuldarlığı dəyişkəndir, buna görə də təşkilatlar işçilərin sayını, peşəkar və funksional ixtisasını, istifadə müddətini və vaxtında planlaşdırmaqla əməyin qiymətini tənzimləməklə işin görülməsi üçün lazım olan əmək xərclərini çevik şəkildə tənzimləməlidirlər.
3. Əmək amillərinin idarə edilməsi. Lazımi iş şəraiti təmin olunarsa, əmək məhsuldarlığı arta bilər.
4. İnsan amili. Bu məhsuldarlığın və əmək məhsuldarlığının əsas amilidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. R.Ş.Babayev-“Müasir idarəetmə nəzəriyyələri” dissertasiya işi, 2015. 114səh
2. Ichniowski, C., Shaw K. and Prennushi, G. (1997). The effects of human resource management practices on productivity: a study of steel finishing lines. American Economic Review, 87 (3), 291-313
3. Koch, M. J. and McGrath, R. G. (1996). Improving labour productivity: human resources management policies matter. Strategic Management Journal, 17 (5), 335-354.

4. Wolf, E. N. (1999). The productivity paradox: evidence from indirect indicators of service sector productivity growth. The Canadian Journal of Economics, 32 (2), 281-308.
5. Sels, L., De Winne, S., Maes, J., Delmotte, J., Faems, D. and Forrier, A. (2006). Linking HRM and small business performance. Small Business Economics, 26 (1), 83-101.
6. Paul, A. and Anantharaman, R. (2003). Impact of people management practices on organizational performance:analysis of a causal model. International Journal of Human Resource Management, 14 (7), 1246-1266.
7. Black, S. E. and Lynch, L. M. (2001). How to compete: the impact of workplace practices and information technology on productivity. 83 (3), 434-445.
8. Войтова Вера Николаевна, Замлелая Анна Тихоновна- методы и модели управления производительностью труда: анализ мирового опыта, статья российское предпринимательство, № 4 (226) февраль 2013, 8с
9. Сергей Смирнов-Практические методы повышения производительности труда.–Спб.: 2009. – 42 с
10. Борзова Е.А. Актуальные проблемы эффективного управления трудовыми ресурсами предприятия/ Символ науки. - 2017. - Т. 1. - № 4. - С. 56-59.

Azərbaycanın KOS Müəssisələrinin ÜDM Və Banklar İlə Qarşılıqlı Əlaqələri Və Təsirləri

Ülviyyə Əhmədova

ulviyye.ehmedova5@gmail.com

Xülasə

Məqalədə ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrində maliyyə resurslarının idarə edilməsinin müasir vəziyyəti araşdırılmış, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə göstəriciləri müxtəlif iqtisadi modellərə daxil edilməklə bir çox fərqli sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün, investisiya qoyuluşlarının ölkə ümumi daxili məhsuldakı potensial təsirlərinin əhəmiyyəti vurğulanmışdır. Əsas məqsəd ölkədə kiçik və orta biznesin iqtisadi inkişafında maliyyə idarəolunmasının rolunu araşdırmaq, müəssisələrin büdcəsindən kiçik və orta biznes indeksində ayrılan xərclərin cari vəziyyətini təhlil etmək və bu prosesin müəssisələrin iqtisadi inkişafında nə dərəcədə effektiv olduğunu təyin etməkdir. KOS-larda maliyyə resurslarının idarəedilməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi əhəmiyyəti daim önəmli məsələlərdən biri olaraq təzahür etmişdir. Paralel olaraq, bu konsepsiyanın tədqiq və öyrənilmə sferası ölkəmizdə olduqca tərəqqi perspektivləri açacağı səbəbi ilə tədqiqat əhəmiyyətli xüsusiyyət kəsb edir. Azərbaycanda KOS, maliyyə şəraiti, maliyyənin menecmenti ilə əlaqəli müəssisələrin fəaliyyətinə aid son illərdə bir sıra elmi tədqiqat işləri reallaşdırılmış, iqtisadi ədəbiyyatda, mətbuatda, bəzi publisistik, monoqrafik və elmi məqalələr dərc edilmişdir. Firmalarda gerçəkləşdirilən maliyyə fəaliyyəti, biznes siyasəti və onun tərkib elementi qismində maliyyə strategiyası, firmada aparılan struktur transformasiyaları bu proseslərin gerçəkləşdirilməsində daxili və xarici maliyyə ehtiyatlarının rolunun praktiki və nəzəri aspektləri Azərbaycanın iqtisadçı alimləri arasında Ə.M. Abbasovun, M.M. Sadıqovun, D.A. Bağırovun, R.Ə. İsgəndərovun və başqa iqtisadçı alimlərin əsərlərində çeşidli səpgidə araşdırılaraq tədqiq və analiz olunmuşdur. Həmin müəlliflərin əsərlərindən istifadə olunmaqla müəssisə iqtisadiyyatında maliyyə prosesi, müəssisələrin maliyyə menecment rakursları və onların milli iqtisadiyyatın tərəqqisində rolunun araşdırılıb analiz olunmasını, problemin nəzəri və təcrübi baxımdan intensiv öyrənilməsini vacib etmişdir.

Açar sözləri: maliyyə resursları, kiçik və orta sahibkarlıq, biznes mühiti, milli iqtisadiyyat

Giriş

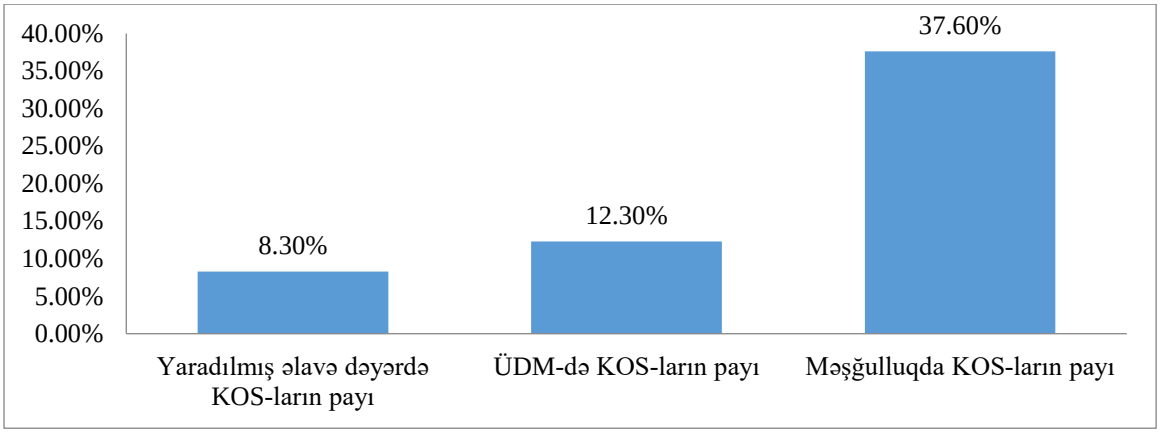
Maliyyə ehtiyatlarına çıxış imkanı Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin tərəqqisi qarşısında duran təməl maneələrdən biri olaraq qalmaqdadır. Statistikaya görə şirkətlərin yalnızca 1/5-lik bir hissəsi öz kommersiya fəaliyyətlərini maliyyələşdirmək üçün bank kreditindən istifadə etməkdədir və bu aspektdən Azərbaycan Şərq Tərəfdaşlığı ölkələrindən geri qalmaqdadır (bu ölkələr üzrə bank kreditlərindən istifadə edən müəssisələrin orta nisbəti 1/3-dir). Bu özlüyündə aydın bir mənzərə açır ki, KOS-lar arasında kreditdən istifadə bölmədən və ölçüdən asılı olmamaqla aşağı olaraq qalmaqdadır. Firmaların bir çoxu dövriyyə kapitalı məqsədi ilə daxili vəsaitlərə arxalanır ki, bu isə yenə Şərq Tərəfdaşlığı ölkələri ilə müqayisədə ən yuxarı əmsaldır. Dövlətin KOS-a əsas maliyyə dəstək mexanizmi maliyyə subsidiya və dotasiyalarına əsaslanır ki, bu da müəssisələrin öz hesabına tərəqqi imkanlarını məhdudlaşdıran və təkmil rəqabəti zəiflədən faktordur. Azərbaycanın KOM maliyyə strukturundakı bu ekssentrik davranış ölkənin iqtisadi tarixiylə birbaşa əlaqədar ola bilər. Ölkənin keçmiş strategiyalarına və inkişaf prioritetlərinə nəzər yetirdikdə görürük ki, müəssisələrdə maliyyənin menecmenti müstəqil formada inkişaf etmiş, ancaq müəyyən boşluqları aradan götürməyə qadir qlobal maliyyə-audit təşkilatları isə bu konseptdə körpü rolunu oynaya bilməmişdir.

Kiçik Orta Sahibkarlığın ÜDM-də Təsiri

KOS-ların xüsusən də son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatının genişlənməsində rolu azdır. 2018-ci ildə 191,7 min təşkil edən KOS-lar bütün müəssisələrin 95% -ni təşkil etmişdir. Bu KOS-lardan 20,9 min nəfəri hüquqi, 170,8 min nəfəri fərdi sahibkarlardır. Azərbaycanda KOS-ların ümumi sayında kiçik

sahibkarlar üstünlük təşkil edir, orta sahibkarların sayı isə orta səviyyədədir. KOS-ların əsas hissəsini kiçik sahibkarlar - 97,9% (187,6 min) - 2,1% -ə (4,1 min) çatan orta sahibkarlar təşkil edir. Bununla belə, KOS-ların iqtisadiyyatdakı mövqeyi onların bölmələrinin payını əks etdirmir. 2018-ci il statistik məlumatlara görə iqtisadiyyatda yaradılmış əlavə dəyərdə KOS-larin payı 8,3% olmuşdur. Məşğulluqda və ÜDM-dəki çəkisi müvafiq olaraq 37,6% və 12,3% təşkil etmişdir. İqtisadiyyat sahələri üzrə məlumatları nəzərdən keçirsək, ilk növbədə KOS-lar xidmət sektorunda üstünlük payı təşkil etməkdə davam edirlər (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi [AR], 2018).

Qrafik 1. Əsas iqtisadi göstəricilərdə KOS-ların sayı (2018)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/?lang=az (28.03.2020)

Ticarət, nəqliyyat, rabitə, tikinti, sənaye və kənd təsərrüfatında KOB-lərin payı müvafiq olaraq 62.8%, 15.8%, 13.1%, 2.3%, 1.3% və 1.1% təşkil etmişdir.

Mühüm iqtisadi göstəricilərdən biri olan ölkənin ümumi ixracatında KOS-ların xüsusi çəkisi barədə rəsmi məlumat yoxdur. Bununla birlikdə, ixrac strukturu məlumatlarının təhlili əsasında apardığımız qiymətləndirmə göstərir ki, faktiki göstərici 5-6% -i keçmir. 2018-ci ildə Azərbaycanın ümumi ixracı 13,8 milyard dollar təşkil edib ki, bunun da 89 faizi və ya 12,3 milyard dolları neft və qaz sektorundan gəlir. KOS-lar isə tamamilə neft və qaz ixracından xaric dəyərləndirilməlidir. Buna görə qiymətləndirmə qeyri-neft ixrac göstəriciləri əsasında aparılmışdır. 2018-ci ildə 1,54 milyard dollarlıq ümumi qeyri-neft ixracatının 821,3 milyon dolları və ya 53% -i 20 böyük şirkətin payına düşmüşdür - və ya sahibkarlıq fəaliyyətinin özəl sektor subyektləri. 712,7 milyon dollar dəyərində ixracın qalan hissəsini digər KOS-lar təmin etmişdir ki, bu da ölkənin ümumi ixracının yalnız 5% -ni təşkil edir (ARDSK, 2018).

Son zamanlarda maliyyənin əlçatanlığının əhəmiyyəti Azərbaycanda önəmli hala gəlmişdir. Ümumiyyətlə, biznes sektorlarının, o cümlədən KOS-ların maliyyə qurumları tərəfindən təqdim olunan xidmətlərə çıxışı arzuolunan səviyyədə deyil və bu həm beynəlxalq maliyyə qurumlarının (məsələn, Dünya Bankı) həm də yerli tədqiqatların nəticələri ilə təsdiqlənir.

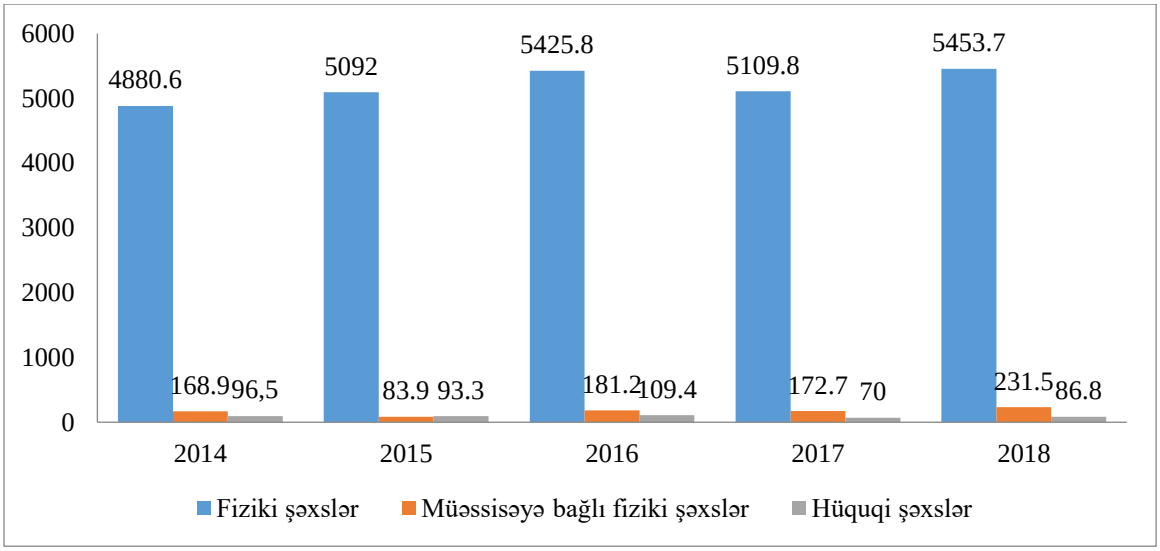
Azərbaycanda əsasən maliyyə təminatına xidmət edən bank və bank olmayan kredit təşkilatları və sığorta şirkətləridir. Mikro ölçülü kiçik müəssisələr əsasən şəhər və kənd ərazilərindəki ev təsərrüfatlarına diqqət yetirərək, xüsusilə bu xidmətlər ticarət, xidmət, sənaye və kənd təsərrüfatı kimi sahələri əhatə edir. Maliyyə təminatının əsas elementlərindən biri zəruri xidmət infrastrukturunun yaradılması, o cümlədən kredit təşkilatlarının ölkənin bölgələri üzrə bərabər paylanmasıdır (Yahudov,

2012). Müəssisələr maliyyə xidmətlərinə nə qədər yaxın olarsa, bu cür xidmətlərin əlçatanlığı bir o qədər çox olar. Bir vaxtlar bir sıra kredit təşkilatları və filiallar olmasına baxmayaraq, 2015-ci ildəki devalvasiya ölkənin maliyyə sektoruna mənfi təsir göstərdi. 2014-cü ildə 45 bank, 752 şöbə və 162 şöbə var idi. Bu dövrdə 287 filialı və 999 şöbəsi olan 157 bank olmayan kredit təşkilatı da var idi. Devalvasiya nəticəsində son illərdə onların sayı xeyli azalıb. Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasının məlumatına görə, 2018-ci ilin sonuna Azərbaycanda bankların sayı 30-a, filialların sayı 509-a, şöbələrin sayı 142-ə qədər azalıb. 123 bank olmayan 223 filial və 1112 şöbə var (Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı [AR], 2019). Ümumiyyətlə, kredit təşkilatlarının sayının əhəmiyyətli dərəcədə azalması KOS-ların maliyyə xidmətlərinə çıxışını pisləşdirmişdir.

KOS-ların Bank və Kredit Təşkilatları İlə Qarşılıqlı Əlaqələri

Kredit təşkilatlarının sayının azalması və banklarda müştərilərinin sayının artması bank xidmətlərinin keyfiyyətinə mənfi təsir göstərmişdir. 2014-cü ildə hər bankda müştəri sayı 114 min, cəmi 311,8 min bank hesabı olan 16 min nəfər olduğu halda, 2018-ci ildə bu göstərici 192 min nəfər və 537 min hesab təşkil etdi. 2018-ci ildə bir müştəri orta hesabla 2.3 hesaba (2.8 2014). 2018-ci ilin sonuna bank müştərilərinin ümumi sayından 231,5 min nəfər (2014-cü ildə 168,9 min nəfər) sahibkarlıqla məşğul olan fərdi sahibkarlar, 86,8 min hüquqi şəxs (2014-cü ildə 96,5 min nəfər) olmuşdur (ARMB, 2019).

Qrafik 2. Bank hesablarının sayı (min.)



Mənbə: https://www.cbar.az (28.03.2020)

Bütün bu hesabların 13,3 milyonu (2014-cü ildə 10,5 milyon) cari və 345,8 min (2014-cü ildə 658,2 min) əmanət hesabları olmuşdur. Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslərin hesabları 244,4 min (184,4 min), hüquqi şəxslər 169,4 min (175,6 min) təşkil etmişdir. Təəssüf ki, Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıqla bağlı statistik məlumat bazaları mövcud deyil, bu hesablarda KOS-ların payının müəyyənləşdirilməsinə mane olur. Sahibkarlıqla məşğul olan şəxslərin KOS-ları təmsil etdiyini fərz etsək, 231 500 KOS hesabı kimi düşünə bilərik. Lakin hüquqi şəxslərin bank hesablarına və depozit hesablarına münasibətdə KOB-lərin payını müəyyənləşdirmək çətindir.

Ölkəmizdə aparılan tədqiqat və sorğuların nəticələrinə əsasən, KOS-lar öz maliyyə problemini daha çox müəssisədaxili potensiallar hesabına həll etməyi üstün tutur. Məhdud ehtiyatla az riski, az qazanclı,

yalnız etibarlı fəaliyyətə meyl edirlər. Xarici mənbələrə isə adətən sahibkarlıq prosesini böyütmək istəyən firmalar maraq nümayiş etdirirlər. Bunun səbəbi xarici mənbələrdən maliyyə cəlb etməyin mürəkkəbliyidir. Həm ehtiyatların bahalığı, həm də firmaların şəffaflıq problemlərinin var olması onların xaricdən maliyyə ehtiyatı cəlb etmək potensiallarını məhdudlaşdırır. Məhz Dünya Bankının (DB) 2014-cü ildə kiçik və orta sahibkarlıqla apardığı sorğu nəticələrinə görə, mürəkkəb prosedurlarla üst-üstə düşən yüksək faiz dərəcələri onların maliyyə daxil olmasının əsas elementlərindən biri olan kredit əldə etmək imkanlarını məhdudlaşdıran əsas amillər arasındadır. Bundan əlavə, KOS-ların əsas maliyyələşdirmə mənbəyi olan bank kreditləri üçün yüksək səviyyədə təminat maliyyəyə çıxış imkanlarını məhdudlaşdırır (İsgəndərov, 2017).

DB və Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyasının (BMK) birgə hazırladığı, biznes mühitinin əlverişliliyinin qiymətləndirilməsini əks etdirən illik "Doing Business" hesabatında son illərdə sahibkarların kredit əldə etmək imkanları azalmaqdadır. "Doing Business 2018" hesabatında Azərbaycan borc götürməyin asanlığı baxımından aşağı sırada yer almışdır. Ümumiyyətlə, son 10 ildə kreditə giriş səviyyəsi durmadan pisləşir. 2010-cu ildə Azərbaycan 183 ölkə arasında 15-ci sırada yer alsa da, 2018-ci ildə bu rəqəm 190 ölkə arasında 122-ci yerə düşdü (Doing Business Reports 2019, www.doingbusiness.org).

Kredit almaq iki məsələnin kredit hesabat sistemlərinin gücü və kreditləşmənin asanlaşdırılmasında girov və iflas qanunlarının effektivliyini araşdırır. Azərbaycanda özəl kredit bürolarının olmaması kredit almaq indeksindəki mövqeyini xeyli pisləşdirir.

Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı (AYİB) tərəfindən DB ilə birlikdə həyata keçirilən Biznes mühiti və müəssisələrin fəaliyyətinin araşdırılması nəticələrinə əsasən maliyyəyə çıxış biznesin inkişafına ən böyük maneələrdən biridir. 390 müəssisənin, o cümlədən KOS-ların də iştirak etdiyi sorğunun nəticələri 2018-ci ili əks etdirir. Sorğuda iştirak edən yerli müəssisələrdən ölkədə fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin 21,7% -i və orta həcmli müəssisələrin 21,6% -i maliyyəyə asan çıxış əldə etmişdir (Doing Business Reports 2019, www.doingbusiness.org). Əsas problem odurki Azərbaycanda KOS-lar əsasən kredit almaq üçün banklara və bank olmayan kredit təşkilatlarına baxırlar. Sahibkarlar əsasən kreditlərdən xarici maliyyələşdirmə mənbəyi kimi istifadə edirlər. Sorğunun nəticələri bizə göstərir ki, KOS-ların təxminən yarısı kreditə ehtiyac duymur. Araşdırmaya əsasən, bank kreditləri KOM-lar üçün xarici maliyyələşdirmə mənbəyidir və alternativ xarici maliyyələşmə mənbələri hələ inkişaf etdirilməyib.

Ümumiyyətlə kiçik və orta sahibkarlıq kreditlərinin 85% -dən çoxu (kiçik 85.7%, orta 97.2%) girov əsaslıdır, dəyəri kreditin dəyərindən iki qat artıqdır. Bu kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün kredit portfelində müvafiq olaraq 258,5% və 262,3% təşkil edir. Müqayisə üçün qeyd edək ki, Avropa və Orta Asiya üçün bu rəqəmlər orta hesabla 197,9% və 189,8%, dünyada isə orta hesabla 217,5% və 198% təşkil edir (Doing Business Reports 2019, www.doingbusiness.org). KOS-ların ən az dörddə biri daxili vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilir. Daxili maliyyələşdirmə olmadıqda KOS-ların dörddə biri investisiya maliyyələşdirməsi üçün bank vəsaitlərini cəlb edir. KOS-lar demək olar ki, heç vaxt öz maliyyələşdirilmə üsulu ilə maliyyələşmirlər.

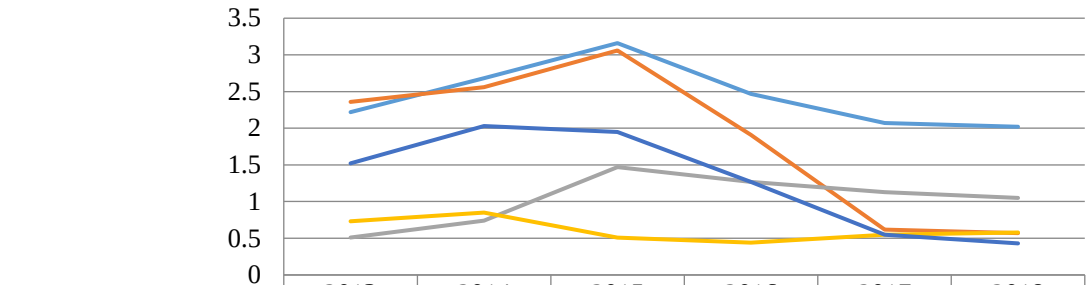
İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (OECD) hazırladığı "KOS Siyasəti İndeksi: Şərq Tərəfdaş ölkələri 2016" Hesabatı, digər Şərq Tərəfdaşlığı (EAP) ölkələrində olduğu kimi, maliyyəyə çıxış məsələsi də Azərbaycanda KOS-lar üçün problem olduğunu söyləyir. Hesabata görə, KOS-ların

maliyyələşdirmə imkanlarına dair mövqeyi 5 baldan 2,70-ni təşkil etmişdir ki, bu da EaP ölkələri arasında ən pis göstəricidir. Təşkilatın metodologiyasına görə, bu səviyyə bu sahədə siyasət həyata keçirmək üçün yaxşı əsasların olduğunu göstərir, lakin onlar tətbiq edilmir (Ağayev, 2016).

Azərbaycanda KOS-lar əsasən kreditlərdən xarici maliyyələşdirmə mənbəyi kimi istifadə edirlər. KOS-ların kreditləşməsi ilə bağlı rəsmi məlumat bank sektoru tərəfindən açıqlanan rəsmi statistik hesabatlarda mövcud deyil. Həm də kommersiya bankları tərəfindən qanunvericiliyə uyğun olaraq rüblük və illik maliyyə hesabatlarında belə bir məlumat verilmir. Bu səbəbdən iqtisadiyyatın bütün sahələrində istifadə olunan məcmu kreditlərdə KOS-lara verilən kreditlərin səviyyəsi və müəyyən iqtisadi fəaliyyət növlərindən KOS-lərə verilən kreditlərin xüsusi çəkisi barədə etibarlı məlumat əldə etmək mümkün deyil. Bu məqsədlə tədqiqatın bir hissəsi olaraq KOS-ların kredit resurslarına çıxış imkanlarını qiymətləndirmək üçün Asiya İnkişaf Bankı tərəfindən 2018-ci ildə banklara sorğular göndərilmişdir. Sorğular, demək olar ki, 70% bazar payına sahib olan banklara təqdim edilmişdir.

2018-ci ildə bankların ümumi aktivlərinin 55% və məcmu kredit portfelinin 42% -nə sahib olan banklar sorğulara cavab vermişlər. Nəticələrin təhlili göstərir ki, bankların KOS-lara verdiyi kreditlər 433,8 milyon manat (10.2%) olmuşdur. 2013-2018-ci illər üçün kredit qoyuluşlarının statistik təhlili göstərir ki (Doing Business Reports 2019, www.doingbusiness.org), 2015-ci ildə baş verən devalvasiya nəticəsində bankların aktivlərinin pisləşməsi onlara məhdud kredit verilməsinə səbəb oldu. DB-nin məlumatına görə, özəl sektorun kreditləşməsi (özəl sektora verilən daxili kredit) 2018-ci ildə ÜDM-də 16.4% -ə enmişdir. Bu məhdudiyyət kreditləşmənin azalmasına və beləliklə KOS-ların maliyyələşdirilməsində çətinlik yaratdı. Kiçik və orta sahibkarlığa (ticarət və xidmət, kənd təsərrüfatı və emal, nəqliyyat və rabitə, tikinti və əmlak) verilən kreditlər zamanla azalmışdır. Kredit qoyuluşları devalvasiyadan əvvəl artım nümayiş etdirsə də, ondan sonra azalmağa başladı (Qrafik 3). 2013-cü ildən 2015-ci ilə qədər ölkədə ayrılan kreditlərin ümumi həcmi 41% artaraq 15,4 milyarddan 21.7 milyard manata çatmışdır. Bu dövrdə ticarət və xidmət sektorunun kreditləşməsi 42,4%, tikinti və əmlak sektoru 29,6%, sənaye və istehsal 28,4%, nəqliyyat və rabitə sektoru 188,3% artmışdır. Kənd təsərrüfatı və emal sektoruna verilən kreditlər yalnız 30,2% azalıb. (Doing Business Reports 2019, www.doingbusiness.org) Devalvasiyanın ardından həm ölkədə, həm də ayrı-ayrı sektorlarda kredit vermə həcmində azalmalar müşahidə olundu, kreditlərin ümumi həcmi 46,4% azaldı. Beləliklə, devalvasiyadan sonra ticarət və xidmət sahələrinə kredit qoyuluşları 34,5%, aqrar təsərrüfat və emal sənayesinə 15,8%, tikinti və əmlak 82%, sənaye və istehsala 68,2%, nəqliyyat və rabitə sektoruna 23,1% azalmışdır.

Qrafik 3. Sektorlar üzrə kredit qoyuluşları (milyon AZN)



	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ticarət və xidmət	2.22	2.68	3.16	2.47	2.07	2.02
Tikinti	2.36	2.56	3.06	1.91	0.62	0.57
Nəqliyyat və rabitə	0.51	0.74	1.47	1.27	1.13	1.05
Aqrar təsərrüfat	0.73	0.85	0.51	0.44	0.55	0.58
Sənaye və istehsal	1.52	2.03	1.95	1.27	0.55	0.43

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/?lang=az (28.03.2020)

Azərbaycanda KOS-ların kreditləşdirilməsi ilə bağlı heç bir statistika qeydə alınmayıb və kredit qoyuluşlarının həcmi ARMB tərəfindən hər il açıqlanır. Ancaq bu açıqlama yalnız ümumi borc vermə qaydasını göstərir. Araşdırmalarımız göstərir ki, Azərbaycanda aqrar təsərrüfat və emal, ticarət və xidmətlərin, tikinti və əmlakın böyük hissəsi, nəqliyyat və rabitə sahələrinin müəyyən hissəsi KOS-lara məxsusdur. Qrafik 3-də təsvir olunan tendensiya KOM-ların kreditləşmə qaydasını da əhatə edir.

Metod

Tədqiqatın işlənməsində sistematik və müqayisəli, eləcə də faktorlu analiz mexanizmlərindən, habelə emprik, riyazi-statistik, analiz və sintez, tarixi həmçinin induksiya- deduksiya metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Yazdığımız bu məqalədə ümumən qeyd oluna bilər ki, Ölkəmizdə KOS-ların tərəqqisinə ciddi ehtiyac vardır. Qeyd olunmalıdır ki, Azərbaycanda KOS-ların tərəqqisinə, həmçinin maliyyələşməsinə dövlət yardımını təmin edən bir sıra agentlik və qurumlar fəaliyyət göstərməkdədir. Lakin KOS-ların güzəştli, ucuz və uzunmüddətli maliyyə ehtiyatlarına əlçatanlıq imkanlarının artırılması üçün bəzi tədbirlərin görülməsi zəruridir. KOS-ların tərəqqisini əngəlləyən faktorlardan biri maliyyə ehtiyatlarına əlçatanlılığının zəif olmasıdır. Ölkədə sahibkarlıq vəziyyəti dəyərləndirilərkən həm beynəlxalq təşkilatlar, həm də daxili qurumlar tərəfdən KOS-ların öz sahibkarlığını tərəqqi etdirmək üzrə ehtiyac duyulan maliyyə ehtiyatı cəlb etməkdə çətinliklər yaşadıqları xüsusən vurğulanır. Onların bir hissəsi maliyyə tələbini daha çox daxili potensiallar hesabına ödəməyə çalışsalar da, lakin xarici resurslara da müraciət edənlər az deyildir.

Nəticə

Zənnimcə, KOS-a dəstək üçün yeni bir dövlət proqramı işlənməli və gerçəkləşdirilməli, qanunvericilikdə sahibkarlıq müəssisələri onların ölçüləri təməlində stratifikasiya edilməli, mikromüəssisələr konsepsiyası qanunvericiliyə daxil edilməlidir. Paralel olaraq özəl kredit bürolarının

təsis edilməsi də məqsədəmüvafiqdir. Habelə dövlətin yaxından iştirakıyla ixtisaslaşdırılmış sektor banklarının yaradılmasının zəruriliyi vurğulanmalıdır. Bundan əlavə KOS-lara ayrılan kreditlərin sığorta edilməsi və təminat fondunun təsis edilməsi önəmlidir. KOS-lara dəstək proqramlarının təməl hədəfi təzə müəssisələrin ərsəyə gətirilməsini, innovasiyaların və təzə texnologiyaların istifadəsinin dəstəklənməsini, qlobal bazarlarda əmtəənin rəqabət gücünün artırılmasını, təzə iş yerlərinin ərsəyə gətirilməsini, müxtəlif bölgələrin və bölmələrin tərəqqisinin təmin edilməsi olmalıdır.

Ölkəmizdə KOS-ların maliyyələşdirilməsi və maliyyə təminatı ilə məşğul olan maliyyə qurumlarına tənzimləyici və nəzarət qurumları, dövlət tərəfindən maliyyə dəstəyi verən dövlət fondları və sahibkarlıq subyektlərinə maliyyə dəstəyi verən kredit təşkilatları və bürolar daxildir. Mərkəzi Bank və MBNP əsasən maliyyə bazarını tənzimləyir, idarə edir və əlaqələndirir. Kredit Bürosunun təcrübəsi Azərbaycanda yenidir. İlk kredit bürosu 2018-ci ilin dekabrında birlikdə 8 bank tərəfindən quruldu. Hazırda Kredit Bürosunun funksiyaları əvvəlcə Mərkəzi Bankın nəzdində yaradılmış və sonradan MBNP-a verilmiş Mərkəzləşdirilmiş Kredit Qeydiyyatı Xidməti tərəfindən idarə olunur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Ağayev S., (2016) “Sahibkarlıq fəaliyyətində maliyyə idarəolunmasının təşkili və onun təkmilləşdirilməsi yolları” Bakı, “Elm” 2016 səh.
2. Ataşov B., (2014) “Müəssisələrin maliyyəsi” Bakı, “Şərq-Qərb”, 412 səh.
3. İsgəndərov R.Ə., (2017) “Müəssisənin maliyyəsi” Bakı, “Elm”, 352 səh.
4. Yahudov X., (2012) “Müəssisənin iqtisadiyyatı” Bakı, “Səda”, 411 səh.
5. Мельник М.В., Бердников В.В. (2011) “Анализ и контроль в коммерческой организации : учебник”. Екатеринбург, Эксмо, 560 стр.
6. Джемс К., Хорн В., Вахович Д.М. (2006) “Основы финансового Менеджмента” Волгоград, Вильямс,. 1232 стр.
7. Ковалев В.В. (2014) “Финансовый анализ: методы и процедуры”. Москва, 412 стр.
8. Ковалев В.В. (2014) “Курс финансового менеджмента”. Учебник. Москва ТК, 174 стр.
9. https://www.stat.gov.az/-Dövlət Statistika Komitəsi rəsmi saytı
10. https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/?lang=az – Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı
11. https://www.cbar.az/- Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı rəsmi saytı
12. Doing Business Reports 2013-2019, www.doingbusiness.org

Kiçik Və Orta Sahibkarlığın Mahiyyəti

Əlsurət Kərimli

kerimli.elsuret1996@gmail.com

Xülasə

Dünya təcrübəsi göstərir ki, sivil formada kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti təkcə iqtisadiyyatın deyil, bütövlükdə ictimai həyatın bərpası üçün vacib şərtdir.

Kiçik və orta sahibkarlıq fərdi, müəssisə, təşəbbüskarın yaradıcılıq qabiliyyətlərini reallaşdırmaq, mülkiyyət formalarının müxtəlifliyini nəzərə alaraq bir çox məhsul növünün çatışmazlığını aradan qaldırmaq və ictimaiyyətlə əlaqələri yaxşılaşdırmaq üçün rəqabət mühiti yaratmağa imkan verir.

Fikrimizcə, bu vəziyyətin əsas səbəblərindən biri, Azərbaycanda ictimai, ilk növbədə dövlətin, kiçik və orta sahibkarlığa dəstəyin, onun formalaşması və inkişafının müasir konsepsiyasının kifayət qədər uyğun və ardıcıl tədbirlər sisteminin olmamasıdır.

Hal-hazırda inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı olan bütün ölkələr, kiçik və orta sahibkarlığa müxtəlif növ ictimai və dövlət dəstəyi və biznesdə yeniliklərə davamlı stimul yaratmağa yönəlmiş yeni sosial-iqtisadi və hüquqi dəstək sistemini axtarırlar. İqtisadi inkişafın onilliklər ərzində inkişaf etdirilən ənənəvi metod və üsulları - hədəflər müəyyənləşdirmək, maliyyə imkanları ilə nail olmağı təşviq etmək, fəaliyyətin diqqətlə izlənməsi, hüquq və vəzifələrin iyerarxik bölüşdürülməsi - sahibkar davranış modelinə həmişə arzuolunan təsir göstərmir. Fakt budur ki, iqtisadi metodun nəticələri kifayət qədər dəqiqliklə proqnozlaşdırıla biləcəyi yerlərdə bu metodlar uğurla istifadə edilmişdir.

Ticarət və xidmət sahəsində kiçik və orta sahibkarlıq sahəsindəki işlərin real vəziyyətini qiymətləndirmək, xırda xarakteri və iqtisadiyyatın bu sektorunun fəaliyyəti haqqında məlumatların etibarlılığının aşağı olması səbəbindən çox çətindir.

Ticarət və xidmət sahəsində kiçik və orta bu gün əsasən qorunub saxlanan əmr və inzibati qollar şəraitində inkişaf edir.

Açar sözləri: sahibkarlıq, iqtisadiyyat, islahatlar

Giriş

Müstəqillik qazandıqdan sonra respublikamızın iqtisadiyyatının vəziyyətini təhlil edərək kiçik və orta sahibkarlığın bazarda dominant mövqe qazanmış iqtisadi fəaliyyətin ən məqbul forması olduğu dövrdə tənəzzül, durğunluq və iqtisadi sabitləşmə dövrlərini müşahidə etmək olar. Bazarda baş verən dəyişikliklərə tez reaksiya verməyə və yeni məhsulların istehsalına və xidmətlərin göstərilməsinə keçməyə qadirdir, bazar tələbatını vaxtında ödəməyi bacarır və xammal, kapital, məlumat və s. çatışmazlığı şəraitində yaşamağa qadirdir. Lakin bu gün bu sektor nisbətən yavaş və ziddiyyətli şəkildə inkişaf edir.

Azərbaycandakı iqtisadi islahatlar, dövlət dəstəyinin təşkili, dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın stimullaşdırılması yolu ilə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün şəraitin yaradılması daxildir, bunların hər biri öz növbəsində yeni iqtisadi əlaqələrin qurulması və inkişafı üçün kifayət qədər tədbirləri əhatə edir.

Buna görə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının səmərəliliyi meyarlarını, sosial ehtiyacların qarşılanması prosesində onun rasional formalarını seçmək mexanizmini bilmək lazımdır və buna görə də bu məsələnin öyrənilməsinə ehtiyac yaranmışdır.

Kiçik cə Orta Sahibkarlığın İnkişafı

İlk dəfə "sahibkarlıq" və "təşəbbüskar" ifadələrini iqtisadçı Richard Cantillon istifadə etdi. İnanırdı ki, sahibkar risk şəraitində fəaliyyət göstərən bir insandır. Və o, sərvət mənbəyinin iqtisadi malların həqiqi dəyərini təyin edən torpaq və işçi qüvvəsi olduğuna dair fikirlərini bildirdi. Eyni fikri məşhur iqtisadçı Adam Smit də bölüşdü. "İnsanların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında araşdırma" adlı əsas əsərində o, hər hansı bir ticarət ideyasını həyata keçirmək və qazanc əldə etmək üçün iqtisadi riskə girən sahibkarı kapital sahibi kimi xarakterizə etdi. Bu tərifdə sahibkarın fəaliyyətinin üç əsas tərkib hissəsini bir-birindən ayırmaq olar: gəlir fəaliyyətin məqsədi, kommersiya ideyası nəticəyə çatma yolu, risk isə bütün prosesin şərtidir (Abbasov, 2011: 134).

Fransız iqtisadçısı J. B. Sayın fikrincə, sənaye və maliyyə sahibkarları torpaq sahibi sahibkarlar deyil, ölkə iqtisadiyyatının formalaşmasında əsas hərəkətverici qüvvə hesab olunurlar. O, sələflərindən fərqli olaraq bir az fərqli bir nöqtə tutdu. Jan Baptiste Sey təşəbbüskarı iqtisadi agent hesab edirdi. "Siyasi İqtisadiyyatın risaləsi" kitabında o, sahibkarlıq fəaliyyətinin tərifini tərtib etmişdir - bu istehsalın üç klassik amilinin - torpaq, kapital, əməyin birləşməsidir. Daha sonra A. Marshall (iqtisadçı) bu üç klassik istehsal amilinə (torpaq, kapital, əmək) dördüncü amil - təşkilat əlavə etdi. Bu andan etibarən ona verilmiş funksiyalar kimi sahibkarlıq anlayışı genişləndi.

Rusiyalı alim və iqtisadçı Anatoli Vyaçeslavoviç Busyginin fikirləri xüsusi maraq doğurdu. Sahibkarlıq, onun fikrincə, malların istehsalı və bazara çatdırılması sahibkarlıq gəlir (mənfəət) əldə etməsinə yönəldildiyi mövcud iqtisadi (iqtisadi) bağlar sisteminə riskə əsaslanan işgüzar fəaliyyət növüdür. Onun fikrincə, peşəkar mənada sahibkarlığın mahiyyəti öz işinizi təşkil etmək və öz biznesinizi idarə etməklə əlaqəli funksiyaları uğurla həyata keçirmək bacarığı kimi başa düşülür.

Sahibkarlığın müxtəlif anlayışlarını təhlil edərək, nəticəyə gəlirik ki, sahibkarlıq, gəlir əldə etmək üçün innovativ risk yanaşmasına əsaslanan istehsal amillərinin rasional birləşməsi ilə ifadə olunan fərdin xüsusi imkanlarını yerinə yetirmək fəaliyyətidir.

İndiki dövrdə sahibkarlıq həm idarəetmə tərzi, həm də bazar şəraitində fəaliyyətin təşkili və aparılması prosesi, bazar subyektlərinin qarşılıqlı fəaliyyət qaydası kimi qəbul edilir.

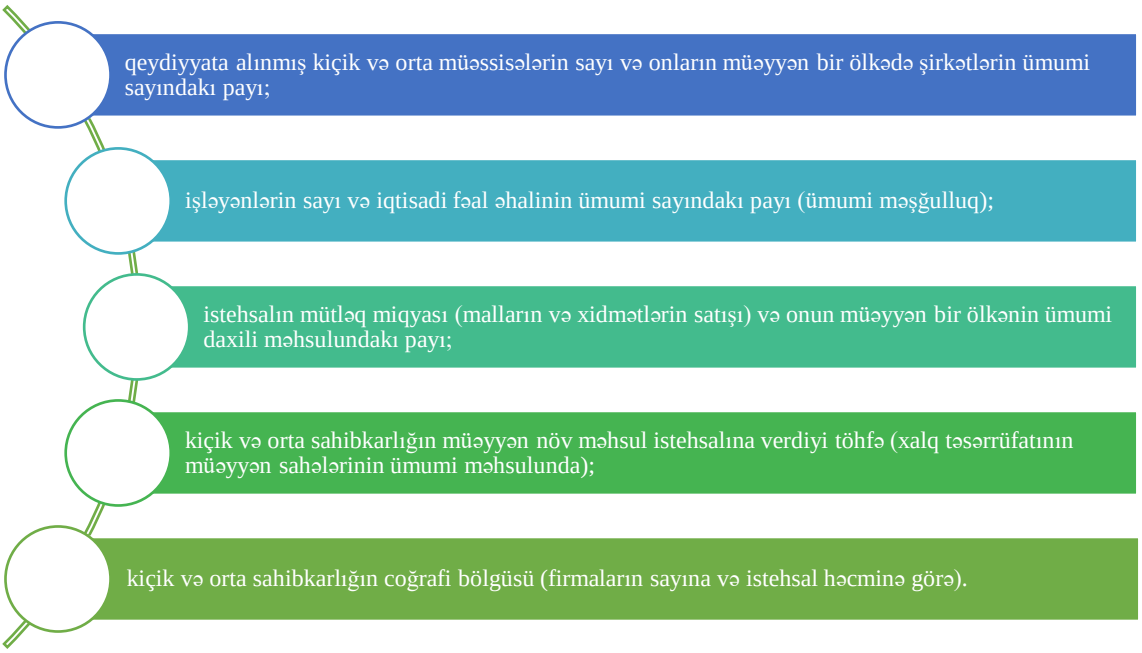
Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı qanunvericilik fərdi sahibkar kimi qeydiyyata alınan şəxslərin və təşkilatların kiçik müəssisə kimi təsnif edilməsinin iki aspektini müəyyənləşdirir:

1. Əvvəlki təqvim ili üçün işçilərin orta sayı;
2. Əvvəlki təqvim ili üçün əlavə dəyər vergisi və ya aktivlərin balans dəyəri uçotu olmadığı təqdirdə malların (xidmətlərin, işlərin) satışından əldə olunan mənfəət Azərbaycan Respublikası tərəfindən müəyyən edilmiş həddən artıq olmamalıdır.

Bu meyarlara görə:

- mikro sahibkarlıq - işçilərin sayı 15 nəfərə qədər; mənfəət 60 milyon manatdan çox deyil;
- kiçik sahibkarlıq - 100 nəfərə qədər işçilərin sayı; 400 milyon manatdan mənfəət;
- orta sahibkarlıq - işçilərin sayı 101 nəfərdən 250 nəfərə qədər; 1 milyard manatdan mənfəət.

Sxem 1. Kəmiyyət baxımından kiçik və orta sahibkarlığın vəziyyəti kifayət qədər geniş statistik göstəriciləri



Mənbə: Abdullayeva Z. H. (2015) Kiçik sahibkarlıq subyektlərin iqtisadiyyatın inkişafında rolu, Bakı: [İqtisad Universiteti], 243 s., materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Fikrimizcə, iqtisadi inkişaf səviyyəsi müxtəlif olan bəzi ölkələrdə kiçik və orta sahibkarlığın yerini bu mövqelərdən müqayisə etmək olduqca maraqlıdır, nəzərə alsaq ki, BMT ekspertlərinin fikrincə, dünyada əhalinin 50% -dən çoxu kiçik bizneslə məşğuldur.

Müəssisələrin kiçik biznesin müəyyən bir kateqoriyasına təyin edilməsi ən böyük meyarla həyata keçirilir.

Sahibkarlıq dövlət iqtisadiyyatının əsas elementlərindən biri, onun dolanışıq mənbəyi və insanların potensial intellektual və yaradıcılıq imkanları və qabiliyyətlərinin açılmasıdır. Dövlətin iqtisadi quruluşunun formalaşmasında ilkin əhəmiyyət daşıyır və bir sıra funksiyaları yerinə yetirir.

Kiçik və orta sahibkarlığın hər hansı bir iqtisadiyyatdakı yeri və rolu, eyni zamanda bu konsepsiyanın tərifi iki nöqteyi-nəzərdən - keyfiyyət və kəmiyyət baxımından yaxınlaşmalıdır (Abdullayeva, 2015: 96).

Kiçik istehsal formaları inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatında xüsusi yer tutur. Bu ölkələrdə kiçik miqyaslı istehsal belə inkişaf mexanizminin ən vacib struktur elementinə çevrildi, əsasını heterojen sosial-iqtisadi istehsal növlərinin qarşılıqlı əlaqəsi və inkişaf etməmiş çoxsistemli iqtisadiyyatın istehsalçı qüvvələrin inkişafının müasir elmi-texniki səviyyəsinə keçməsi prosesində onların funksiyalarının ən tam şəkildə reallaşdırılmasıdır. Həm də nəzərə almaq lazımdır ki, "Üçüncü Dünya" ölkələrində iri biznes formaları nisbətən yaxın vaxtlarda inkişaf etməyə başladı və kiçik miqyaslı istehsal tarixən onların iqtisadiyyatının əsasını təşkil etdi.

Nəticədə, "üçüncü dünya" ölkələrində, ilk növbədə iqtisadi avanqardlarında - qondarma "yeni sənaye ölkələri" - kiçik miqyaslı istehsal və böyük korporasiyalar arasında olduqca konkret münasibətlər

yaranır. Yeni sənaye ölkələrində inhisarçı strukturların formalaşması praktiki olaraq rəqabət mexanizminə təsirsiz ötüşmür. Onlarla birlikdə yeni sənaye ölkələri iqtisadiyyatında çox sayda kiçik və orta firma fəaliyyət göstərir ki, bu da istehsal və kapitalın konsentrasiyasından fərqli olaraq istehsal elastikliyinin təsirindən istifadə edərək rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalında çox vaxt böyük inhisarlardan daha çox olur.

Aparıcı istehsalçıların fərdi komponentlər dizaynı və istehsalında fərdi yüksək vəzifələri üzərinə götürən kiçik və orta şirkətlər ilə şaxələndirilmiş əlaqəli münasibət sistemində çox təsirli olmaq.

Kiçik və orta müəssisələrin geniş yayılması daxili bazarda yüksək səviyyədə rəqabətin davamlı olmasına gətirib çıxarır ki, bu da bütövlükdə iqtisadiyyatın səmərəliliyinin həlledici amillərindən biridir (Bayramov, 2016: 79).

Kiçik və orta müəssisələrin çoxsaylı nümunə tədqiqatları açıq şəkildə göstərir ki, maliyyə mənbələrinin olmaması kiçik biznesin xroniki "çətinliyi" dir. Bundan əlavə, əgər investisiya qoyuluşlarının maliyyələşdirilməsində çətinliklər müvafiq sektorlarda genişlənmiş təkrar istehsal imkanlarına təsir göstərə bilərsə, o zaman borc verməkdə olan çətinliklər hətta sadə təkrar istehsalın mümkünlüyünü şübhə altına alır və ümumiyyətlə iqtisadi dövr ərzində artmağa başlayan bu sahələrdə, yəni sənayedə və xüsusilə mənzildə. Deməliyəm ki, hazırkı istehsal kiçik biznesin ən kəskin maliyyə problemini təmin etmək üçün pul vəsaitlərinin çatışmazlığıdır.

Kiçik Müəssisələrin Əsas Fəaliyyəti

Kiçik və orta sahibkarlığın dairəsi çox genişdir. Kiçik müəssisələrin əsas fəaliyyət sahələri ticarət və iaşə, kənd təsərrüfatı, tikinti və sənaye sahələridir. Bununla birlikdə, ən çox yayılmış növün ticarət və vasitəçilik fəaliyyəti olduğunu (70% -dən çox) nəzərə almaq olmaz. Cari il üçün hər on sahibkardan biri istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olur, təxminən eyni sayda insan nəqliyyat, tikinti və məişət xidmətləri göstərir və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı ilə məşğuldur. Məlumat, tibbi və daşınmaz əmlak xidmətləri bazarına gəldikdə, az sayda kiçik müəssisə çalışır (Budaqov T., 2017: 63).

Kiçik və orta sahibkarlığın mal və xidmətlərinin əsas istehlakçıları yerli əhali, ən yaxın şəhər və qəsəbələrin sakinləridir. Bundan əlavə, özəl firmalar və sahibkarlar, dövlət qurumları və təşkilatları, vasitəçi təşkilatlar mal və xidmətlərindən istifadə edirlər.

Kiçik və orta sahibkarlığın mühüm rolu ondan ibarətdir ki, xeyli sayda yeni iş yeri təmin edir, bazarı yeni mal və xidmətlər ilə doyurur, iri müəssisələrin tələbatını ödəyir, həmçinin xüsusi mal və xidmətlər istehsal edir.

Ölkəmizdə sahibkarlıq, fəaliyyətlərini sıfırdan başlamağa məcbur olan sahibkarlar arasında müasir sahibkarlıq mədəniyyətinin, müvafiq bilik və təcrübə səviyyəsinin olmamasını izah edən nisbətən yeni bir hadisədir. Eyni zamanda, idarəetmə indiki mərhələsində xidmət sektoru regional iqtisadi artım üçün potensialın səfərbər edilməsi və əhalinin həyat keyfiyyətinin yüksəldilməsinin vacib mənbəyidir, bu da xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrində onun inkişafına ehtiyacı müəyyənləşdirir. Xidmət müəssisələrinin inkişafı, idarəetmənin bütün sahələrində sahibkarlığın inkişafı ilə birbaşa bağlıdır.

Sahibkarlıq fəaliyyəti mənfəət və ya şəxsi gəlir əldə etməyə yönəlmiş vətəndaşların təşəbbüs, müstəqil fəaliyyəti kimi başa düşülür. Xidmət sektorundakı sahibkarlığın ümumi məqsədi öz işlərini başlamağa başlayır, bu da öz növbəsində istək və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq qabiliyyəti ilə müəyyən

edilir. Eyni zamanda, sahibkarlıq, iki əsas element baxımından nəzərdən keçirməyə imkan verən yenilikçi anın məcburi olması ilə xarakterizə olunur:

- sahibkarlıq funksiyası kimi innovasiya;
- sahibkarın bu funksiyanın daşıyıcısı və icraçısı kimi hərəkətləri.

Ticarət və xidmət sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi mahiyyəti, istehlakçıların açıq və potensial tələbatını ödəmək üçün iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində yeni xidmət növlərinin axtarışı və həyata keçirilməsindən ibarətdir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin obyektləri alış, istifadə və istehlak üçün bazarda təklif olunan müəyyən ehtiyacları ödəyə biləcək xidmətlərdir (İbrahimov, 2010: 48).

Bununla birlikdə, "sahibkar" anlayışına əməyin xarakteri və məzmunu baxımından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənən kiçik ticarətçilər, fermerlər, böyük bir kommersiya bankının direktoru və xidmət sektorundakı kiçik müəssisələrin sahibləri daxildir. Buna görə də sahibkarlığı peşə fəaliyyətinin xüsusi növü hesab etmək düzgün deyil. Sahibkarlığın risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində həyata keçirilən və mənfəət əldə etməyi hədəfləyən yenilikçi iqtisadi fəaliyyət kimi tərifindən başlamaq daha məqsədəuyğundur. Sahibkarlar, ilk növbədə, əmək haqqı əməyindən istifadə edərək müəssisələrinə investisiya qoyduqları əmlaka sahib olan və ya idarə edən şəxslər kimi çıxış edirlər. Sahibkarlıq fəaliyyətinin psixoloji baxımdan fərqləndirici xüsusiyyətləri bunlardır: iqtisadi azadlıq; daha yüksək səviyyədə maddi rifah təmin etmək imkanı; peşə qabiliyyətlərini və meyllərini daha dolğun şəkildə həyata keçirmək imkanı; fəaliyyətlərinin nəticələri üçün yüksək məsuliyyət; zəmanətli minimum gəlirin olmaması və uğursuzluq halında itki riski. Bu əlamətlər xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq çərçivəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlar üçün xarakterikdir.

Bir sıra ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da bazar iqtisadiyyatının əsaslarının formalaşması çox sayda kiçik və orta təşkilatın yaranması ilə müşayiət olunur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kiçik və orta sahibkarlığın rolu əhəmiyyətlidir - bu, rəqabət bazar mexanizminin vacib, baza və ayrılmaz hissəsidir.

Dəyişən bazar şəraitinə dinamik reaksiya göstərən kiçik və orta sahibkarlıq bazar iqtisadiyyatına zəruri çeviklik və uyğunlaşma verir. Bu xüsusiyyətlər artan fərdiləşdirmə və istehlakçı tələbinin fərqliliyi, elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsi və xidmət çeşidinin genişlənməsi səbəbindən müasir şəraitdə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Kiçik və orta müəssisələr əhalinin əhəmiyyətli miqdarda maliyyə və istehsal ehtiyatlarını (işçi qüvvəsi və xammal daxil olmaqla) səfərbər edir. Kiçik və orta sahibkarlıq müasir şəraitdə daxili iqtisadiyyat üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən rəqabət mühitinin formalaşmasına mühüm töhfə verir. Məşğulluq probleminin həllində kiçik və orta sahibkarlığın rolunu çox qiymətləndirmək çətindir. Nəhayət lazımdır kiçik və orta sahibkarlığın sosial gərginliyi aradan qaldırmaqda və bazar münasibətlərinin demokratikləşməsində əhəmiyyətini qeyd edin, çünki "orta sinif"in formalaşması üçün əsas olan kiçik və orta müəssisələrdir və buna görə bazar iqtisadiyyatına xas olan sosial fərqləndirmə meylini zəiflədirlər. Kiçik və orta sahibkarlığın, xüsusən xidmət sektorundakı bütün bu və digər xüsusiyyətləri, onların inkişafını Azərbaycanın iqtisadi artımında ən vacib amil halına gətirir. Kiçik və orta sahibkarlıq olmadan bazar iqtisadiyyatı effektiv fəaliyyət göstərə və inkişaf edə bilmir. Nəticə etibarilə onların formalaşması və inkişafı sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatına keçiddə iqtisadi siyasətin strateji hədəfidir (Антонов, 2011: 64).

Sahibkarlığın məqsədi təkcə bu anda qazanc əldə etmək deyil, bazarda fəaliyyətini intensivləşdirməklə daha çox qazanc əldə etməkdir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirildiyi mühit ən çox hissəsi sırf istehsalla deyil, vasitəçiliklə əlaqəli olan fəaliyyət sahələrinin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir. Bazar münasibətlərinə keçid ticarət və xidmət sahəsinin, ticarət və xidmət sahəsindəki müəssisələrin gəlir gətirmə sistemindəki vəzifələrin dəyişməsini, habelə dövrün tələblərinə uyğun yeni təşkilati və hüquqi strukturların formalaşmasını öncədən müəyyənləşdirir.

Ticarət və xidmət sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin uğurla inkişafı yalnız müəssisələrin müxtəlif təşkilati formalarının və onların idarəetmə sistemlərinin formalaşması ilə mümkündür. Bu gün sahibkarlığın inkişafının əsas problemləri bunlardır: xidmət müəssisələrinin innovativ və kommersiya fəaliyyətlərinin kifayət qədər idarəedilməməsi və marketinqi; bazarın tələblərinə uyğun olmayan müəssisələrin təşkili səviyyəsi; kadr səviyyəsinin aşağı səviyyədə olması və s., bu problemlər eyni zamanda müxtəlif sahələrdə xidmət sahəsinin formalaşmasına və inkişafına mane olan amillər kimi çıxış edir.

Müasir şəraitdə ticarət və xidmət sahəsindəki müəssisələrin fəaliyyət göstərməsi və inkişafı üçün sahibkarlıq, yaradıcı təşəbbüs, xidmət satışının təşkilində bacarıq və səmərəlilik getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir.

Ticarət və xidmət sahəsindəki müəssisələrin kommersiya fəaliyyəti fərqli bir xarakter daşıyan bir sıra vəzifələrin həll edilməsindən ibarət olmalıdır:

- ticarət və xidmətlər bazarında bazar araşdırmalarından məlumatların toplanması;
- müqavilələrə (sifarişlərə) uyğun olaraq ticarət və xidmətlərin istehlakçılarına vaxtında və keyfiyyətli təqdim edilməsi;
- ticarət və xidmətlərin istehsalı və marketinqi prosesində bütün iştirakçıların əlaqələrinin rabitə sisteminin təmin edilməsi və s. bu yanaşma ilə göstərilən xidmətlərin, onların quruluşunun, paylama kanallarının, istehlakçıların cəlb edilməsi və s.

Planlarını tərtib etmək üçün proqnozlaşdırma və marketinq tədqiqatlarının aparılması zərurəti ortaya çıxır. Ölkə iqtisadiyyatındakı dəyişikliklər keyfiyyət, gəlirlilik və xidmət çeşidinə istiqamətini dəyişdirərək müəssisələrin idarə edilməsinə yeni tələblər qoyur.

Sahibkarın öz işinin təşkili müxtəlif yollarla həyata keçirilə bilər: mövcud olanı satın almaq, digər fiziki və ya hüquqi şəxslər ilə birgə müəssisə yaratmaq, yeni bir müəssisənin yaradılması. Son yol yeni bir fikrin olması ilə bağlıdır. Sərbəst inkişaf etməkdə olan bazar vəziyyəti müxtəlif ixtisaslar, fəaliyyət növləri, sənaye, mülkiyyət sahələrində geniş xidmət müəssisələrini tələb edir (Vəliyev, 2011, 128).

Bazar iqtisadiyyatının formalaşmasında ticarət və xidmət sahəsinin rolu maddi sahə ilə əlaqədardır və özünəməxsus bir sahə sahəsinə malikdir. Beləliklə, ticarət və ictimai iaşə sahələrinin töhfəsi sənaye (18%), mənzil (5%) xidmətləri ilə müqayisə olunur. Son illərdə maliyyə, kredit, sığorta, mədəniyyət sahəsi, səhiyyə, mənzil-kommunal təsərrüfatı və s. sahələrdə sahibkarlıq quruluşlarının sayı əhəmiyyətli dərəcədə artdı. Ümumiyyətlə, ticarət və xidmət sektorunun inkişafındakı bütün əsas tendensiyaları ümumi struktur dəyişikliklərinə uyğun olaraq və xidmətlərin göstərilməsində məşğulluğun artmasına şərait yaradan ümumi şərtlər nəzərə alınmaqla nəzərdən keçirmək olar. Buna görə, maddi istehsal sahəsinin genişlənməsi və əmək məhsuldarlığının artımının ticarət və xidmət sahələrinin inkişafı ilə əlaqəsi barədə danışa bilərik.

Əlverişli qiymətə yüksək keyfiyyətli zəruri xidmətlər təklif edən kiçik və orta sahibkarlığı dəstəkləyən infrastrukturun zəif inkişafı dövlət dəstəyinin zəruri istiqamətidir. Eyni zamanda, infrastruktur eyni dərəcədə əlçatan olmalıdır və kiçik müəssisələrin ehtiyaclarına uyğun bir "ötürmə qabiliyyəti" olmalıdır. Ticarət və xidmət sahəsində sahibkarlığı inkişaf etdirmək üçün kiçik və orta iqtisadi sahibkarlığın böyük biznes tərəfindən dəstəklənməsi mexanizmindən istifadə etmək olar ki, bu da dövlət iqtisadi tənzimlənməsi siyasətində vacib istiqamətlərdən birinə çevrilməlidir. Bir sosial funksiyanı yerinə yetirən ticarət və xidmət sahəsindəki sahibkarlıq üçün dəstək infrastrukturunun əhəmiyyətini nəzərə alaraq, onun inkişafı qismən və ya tamamilə dövlət vəsaiti hesabına maliyyələşdirilməlidir. Qismən dövlət tərəfindən maliyyələşdirmə ilə sahibkarların əlavə fondları və qeyri-kommersiya bazasında özəl mənbələrin maliyyə mənbələri cəlb edilə bilər.

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Dissertasiyanın yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Kiçik və orta müəssisələr müasir dövlət sisteminin ayrılmaz elementləridir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən göründüyü kimi, iqtisadiyyatda sahibkarlıq çox vacib rol oynayır. Kiçik və orta sahibkarlığın bir çox aktual iqtisadi, sosial və digər problemləri həll etdiyini qeyd etmək vacibdir, çünki onların inkişafı iqtisadi artıma, elmi və texnoloji tərəqqini sürətləndirməyə, əlavə iş yerləri yaratmağa, bazarı mallarla və tələb olunan keyfiyyətlə doyurmağa təsir göstərir.

Bu gün ölkəmizdə sahibkarlığın öyrənilməsinə maraq artdı. Bu, əsasən bazar münasibətlərinin inkişafı, vətəndaş cəmiyyətinin qurulması və sosial münasibətlər sistemindəki müvafiq dəyişikliklərlə əlaqədardır. Çox sayda dərc olunmuş iqtisadi ədəbiyyat və “sahibkarlıq” termininin bir çox tərifi var, bu müxtəliflik ilə dəqiq bir tərif yoxdur.

Nəticə

Şəxsi sahibkarlığın strukturunda xüsusi yer kiçik biznesə aiddir. İqtisadi ədəbiyyatda və cəmiyyətin iqtisadi sistemində kiçik biznes problemi müstəqil bir problem kimi mövcuddur. Əsasən kiçik bir biznesin yaradılması və idarə edilməsi prosesi kimi sahibkarlıq iqtisadi inkişafın ilk mərhələlərində ölkələr üçün daha çox xarakterikdir. Bu yanaşmaya görə, mövcud ehtiyatların (əmək, təbii, texniki) istifadəsinə əsaslanan bir iqtisadiyyatda sahibkarın rolu yenilikçidən daha vacibdir. Sahibkarlıq

strategiyasının müəyyən bir ardıcıllığı iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq formalaşmaqdadır. Aqrar və xammal iqtisadiyyatı kiçik biznesə prioritet verilən strategiyaya uyğundur, yerli mənbələrdən (əmək, xammal, torpaq) həm ənənəvi, həm də yeni üsullarla ən tam istifadəsini təmin etmək. Kiçik müəssisələrin aktivləşməsi və səmərəli iqtisadi idarəetmənin əldə edilməsi nəticəsində, yerli və xarici yüksək texnologiyaların tətbiqinə əsaslanan innovativ sahibkarlığın önə çıxacağı bir dövr gələcəkdir.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A. B. (2011) Biznesin təşkili və idarə edilməsi, Bakı, “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, 464 s.
2. Abdullayeva Z. H. (2015) Kiçik sahibkarlıq subyektlərin iqtisadiyyatın inkişafında rolu, Bakı: [İqtisad Universiteti], 243 s.
3. Bayramov Q. (2016) Mini market biznesi, kiçik sahibkarlar üçün bələdçi, İqtisadi Tədqiqatlar Mərkəzi, ABŞ Beynəlxalq İnkişaf Agentliyi (USAID), EDF SBİİYF, Bakı, "OL" MMC, 79 s.
4. Budaqov T. (2017) Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq [statistik məcmuə], Azərb. Resp-nın Dövlət Statistika Komitəsi, Bakı, 192 s.
5. İbrahimov İ. H. (2010) Sahibkarlıq fəaliyyətinin təzimlənməsi məsələləri, Bakı: Sada, 247 s.
6. Vəliyev A. (2011) Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq: statistik məcmuə, Azərb. Resp. Dövlət Statistika Komitəsi, Bakı, 186 s.
7. Антонов А. П. (2011) Предпринимательское право, Москва:АСТ; , Санкт-Петербург: Сова, Владимир: ВКТ, 64 с.

Azərbaycanda Kiçik və Orta Sahibkarlığın Müasir Vəziyyəti və İnkişaf Strategiyası

Hüseynli Səid

seidhuseynli11@gmail.com

Xülasə

İnkişaf etmiş ölkələrin hazırkı iqtisadi vəziyyətində və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadi və sosial sabitliyin əldə olunmasında ən vacib amillərdən biri heç şübhəsiz kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələridir. Ölkəmizdə son illərdə aparılan iqtisadi siyasətin əsas istiqamətlərindən biridə iqtisadiyyatımızın neftdən asılılığını minimum səviyyəyə endirməkdir. Xüsusilə son iqtisadi böhran zamanı böhrandan çıxmaq üçün təklif edilən həll yollarının başında KOS subyektlərinin rəqabət qabiliyyətinin və istehsal gücünün artırılması və bunun üçün onlara dövlət dəstəyinin göstərilməsi dururdu. KOS-lar böyük müəssisələr olmadığı üçün əsas hədəfləri daha az investisya ilə daha böyük kütləyə xidmət etməkdir. Sənayə sahəsində fəaliyyət göstərən KOS subyektlərinin böyük əksəriyyəti digər müəssisələr üçün xidmət və xammal istehsalçısı olduğu üçün iqtisadi dalğalanmalardan daha az zərərlə çıxırlar. KOS subyektləri xidmət şəbəkəsinə görədə fərqlilik göstərirlər. Bəzi kiçik və orta sahikarlıq müəssisələri sadəcə fəaliyyət göstərdiyi əraziyə xidmətlə kifayətlənirlərsə, bəzi KOS-lar isə qlobal, beynəlxalq səviyyədə öz fəaliyyət istiqamətlərini genişləndirirlər. KOS-lar təkə öz fəaliyyət sahələri ilə kifayətlənmirlər. Maliyyə böhranında olan iri müəssisələr fəaliyyət sahələrini ixtisar etmək əvəzinə KOS müəssisələri ilə tərəfdaşlıq edərək gəlir ortaqlığı prinsipi ilə həmin sahələrin fəaliyyətini KOS-larla tərəfdaşlıq edərək davam etdirirlər. Son illərdə, kiçik və orta müəssisələrin uğurlu fəaliyyəti iqtisadi rifah, məşğulluq və cəmiyyətin rifahı baxımından mühüm rol oynamışdır. Bu məqalə kiçik və orta sahibkarlığın mahiyyətini onun ölkəmizdəki inkişaf tarixini və müasir vəziyyətini öyrənir. Tədqiqat, statistik məlumatları "Strateji Yol Xəritəsi 2016" ilə müqayisə edərək ölkədəki kiçik və orta sahibkarlığın müasir vəziyyətini müqayisə və təhlil etmək məqsədi daşıyır.

Açar sözlər: KOB, Strateji Yol Xəritəsi, Statistik hesabat, İqtisadi inkişaf

Giriş

Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra sahibkarlıq səviyyəsinin inkişaf etməsi üçün münbit şərait yaradılması istiqamətində işlər görülməyə başlanıldı. Müstəqillikdən sonra sahibkarlığın inkişafı 3 mərhələni keçdi.

- Birinci mərhələ və ya 1993-cü ilədək olan dövr. Dövrün həlledici xüsusiyyətləri aşağıdakılardır: iqtisadi inkişafın aşağı səviyyəsi; maliyyə və istehsal sahələrində qeyri-sabitlik. Bu mərhələdə iqtisadi inkişafın əsas tələbləri bunlar idi: bazar iqtisadiyyatına əsaslanan sistemli islahatların aparılması; özəlləşdirmənin zəruriliyi; sahibkarlıq prosesinin sürətlənməsi üçün hökumət tədbirlərinin yaradılması.
- İkinci mərhələ 1993-2002-ci illəri əhatə edir. Birinci mərhələnin əsas iqtisadi nəticələri ÜDM-in azalmasının və inflyasiyanın minimuma endirilməsinin qismən qarşısının alınması, makroiqtisadi göstəricilərin böyüməsi, sahibkarlıq subyektlərinin dinamik böyüməsi, ölkəyə xarici investisiya axınının sürətlənməsidir. Bu mərhələdə iqtisadi inkişafın əsas tələbi iqtisadi sahədə formalaşan tələblər üzrə islahatların həyata keçirilməsini sürətləndirmək və ölkənin potensialının tam şəkildə cəlb olunması üçün sahibkarlıq sektorunda əsaslı struktur dəyişiklikləri etməkdir.
- Üçüncü mərhələ və ya 2002-dən sonra mərhələ. Üçüncü mərhələnin əsas iqtisadi nəticələri bunlardır: sahibkarlığın istehsal yönümlü meyllərinin formalaşması, bölgələrdə işgüzar fəaliyyətin canlanması və sahibkarların cəmiyyətdəki mövqelərinin möhkəmləndirilməsi. Sahibkarlığın inkişafının üçüncü mərhələsinin əsas iqtisadi tələbləri bunlardır: məşğulluğun

təmin edilməsi, işsizliyin azaldılması, sənaye, turizm və kənd təsərrüfatı sektorunda regional potensialın təşviqi, ixrac potensialının genişləndirilməsi və sahibkarlıqda yeniliyin təşviqi. (V.Niftullayev, 2002)

Azərbaycan 2001-ci ildən başlayaraq davamlı iqtisadi inkişafını davam etdirir. Davamlı iqtisadi inkişafın nəticəsi olaraq, Dünya Bankının Azərbaycandakı fəaliyyətinin icmalı, 2018 statistik məlumatına əsasən adambaşına düşən ÜDM (Ümumi Daxili Məhsul) 660 dollardan 4.184 dollara yüksəldi. Azərbaycanda KOS-ların strukturu barədə məlumat Cədvəl 1-də göstərilmişdir.

Cədvəl 1. KOS-ların strukturu

	Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə	**İşçilərin orta sayına görə**	**İllik gəlir**
Azərbaycan	Kiçik müəssisə	25-ə qədər	200000 AZN / 104215 EUR
	Orta müəssisə	25-125 arası	AZN 200- 1 250 000 / EUR 104215-651342
Beynəlxalq	Kiçik müəssisə	10-49 arası	10 million EUR
	Orta müəssisə	250-ə qədər	50 million EUR

Mənbə: Avropa Komissiyası, 2009; İƏİT, 2017; Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti, 2015. https://www.azstat.org/MetaDataG/

Son baş verən iqtisadi böhranlardan sonra ölkə durğunluq dövrünü geridə qoyub inkişaf tempini bərpa edə bildi. Bunun nəticəsi olaraq Dünya Bankının statistik məlumatına əsasən 2019-cu ildə ÜDM-da 3,9% artım müşahidə edildi. İqtisadi böhrandan sonra qeyri-neft sektorunun inkişafı diqqət mərkəzində olsada, Dünya Bankının Azərbaycandakı fəaliyyətinin icmalı, 2018 statistik məlumatına əsasən iqtisadiyyatımızın neftdən asılılığı 90%-dir.Lakin danılmaz bir faktdır ki, qlobal səviyyəli rəqabətqabiliyyətlilik göstəricilərinə nail olmaqda Azərbaycan ciddi irəliləyiş əldə etmişdir. (http://pubdocs.worldbank.org/en/313721524209608491/Azerbaijan-Snapshot-Spring2018.pdf).

Belə ki, Dünya İqtisadi Forumunun Qlobal Rəqabətlilik İndeksində Azərbaycan dünya ölkələri sıralaması üzrə 35-ci yeri tutaraq bunu nümayiş etdirdi. Dünya Bankının "Doing Business" hesabatında Azərbaycan digər göstəricilərdə geri qalaraq 57-ci yeri tutsada, ölkədə olan investorları qorumaq üşün apardığı proqramlara və biznesini yeni quran sahibkarla göstərdiyi dəstəy görə diqqət çəkmişdi. Azərbaycanda müstəqillik qazandıqdan bugünə qədər ölkədə iş mühitini yaxşılaşdırmaq üçün müxtəlif təşviq proqramları tətbiq edilmiş, qanunlar qəbul edilmiş, dövlət dəstəyi göstərən qurumlar yaradılmışdır. Bu müddət ərzində ölkədə kifayət qədər KOS (kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri) quruldu, vergi,qeydiyyat və digər prosedurlar onların fəaliyyətini yaxşılaşdırmaq sadələşdirildi. Bununla belə, KOS-ların ölkə iqtisadiyyatda iştirakı hələ də qənaətbəxş səviyyədə deyil. Buna görə, 2016-cı ildə "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi" layihəsi, sahibkarlığın rəqabət qabiliyyətliliyini, fəaliyyətin çoxşaxəliliyini, inkişaf meyliliyini və dayanıqlı fəaliyyətini təmin etmək üçün hazırlanaraq təsdiq edildi.

Təəssüf ki, ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf səviyyəsi hələki lazımi səviyyəyə çatmayıb. Bunun bir digər səbəbidə neft ölkəsi kimi tanınmağımız amilidir. Xarici kiçik və iri investisyaların

böyük həcmi neft-qaz sektoruna istiqamətlənir. Buda neftdən asılı iqtisadiyyatın yaranmasına, digər sahələrin lazımi dəstək görməməsinə səbəb olur. Neft xaric ixrac etdiyimiz məhsul çeşidi çox azdır. Bunun da təməlində duran ən əsas problem maliyyə çatışmazlığıdır ki, dünya bazarına rəqabətqabiliyyətli məhsul çıxarda bilmirik. Lakin son illərdə xüsusilə son iqtisadi böhran zamanı gəlinən nəticə o oldu ki bu asılığı qarşıdakı ən qısa dövr ərzində ən aşağı həddə endirmək və digər sahələrin inkişafına dövlət dəstəyi göstərmək, xarici investisyaların cəlb olunması üçün əlverişli mühit yaratmaq lazımdır. 2015-ci ilə qədərki statistik hesabatlara əsasən onu deyə bilərik ki ÜDM formalaşmasında kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin payı 2 % altındadır, ancaq bu rəqəm inkişaf etmiş ölkələrdə 50-80 % aralığında bir dəyər göstərir. AB ölkələrində yeni yaradılan iş yerlərinin 60 % KOS-ların üzərinə düşür ki bu rəqəm Azərbaycanda 10 % miqdarındadır. (Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Məqalə, xüsusən Azərbaycanda kiçik və orta səviyyədə sahibkarlıq mühiti haqqında ümumi məlumat vermək və inkişaf startegiyasını müəyyənləşdirmək niyyəti daşıyır. "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi" təhlil edilərək statistik məlumatlardan istifadə etməklə əvvəlki dövrlər və faktiki vəziyyətlə müqayisə ediləcəkdir. Nəticədə müqayisələrin nəticələri müzakirə ediləcək və mümkün tövsiyələr veriləcəkdir.

Tədqiqatın Metodoloji Əsasları

Bu tədqiqat işinin hazırlanmasında kəmiyyət metodundan istifadə edilmiş, təsvir, müqayisə və təhlil kimi digər üsullar da tətbiq edilmişdir. KOS sektorunun ümumi dinamikası əsasən Azərbaycan Respublikası Statistika Dövlət Komitəsi və İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən verilən və "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi" ilə əlaqəli statistik məlumatlara əsasən öyrənilmişdir. Milli məlumat bazaları ilə yanaşı, Dünya Bankı, Dünya İqtisadi Forumu, İƏİT-nin müxtəlif məlumat bazaları da daxil edilmişdir.

Analiz

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin (DSK) hesabatına görə, 2017-ci ildə KOS-ların iqtisadiyyata əlavə dəyəri 15,4% təşkil etmişdir; işçilərin sayı 42,1%; əsas kapitala yönəldilən investisiyalar 55,8%, məhsulun payı 14,6%. 2018-ci ildə əlavə dəyər üzrə göstəricidə 2 %-lik bir azalma müşahidə edilmişdir. (https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/).

KOS-ların fəaliyyət göstərdiyi sahələr aşağıdakı kimi təsnif edilir:

- Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq;
- Sənaye (mədən və istehsal); elektrik qazı və buxar istehsalı, paylanması və təchizatı;
- Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və atılması;
- Tikinti; nəqliyyat vasitələrinin ticarət-təmiri; nəqliyyat və saxlama;
- Yaşayış və yemək xidməti; informasiya və rabitə;
- Daşınmaz əmlak fəaliyyəti; təhsil;
- Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi.

Cədvəl 2-də 2018-ci ilin statistik məlumatlarına nəzər salsaq görərik ki, ən nəzərə çarpan artım işçilərin sayında olmuşdur. Beləki, 2017-ci illə müqayisədə işçi sayı 42.2 faizdən 42.9 faizə qədər yüksəlmişdir. 2017-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə investisyaların payında azalma müşahidə edilmişdir. Belə ki KOS-lara yönəldilən investisyanın payı 2017-ci ildən fərqli olaraq 55.8 %-dən 41.8 %-ə düşmüşdür.

Cədvəl 2. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin ölkə iqtisadiyyatındakı payı, faizlə

Göstəricilər	2017			2018		
	Cəm	Kiçik	Orta	Cəm	Kiçik	Orta
Əlavə dəyər	15.4	12.3	3.1	13.4	7.8	5.6
İşçilərin sayına	42.1	14.8	27.3	42.9	16.8	26.1
Əsas kapitala yönəldilən investisyalar	55.8	34.9	20.9	41.8	23.3	18.5

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Azərbaycanda fəaliyyətdə olan KOS-ların sayı barədə məlumatlar Cədvəl 3-də əks olunmuşdur. Statistik məlumatlara əsasən son üç ildə kiçik müəssisələrin sayı tədricən azalmış və orta müəssisələrin sayı artmışdır. 2018-ci ilin statistik məlumatlarına nəzər yetirsək görərik ki, 2017-ci illə müqayisədə sahibkarların sayında 43 %-lik bir artım müşahidə olunur. Bu artımda kiçik sahibkarlıq müəssisələri böyük paya malikdir.

Cədvəl 3. Fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı

Göstəricilər	2016	2017	2018
Sahibkarların sayı	191695	169603	244883
Kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin sayı	187598	165386	237815
Orta sahibkarlıq müəssisələrinin sayı	4097	4217	4930

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi və inzibati ərazi üzrə bölgüsü Cədvəl 4-də verilmişdir. Cədvəldəndə göründüyü kimi KOS-ların inzibati rayonlar üzrə bölgüsü demək olar ki bərabərdir. Yəni ölkədə fəaliyyətdə olan KOS-ların demək olar ki, yarısı Bakıda yarısıda regionalrda fəaliyyət göstərir. Nisbi fərq regionalrda fəaliyyət göstərən Kiçik müəssisələrin sayında müşahidə edilir. Orta müəssisələrin sayında isə region olaraq paytaxt Bakı üstünlük göstərir. Buda regionalarda fəaliyyət göstərən kənd təsərrüfatı müəssisələrinin çoxluğu ilə əlaqədardır.

Cədvəl 4. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi və inzibati bölgələrə görə bölgüsü

İqtisadi və inzibati rayonlar	2016	2017			2018		
	Total	Total	Kiçik	Orta	Total	Kiçik	Orta
Ölkə üzrə	191695	169603	165386	4217	244883	242745	2138
Bakı	75149	70222	67798	2424	111204	109929	1275

Digər regionlar	116546	99381	97588	1793	133679	132816	863

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2016; Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2018. **(https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/).**

Təəssüf ki, ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf səviyyəsi hələki lazımi səviyyəyə çatmayıb. Bunun bir digər səbəbidə neft ölkəsi kimi tanınmağımız amilidir. Xarici kiçik və iri investisyaların böyük həcmi neft-qaz sektoruna istiqamətlənir. Buda neftdən asılı iqtisadiyyatın yaranmasına, digər sahələrin lazımi dəstək görməməsinə səbəb olur. Neft xaric ixrac etdiyimiz məhsul ceşidi çox azdır. Bunun da təməlində duran ən əsas problem maliyyə çatışmazlığıdır ki, dünya bazarına rəqabətqabiliyyətli məhsul çıxarda bilmirik. Lakin son illərdə xüsusilə son iqtisadi böhran zamanı gəlinən nəticə o oldu ki bu asılığı qarşıdakı ən qısa dövr ərzində ən aşağı həddə endirmək və digər sahələrin inkişafına dövlət dəstəyi göstərmək, xarici investisyaların cəlb olunması üçün əlverişli mühit yaratmaq lazımdır.

2015-ci ilə qədərki statistik hesabatlara əsasən onu deyə bilərik ki ÜDM formalaşmasında kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin payı 2 % altındadır, ancaq bu rəqəm inkişaf etmiş ölkələrdə 50-80 % aralığında bir dəyər göstərir. AB ölkələrində yeni yaradılan iş yerlərinin 60% KOS-ların üzərinə düşür ki bu rəqəm Azərbaycanda 10 % miqdarındadır (https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/).

Dünyada KOSların geniş maliyyələşmə imkanları olsada təəssüfki ölkəmizdə bu sahə olduqca dardır. KOS-lar yalnız dövlətin əvəzssiz yardımı və bank və BOKT (Bank olmayan kredit təşkilatları) kreditləri ilə kifayətlənirlər. 2012-ci ildə ölkəmizdə yerli bir tədqiqat mərkəzinin 200 yaxın sahibkarlıq müəssəsi ilə apardığı sorğunun nəticələrinə görə maliyyə çətinliyi çəkən müəssisələrin ilk müraciət etdiyi qurum banklardır. Müəssisələrin 5%-i BOKT-lara 45 % isə banklara müraciət edir. Sorğu nəticələrinə görə yüksək faizli lombard kreditləri isə ən az üz tutulan kredit qurumudur. Araşdırma nəticəsində yüksək faizli kreditlərinin onların fəaliyyətini stimullaşdırmaq əvəzinə ödəmə qabiliyyətində problemlərin yaranmasına gətirib çıxardığı müşahidə olunmuşdur. KOS-ların banklarla münasibətlərində qarşılaşdığı bir digər problem isə kreditlərin istənilən məbləğdə və vaxtında verilməməsidir. Regionlarda KOS-ların banklarla münasibətlərdə rastlaşdığı problem tələb olunan irihəcmli məbləği əldə edə bilməmələridir. Böhran zamanı zərərlərini minimuma endirmələri, dəyişikliklərə tez reaksiya verə bilmələri baxımından kiçik və orta müəssisələr tez bir zamanda dünya ölkələrinin öz iqtisadi siyasətlərində ən önəm verdikləri bir sahəyə çevrildi.

Nəticə

Məqaləmizdə müqayisə və təhlil edilən məlumatlar “Strateji Yol Xəritəsinin” tətbiqindən öncəki 3 ili, cari ili və növbəti bir ili əhatə edir. Cədvəl 2 və Cədvəl 3 də beş meyardan istifadə olunur: əlavə dəyər, işçilərin sayı, orta aylıq nominal əmək haqqı, əsas kapitala yönəldilən investisiyalar, müqayisə edilən məhsul. Cədvələ nəzər yetirsək görərik ki, əhəmiyyətli dəyişiklik 2018-ci ilə deyil, 2016-cı ildən 2017-ci ilə qədər olan dövrdə müşahidə olunur. Lakin, 2016-cı ildə iqtisadiyyatda KOS-ların payında 15,6% -lik bir azalma müşahidə olunur.

2017-ci ilin statistik məlumatlarına nəzər salsaq görərik ki, ən nəzərə çarpan artım işçilərin sayında olmuşdur. Beləki, 2016-cı illə müqayisədə işçi sayı 3.3 dəfə artaraq 42.24 faiz olmuşdur. Azərbaycanda KOS-ların strukturu barədə məlumatlar Cədvəl 3-də əks olunmuşdur. Statistik məlumatlara əsasən son üç ildə kiçik müəssisələrin sayı tədricən azalmış və orta müəssisələrin sayı

artmışdır.

Bu məqalənin məqsədi Azərbaycanda KOS-ların mövcud vəziyyətini, inkişaf amillərini müəyyən etmək, dərc olunan illik hesabatlarla əsasən illər üzrə müqayisəli təhlil aparmaq idi. Azərbaycanda bu sahədə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsinə böyük ehtiyac duyulur. Təcrübədə, hökumət uzun müddət ərzində əlaqəli məsələlərin həllində niyyətlərini nümayiş etdirir və tez-tez konkret addımlar və vasitələrdən istifadə edir, lakin biznes ümumi strategiyalardan və konsepsiyalardan konkret addımlara keçməlidir; kiçik və orta sahibkarlığın təşviqi üçün xüsusi hədəflər və göstəricilər müəyyənləşdirilməlidir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycanda Kiçik və Orta Müəssisələr üzrə Araşdırma.(2009) Azərbaycanda Biznes Mühitinin Təkmilləşdirilməsi Layihəsi
2. Azərbaycan Respublikası Prezident Administrasiyası. (2016) Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi.
3. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığa dövlət köməyi proqramının (1997—2000-ci illər) təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı
4. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının Dövlət Proqramının (2002—2005-ci illər) təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı
5. Avropa Komissiyası. (2009). Komissiya işçiləri, Mikro, Kiçik və Orta Müəssisələrin tərifinə dair Komissiyanın 6 May 2003-cü il tarixli tövsiyəsinin yerinə yetirilməsinə dair iş sənədi.
6. Azərbaycan Repsublikası Kiçik və Orta biznesin inkişafı agentliyi (qanunlar/ fərmanlar/ əmrlər) - www.smb.gov.az
7. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi Sahibkarlığın İnkişaf Fondu - www.edf.gov.az
8. Azərbaycan Respublikası Statistika İdarəsinin rəsmi saytı (statistik heabatlar) - www.stat.gov.az
9. Bakı: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi (2016). Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq.
10. Bayramov, V., Həsənov, R., Ağayarlı, L., Ağahəsənli, L., & İsayev, S. (2017). Azərbaycanda Kiçik və Orta Müəssisələrin (KOM) inkişafına dair müqayisəli araşdırma.
11. Dünya Bankının Azərbaycandakı ümumi fəaliyyəti. (2018, aprel). Dünya Bankından əldə edilmişdir: www.worldbank.org/azerbaijan
12. "İri, ortavə kiçik sahibkar meyarları"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı
13. İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatının rəsmi internet saytı.- www.ecosecretariat.org

Kiçik və Orta Sahibkarlığın İqtisadi Mahiyyəti

Təbriz İsazadə

tebrizisayev1996@gmail.com

Xülasə

Sahibkarlıq işgüzar aktivliyin incəsənətidir və ona görə də incəsənətin digər növləri kimi o subyektiv mahiyyət daşıyır, real həyatda həmişə istehsal amillərinin yeni kombinasiyası formasında çıxış edir. Fəlsəfi nöqteyi-nəzərdən sahibkarlığı işgüzar romantikanın forması, insan potensialının reallaşdırılması vasitəsi kimi səciyyələndirmək olar

Sahibkarların əsas xarakteristikasını istehsal vasitələri ilə gəlir əldə etmək aid edilir. İstehlakçıların əsas xarakteristikasını tələbatın ödənilməsi, muzdlu işçilərin əsas xarakteristikasını şəxsi gəlir, dövlət strukturlarının əsas xarakteristikasını isə ümumdövlət proqramlarının həyata keçirilməsi təşkil edir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli təşkili bazar infrastrukturunun yaradılmasını nəzərdə tutur. İnfrastruktur bazar iqtisadiyyatının zəruri komponentlərindən biridir.

Sahibkarlıq öz miqyasına əsasən kiçik, orta və iri sahibkarlığa bölünür. Bazar iqtisadiyyatına keçid dövlətlərində, ölkəmizdə kiçik sahibkarlıq xalq təsərrüfatının təkmilləşməsini, əhalinin məşğulluğunu, bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafını müəyyənləşdirən əsas iqtisadi amil olmaqdadır.

Kiçik və orta sahibkarlar iqtisadi fəaliyyəti üzrə zəruri olan bütün ehtiyyatları bir yerə toplayır. Həmin ehtiyyatlara təbii, investisiya , eyni zamanda əmək resurslarını daxil etmək olar. Kiçik və orta sahibkarlar iqtisadi fəaliyyətin ən önəmli məsələləri üzrə qərarları qəbul edir.

Kiçik və orta sahibkarlıq nəzəriyyələrinin tədqiqi sahibkarlığın mahiyyətinin dərk edilməsinin əsasında mülkiyyət və təsərrüfatçılıq formalarının bölgüsü durduğu nəticəsinə gəlməyə imkan verir. Müasir şəraitdə bu bölgü, xüsusi ilə aktualdır. Deməli, mülkiyyətçinin və təsərrüfatçı sahibkarın funksiyalarının bölgüsü kiçik və orta sahibkarlıq üzrə inkişafın qanunauyğunluğunun xüsusiyyətidir. Bəzən kiçik və orta sahibkarlığın fəaliyyətini tənzimləyən normativ aktlarda "biznes" və "sahibkarlıq" anlayışlarının qarışıq salınmasına rast gəlinir. İqtisad elmi nöqteyi-nəzərindən bu anlayışların fərqləndirilməsi zəruridir. Bizim fikrimizcə, biznes-bu, istehsalın və istehlakın bütün iştirakçıları arasındakı işgüzar münasibətlərdir.

Açar sözlər: iqtisadiyyat, kiçik və orta sahibkarlıq, inkişaf.

Giriş

Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın tənzimlənməsi istiqamətində uğurla aparılan dövlət siyasəti nəticəsində mütəmadi iqtisadi artımın təmin olunmasında, əhalinin həyat səviyyəsinin, onun maddi rifahının yüksəlməsində, sahibkarlıq mühitinin formalaşmasında, həmçinin sahibkarlığın inkişafında böyük nailiyyətlər qazanmışdır.

Müstəqil Azərbaycan Respublikası inzibati-amirlik sistemindən demokratik prinsiplər əsasında qurulan və azad bazar münasibətlərinə söykənən yeni iqtisadi sistemə keçməyə başlamışdır. Sərbəst bazar iqtisadiyyatının təşəkkülü sahibkarlığın inkişafı üçün geniş zəmin yaradır. İnsanların bazar iqtisadiyyatına xas olan müstəqil və sərbəst iqtisadi fəallığı yalnız sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində üzə çıxır. Belə ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində müxtəlif mülkiyyət formalarının yaranması insanların mülkiyyətə münasibətini dəyişdirir, sahibkarlıq hissini gücləndirir və məhsul bolluğu yaratmağa olan marağını artırır.

Sahibkarlığın İnkişaf İstiqamətləri

Müasir bazar iqtisadiyyat modelinin başlıca təşkiledicisi sahibkarlıqda yüksək inkişaf səviyyəsi hesab olunur. Sahibkarlıq təzə sosial təbəqənin əmələ gəlməsinə, istehlak bazarında müstəqil rəqabət mühiti və çeşidli mülkiyyət formasına malik çoxnövlü təsərrüfat yerlərinin formalaşmasına, insanların rifah halının yüksəldilməsinə gətirib çıxarmaqdadır.

Müasir bazar iqtisadiyyatı əlaqələri, onun formalaşması, eyni zamanda davamlı iqtisadi fəaliyyətin təmin edilməsi nöqteyi-nəzərdən maliyyə biznesinin formalaşması, inkişaf etməsi əhəmiyyətlidlr. Ölkədə maliyyə vasitəçilərinin inkişaf etməsi yığım vəsaitləri, onların cəlb edilməsi və həmin vəsaitlərin investisiya qoyuluşlarının maliyyələşdirilməsini istiqamətləndirməyə əlverişli mühit hazırlaması maliyyə biznesinin nə qədər önəmli əhəmiyyətə sahib olduğunun bariz nümunəsi sayılır.

Diaqram 1: Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf dinamikası

Mənbə: https://www.customs.gov.az

Tarixə nəzər saldıqda məlum olur ki, ayrı-ayrı dövrlərdə iqtisadi sistemdən fərqlənməyərək bütün dövlətlərin iqtisadiyyatında baş vermiş müəyyən tənəzzül və böhranların qarşısın almaqda maliyyə siyasətinə ən çox ehtiyyac duyan iqtisadi vasitələrdən biri sayılır. Yəni ki, indiki dövrdə də dünyada baş vermiş maliyyə böhranlarının ölkələrin milli iqtisadiyyatlarına zərər verməsi bu məsələnin həllinin nə qədər önəmli olduğunu yenə də sübut edir.

Respublikada sahibkarlıq infrastrukturunun inkişaf etməsi, eyni zamanda maliyyə biznesinin təkmilləşməsi biri digərinin səbəb-nəticəsi kimi çıxış edir. Real sahibkarlıq sektorunun inkişaf etməsi biznes formalaşmasına gətirib çıxarmaqdadır, öz-özlüyündə maliyyə biznesinin inkişaf etməsi də biznes maliyyə sahəsinin inkişafının önəmli şərtlərindən biri kimi qalır. Bu cəhətdən də maliyyə biznesi və iqtisadiyyatın real sektorunun qarşılıqlı münasibətlərinin tədqiqinə xeyli ehtiyac var (Məmmədov, 2004:18).

Kiçik və orta sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsinin, onun dəstəklənməsinin səmərəli sisteminin formalaşdırılmasının nəinki kiçik müəssisə üçün, həm də bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyəti vardır. Kiçik sahibkarlıq əhalinin geniş təbəqələrinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün şəraiti təmin edir, yeni iş yerləri yaradaraq cəmiyyət üçün zəruri mallar və xidmətlər istehsal edir, eyni zamanda müxtəlif məhsulların istehlakçısı kimi çıxış edərək ölkənin və onun regionlarının iqtisadi inkişafına mühüm təsir göstərir.

Kiçik və orta sahibkarlığın önəmi hər bir dövlət üçün əvəzsizdir. Onlar iri iş yerlərinin buraxa bilmədiyi məhsulları yaxud məhsulların buraxılması üçün gərəkli olan hissələri istehsal etməkdədirlər, müxtəlif xidmətlər həyata keçirirlər, kiçik pərakəndə ticarətçidirlər, çalışma yerləri az olan yerlərdə işsizliyi az da olsa aradan qaldırılar, alıcıları məhsulla təmin edirlər, vergi ödəyərək büdcənin gəlirini çoxaldırlar, əhalinin müəyyən hissəsinin qazanc yeridirlər, iri müəssisələrə nəzərən çevikdirlər, ümumiyyətlə, ümumi yaşayış səviyyəsinin yüksəlməsində bir xeyli önəmli rol oynayırlar.

Kiçik sahibkarlığa xas olan çeviklik və dinamiklik faktik surətdə kiçik müəssisənin öz fəaliyyətini təkmilləşdirilməsi prosesinə daim fikir verməyə sövq edir. Beləliklə, kiçik sahibkarlığın rəqabət qabiliyyətliyinin birinci amilini dəyişilmək və təkmilləşdirmək bacarığı kimi formalaşdırmaq olar.

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün əlverişli institusional-iqtisadi mühitin formalaşması, bir tərəfdən iqtisadiyyatın diversifikasiyası, qeyri-neft sektorunun genişlənməsi, yeni iş yerlərinin açılması üçün əlverişli şərait yaradır, iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi onun mobilliyinin və dinamikliyinin təmin edilməsinə, dövlətin sosial yükünün azalmasına imkan verir. Müasir qloballaşan dünya iqtisadiyyatında transmilli korporasiyaların, beynəlxalq şirkətlərin rolunun artması şəraitində milli iqtisadiyyatın qorunmasında və onun təhlükəsizliyinin təmin olunmasında sahibkarlığın inkişafı xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin uğurluluğu çoxamilli xarakter daşıyır. Sahibkarlığın real fəaliyyəti üçün müəyyən ilkin şərtlərin olması zəruridir. Bunlara ilk növbədə infrasturuktur təminatlı bazar mühiti və "oyun qaydalarını" müəyyən edən dövlət aiddir.

Kiçik sahibkarlıq sosial məsələləri də həll etməyə imkan verir. Bunların arasında ən mühüm yeri işsizliyin azaldılması probleminin həllidir. Odur ki, səmərəli investisiya siyasətinin həyata keçirilməsi imkanların məhdud olmasına baxmayaraq iş tapmaqda çətinlik çəkən şəxslərə və işsizlər üçün yeni iş yerləri yaradan müəssisə və təşkilatlara real dəstək verilməsi və təsir göstərilməsi olduqca zəruridir. Bütün bunlar kiçik biznesi rəqabətli bazar mexanizminin mühüm inteqral ünsürünə çevirir ki, bunsuz bazarın potensial yaradıcı imkanlarından səmərəli istifadə etmək olmaz. Cəmiyyətin iqtisadi inkişafının başlıca amillərindən biri kimi kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi onun dövlət tərəfindən hansı səviyyədə və formada dəstəklənməsi ilə birbaşa bağlıdır. Başqa sözlə desək, kiçik və orta biznesin tənzimlənməsi, onun inkişafına əlverişli və səmərəli şəraitin yaradılması bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlətin mühüm vəzifələrindən biri kimi çıxış etməkdədir.

Kiçik və Orta Sahibkarlığın İnkişafı Üçün Dövlət Tənzimləmələri

Kiçik və orta sahibkarlıq üzrə dövlət tənzimlənməsinin, onun dəstəklənməsinin səmərəli sisteminin formalaşdırılmasının nəinki kiçik müəssisə üçün, həm də bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyəti vardır. Kiçik sahibkarlıq əhalinin geniş təbəqələrinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün şəraiti təmin edir, yeni iş yerləri yaradaraq cəmiyyət üçün zəruri mallar və xidmətlər istehsal edir, eyni zamanda müxtəlif məhsulların istehlakçısı kimi çıxış edərək ölkənin və onun regionlarının iqtisadi inkişafına mühüm təsir göstərir.

Kiçik müəssisələrin iqtisadi potensialının reallaşdırılması daha çox onların maliyyələşdirilməsinin imkanlarından və şərtlərindən asılıdır. Söhbət ilk növbədə maliyyə mənbələrinin quruluşundan gedir. Burada mühüm məsələ şəxsi və borc vəsaitlərinin nisbətidir.

Kiçik sahibkarlıq şəxsi kapitalın xüsusi çəkisinin aşağı olması, borc vəsaitlərinin isə yüksək olması ilə xarakterizə olunur. Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinə müvafiq olaraq kiçik müəssisələrin maliyyələşdirilməsi həm daxili, həm də xarici mənbələr hesabına həyata keçirilir.

Maliyyələşmənin xarici mənbələri kimi büdcə vəsaitlərindən, məqsədli kreditlərdən, büdcədənkənar qeyri-kommersiya fondlarının vəsaitlərindən, kommersiya banklarının uzunmüddətli kreditlərindən, qeyri-dövlət fondlarının vəsaitlərindən (pensiya, sığorta və s.), müəssisələrin emissiya etdiyi səhmlərin vəsaitlərindən və s. istifadə edilir.

Kiçik və orta sahibkarlığın iqtisadi mahiyyəti haqqında danışdıqdan sonra onun rolunu qeyd etmək istəyirəm. Kiçik və orta sahibkarlığın önəmi hər bir dövlət üçün əvəzsizdir. Onlar iri iş yerlərinin buraxa bilmədiyi məhsulları yaxud məhsulların buraxılması üçün gərəkli olan hissələri istehsal etməkdirlər, ayrı-ayrı xidmətlər həyata keçirirlər, kiçik pərakəndə ticarətçidirlər, iş yeri məhdud olan yerlərdəki işsizliyi az da olsa aradan qaldırılar, alıcıları məhsulla təmin etməkdədirlər, vergi ödəyərək büdcənin gəlirini yüksəldirlər, əhalinin bir hissəsinə gəlir yeridirlər, iri müəssisələrə nəzərən çevikdirlər, ümumiyyətlə, ümumi yaşayış səviyyəsinin yüksəlməsində lazımi qədər önəmli rol oynayırlar (Məmmədov,2009:s.32).

Kiçik sahibkarlığa xas olan çeviklik və dinamiklik faktik surətdə kiçik müəssisənin öz fəaliyyətini təkmilləşdirilməsi prosesinə daim fikir verməyə sövq edir. Beleliklə, kiçik sahibkarlığın rəqabət qabiliyyətliyinin birinci amilini dəyişilmək və təkmilləşdirmək bacarığı kimi formalaşdırmaq olar.

Kiçik müəssisələrin bu bacarığı ilə sahibkarlığın rəqabət üstünlüyünün ikinci amili innovasiyalılıqla – müəssisələrin innovasiyalara, tələbatın potensial surətdə irəli sürdüyü yeniliklərin istehsalata daim tətbiq edilməsinə qabil olması ilə sıx surətdə bağlıdır.

Bazarın məhdud seqmentlərinə yiyələnmək bacarığı – kiçik və orta biznesin mühüm keyfiyyət xarakteristikalarından biridir və eyni zamanda rəqabət qabiliyyətliliyinin üçüncü amilidir. Bir qayda olaraq, kiçik müəssisələrin nomenklaturası və çeşidi daim dəyişilən məmulatların kiçik dəstinin hazırlanması lüzumu əmələ gəldikdə meydana çıxır. Belə məhsullar istehlakçıların məhdud miqdarda olması şəraitində əhəmiyyətsiz mənbələrdən, əsasən yerli xammal və materiallardan istifadə etmələ hazırlanır.

İri biznesə nisbətən kiçik sahibkarlıq daha yüksək səviyyədə müstəqillik və məsuliyyət tələb edir. Kiçik sahibkarlar yalnız özlərinə bel bağlaya bilərlər: start kapitalını, ilkin investisiyaları özləri tapmalıdırlar öz iş proqramlarını işləyib hazırlamalı özlərini lazımı ehtiyatlarla təmin etməli qəbul etdikləri qərarların nəticələrinə görə cavabdeh olmalıdırlar. Kiçik sahibkarlıq sahəsində qəbul olunan qərarlara görə, yüksək məsuliyyətlik səviyyəsi həm də, eyni zamanda, kiçik sahibkarlığın rəqabət qabiliyyətliliyinin dördüncü amili hesab oluna bilər.

Bazar iqtisadiyyatının prioritet yönlərindən biri kiçik və orta sahibkarlığın inkişafıdır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, kiçik sahibkarlıq bazar iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır, iqtisadi artım tempini müəyyən edir, habelə maddi, maliyyə və kadr resurslarının daha səmərəli bölgüsünü təmin edir. Digər tərəfdən iqtisadiyyatda prioritet məsələlərdən biri iş yerlərinin yaradılması mühitidir və bu baxımdan, iri müəssisələrlə müqayisədə kiçik sahibkarlıqda yeni iş yerlərinin yaradılması daha az xərc tələb edir (Zakharova, 2010).

Kiçik və orta müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyəti həmçinin cəmiyyətin sosial problemlərinin həll edilməsinə kömək edir və kiçik sahibkarlıq, həmçinin, regional iqtisadiyyatın inkişafına müsbət təsir göstərir, yeni iş yerləri yaradır, ölkədə məşğulluğu və rəqabət mühitinin yaradılmasını təmin edir. Kiçik sahibkarlığın rolu ucuz məhsulun istehsalı və gəlirin artırılması ilə bitmir. Sahibkarlıq iqtisadiyyatda və cəmiyyətdə struktur dəyişikliklərin bələdçisi və özünəməxsus işə salma

mexanizmidir. Bu dəyişiklik iqtisadi artımın katalizatoru kimi çıxış edərək, ümumi buraxılışın artmasına təsir göstərir (Manafov, 2013: 58).

Kiçik və orta sahibkarlığın geniş şəbəkəsinin inkişafı müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatının qarşısında duran aşağıdakı mühüm vəzifələrin həllinə gətirib çıxara bilər:

1) İri kapital qoyuluşsuz çoxlu istehlak mal və xidmətlərin istehsalını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmək; bazar tələbinin dəyişməsinə vaxtı-vaxtında çevik uyğunlaşması və yerli xammal mənbələrindən və iri istehsalın tullantılarından geniş istifadə olunması şəraitini təmin etmək;

2) Mal və xidmətləri istehlakçılara yaxınlaşdırmaq və bu əsasda ölkənin bütün regionlarında həyat şəraitinin yaxşılaşdırılmasına müəyyən mənada nail olmaq;

3) əvvəllər yalnız şəxsi istehlak üçün istifadə edilən maddi və maliyyə vəsaitləri yığımının bir hissəsini istehsala cəlb etmək;

4) texnoloji və digər xüsusiyyətlərinə görə iri istehsalda istifadə edilə bilməyən bəzi işçi qüvvəsi resurslarını istehsala cəlb etmək və s.

Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin uğurluluğu çoxamilli xarakter daşıyır. Sahibkarlığın real fəaliyyəti üçün müəyyən ilkin şərtlərin olması zəruridir. Bunlara ilk növbədə infrasturuktur təminatlı bazar mühiti və "oyun qaydalarını" müəyyən edən dövlət aiddir.

Sivilizasiyalı vətəndaş cəmiyyətinin və bazarın yaradılmasına istiqamətləndirilmiş sistemli dəyişiklikləri həyata keçirən dünya təcrübəsi dövlətin sahibkarlığın inkişafı kursunun seçməsinin perspektivli və sosial-iqtisadi üstünlüyə malik olduğunu sübut edir. Bir çox dünya ölkələri, məsələn, İspaniya, Portuqaliya, Cənubi Koreya, Tayvan, Tayiland və s. bazar şəraitinə yaxşı uyğunlaşan sahibkarlıq təbəqəsi formalaşdırmaqla özlərinin iqtisadiyyatının modernləşdirilməsinə və demokratik iqtisadi-siyasi sistemin yaradılmasına nail olmuşdur.

Ölkədə iqtisadi mühitin formalaşdırılmasında kiçik və orta sahibkarlığın yeri milli iqtisadiyyatın idarə edilməsinin əvəzsiz mexanizmidir. Onun rolu isə maliyyə sistemini, vergi sistemini tənzimləməkdir. Kiçik sahibkarlığın sosial (ictimai) funksiyalarından biri də cəmiyyətdəki siyasi və sosial sabitliyi qoruyub saxlamaq və möhkəmləndirməkdən ibarətdir. Buna kiçik biznes tərəfindən təzə iş yerlərinin yaradılmağı, həmçinin mülkiyyətçilər təbəqəsinin genişlən -dirilməyi üsulu ilə nail olunur. Beləliklə, kiçik sahibkarlıq yerli büdcə gəlirlərinin formalaş -masında iştirak edirlər. Həmin, bələdiyyələr səviyyəsində gerçəkləşdirilir.

Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti sahibkarlıq prinsiplərini, sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektlərinin hüquqları və vəzifələrini, onun ölkə tərəfindən müdafiə üsullarını, sahibkarın hökümət orqanları ilə qarşılıqlı əlaqələrini müəyyənləşdirir. Mülkiyyətin bütün formalarının bərabərlik prinsipinin gerçəkləşdirilməsi, sərbəst olaraq fəaliyyət sahələrinin seçilməyi və iqtisadi qərarların qəbul olunması əsasında iqtisadi təşəbbüs və işgüzarlığın geniş təzahürü üçün zəmin yaradılması sahibkarlıq fəaliyyətini xarakterizə edən cəhətlərdəndir.

Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti fiziki şəxslər və onların birliklərinin, həmçinin hüquqi şəxslərin qazanc yaxud şəxsi gəlir qazanılması üçün özlərinin cavabdehliyi və əmlak məsulivyəti ilə yaxud başqa hüquqi və ya fiziki şəxslər adından qanunvericiliklə qadağan olunmayan təsərrüfat fəaliyyətinin bütün növləri, eyni zamanda məhsul istehsalı, satış və xidmətlər göstərilməsi şəklində həyata keçirdikləri azad təşəbbüskarlıq fəaliyyətidir.

Kiçik və orta sahibkarlıqla əlaqəli münasibətlər mülkiyyət forması, fəaliyyət növü və sahəsindən asılı olmamaqla beynəlxalq hüquqi öhdəlikləri ilə tənzimlənir. Sahibkarlığın subyektləri aşağıdakılardır; (Niftullayev 2012: 41).

- fəaliyyət qabiliyyətinə sahib Azərbaycan Respublikasındakı hər bir vətəndaş;
- mülkiyyət formasından bağlı olmayaraq hüquqi şəxslər;
- hər bir xarici vətəndaş yaxud vətəndaşlığı olmayan insan;
- xarici hüquqi şəxslər.

Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqəli məsələlərin həllinə nəzarəti gerçəkləşdirən hökümət orqanlarının vəzifəli şəxsləri və mütəxəssislərinə sahibkarlıq fəaliyyətiylə məşğul olmaq qadağan olmaqdadır. Sahibkarlığın qanun çərçivəsində reallaşdırılan bütün formalarına icazə verilməkdədir. Mülkiyyət və təşkilati-hüquqi şəklindən asılı olmayaraq sahibkarlıq üzrə bütün formaları eyni hüquqa malikdirlər. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin məhdudlaşdırılmasına aşağıdakı hallarda, yəni qanunçuluğun gözlənilməsi, dövlətin və vətəndaşların təhlükəsizlik və müdafiəsi, vergi, qiymətlər və antiinhisar tənzimlənməyi, sosial təminatlar təklif edilməsi, ekologiyadan, sanitariyadan, yanğından qorunmaq və arxitektura normaların gözlənilməsi, o cümlədən tarixi abidələrin mühafizəsi üzrə yol verilir. Öz fəaliyyətini gerçəkləşdirmək üçün sahibkar aşağıda göstərilən hüquqlara sahibdir:

-istənilən müəssisələr qurmaq, idarəetmə orqanlarında işləmək və həmin orqanların işlərində iştirak etmək;

- təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətini azad həyata keçirmək;

-işçiləri işə qəbul etmə və işdən azad etmə, onların əməyinin verilməsinin formasını müəyyənləşdirmək;

- öz məhsulları (işlər və xidmətləri) üçün qiymətləri (tarifləri) müəyyənləşdirmək;

- sahibkarlıq fəaliyyətində əldə olunan mənfəətdən vergilər və başqa icbari ödənişlər çıxıldıqdan sonra onun digər hissəsindən müstəqil istifadə etmək. Bundan başqa, sahibkar hüquqi şəxslərə aid olan digər hüquqlardan da istifadə edə bilər.

Kiçik və orta sahibkarın əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir (Məmmədov, 2004:22):

-qüvvədə olan qanunvericilik və imzaladığı müqavilələrdən irəli gəlmiş bütün vəzifələri icra etmək;

-işçinin maaşını Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş minimum həcmindən az olmayan səviyyədə vermək;

-qanunvericilik üzrə müəyyən edilmiş vergiləri, dövlət sığorta, sosial müdafiə və digər fondlara ayırmaları ödəmək;

-qüvvədə olan normativ aktların hər birini rəhbər tutmaqla ekoloji təhlükəsizlik, əməyin mühafizəsi, təhlükəsizlik texnikası, istehsal gigiyenası və sanitariyasının təmin olunması, arxitektura abidələri və başqa tarixi abidələrin mühafizə sahəsində tədbirlər həyata keçirmək;

- işçilərə qüvvədə olan qanunvericilik və müqavilələrə müvafiq əmək şəraiti yaratmaq;

-antiinhisar qanunvericiliyinə riayət etmə, haqsız rəqabət üsullarından istifadə edilməsinə yol verməmək.

Dövlət sahibkarlığın inkişafına hərtərəfli kömək göstərir. Bu məqsədlə də sahibkarlıq fəaliyyətinin öncül istiqamətləri və buna uyğun olaraq güzəştlər sistemi müəyyənləşdirilir. Güzəştlərdə əsasən aşağıdakılar nəzərdə tutulur:məlumat, məsləhət, təhsil və tədris mərkəzlərinin, maliyyə fondlarının yaradılması, vergi ödənişləri, bank krediti, faizlər, amortizasiya ayırmaları üzrə güzəştli dərəcələrin tətbiq edilməsi və s.

Sahibkarlığa yardım və onun müdafiəsi üçün dövlətin vəzifələri və funksiyalarını Dövlət Antiinhisar Siyasətinin Sahibkarlığa Kömək Komitəsinin və onun yanında fəaliyyət göstərən sahibkarlığa kömək fondu həyata keçirir. Sahibkarlıq fəaliyyəti mövcud qanun -vericilik, inzibati hüquq, maliyyə, vergi və pul-kredit sistemlərinin vasitəsilə tənzimlənir. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaqda, onun növünü seçmək məsələlərində vətəndaşlar tam sərbəstdirlər. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin yalnız bəzi növləri ayrıca icazə əsasında gerçəkləşdirilir (Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi).

Metod

Analiz, Sintez, Sistemli Əlaqəlilik metodlardan istifadə edilərək məqalə təhlil edilmişdir.

Analiz

Yazdığımız bu məqalədə əsasən qeyd edə bilərik ki, mülkiyyət və təşkilat-hüquqi formalarından asılı olmayaraq sahibkarın hüquqları dövlət tərəfindən müdafiə olunur. Bu hüquqları pozan dövlət orqanları və ya başqa orqanların, yaxud da onların vəzifəli insanların, həmçinin sahibkar haqqında qanunvericilikdə nəzərdə tutulan vəzifələrin bu orqanlar və ya vəzifəli şəxslərin tərəfindən yarıtmaz icra edilməsi nəticəsində sahibkara dəymiş zərərin, eyni zamanda əldən çıxmış gəlirlərin əvəzin mülki qanunvericilikdə nəzərdə tutulan qaydada sözügedən orqanlar və vəzifəli insanlar ödəyirlər. Sahibkarın əmlakı qanunvericiliyə uyğun olaraq dövlət ehtiyacları üçün alınsa, ona müvafiq kompensasiya verilir. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti dövlət tərəfindən müdafiə olunmaqla yanaşı, sahibkar qanunvericiliyin tələblərinə əməl etmədiyi və öz öhdəliklərini həyata keçirmədiyi hallarda qanunvericiliyə müvafiq olaraq mülki-hüquqi, inzibat və cinayət məsuliyyəti daşımaqdadır.

Nəticə

Kiçik sahibkarlıq üçün xaraterik olan aşağıdakı qanunauyğunluqları müəyyən etmək olar:

- rəqabət münasibətlərinin formalaşması;
- məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi və çeşidinin genişləndirilməsi;
- iqtisadiyyatın sturukturunun dəyişməsinə təsir göstərməsi;
- mülkiyyətçi sosial təbəqələrin formalaşması;
- iri istehsalın məhdudiyyət qoyduğu əhalinin ayrı-ayrı qruplarının (ev təsərrüfatlar, pensiya alanlar) əmək fəaliyyətinə cəlb edilməsi;
- yerli xammal mənbələrinin mənimsənilməsi və istifadəsi;
- komplektləşdirici məlumatların hazırlanması və təchizi yolu ilə iri müəssisələrə təsir göstərməsi;
- dövlətin az rentabelli və zərərli müəssisələrdən azad olunması (onları icarəyə götürmək, almaq yolu ilə).

Ədəbiyyatlar

1. A.R.-nın İqtisadi İnkişaf Nazirliyi “Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun kiçik və orta sahibkarlar üçün əyani vəsaiti” Bakı şəhəri, 25 sentyabr, 2012-ci il.
2. Azərbaycan kiçik sahibkarlıq, Səda nəşriyyatı, Bakı, 2015.
3. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi,Bakı şəhəri, 6 dekabr 2016-cı il.
4. Manafov Q.N..,“Sahibkarlıq nəzəriyyəsi”,. Bakı, 118 s.,2013

5. Məmmədov, M. (2000). Kiçik və orta sahibkarlıqda biznes ideyaların rolu, Respublika, s.4.
6. Məmmədov, M. (2004). Kiçik biznes problemlər və imkanlar, Bakı, Elm mətbəəsi.
7. Məmmədov, O. (2009). Dövlət sektorunda kadr potensialının təkmilləşdirilməsi yolları, AMEA iqtisadi xəbərlər jurnalı, sayı 5, ss. 551-573.
8. Müasir şəraitdə Azərbaycanda fərdi sahibkarlığın inkişaf tendensiyası"- Ecovision jurnalı ,17-ci sayı, 2016 c il.
9. Niftullayev V.,"Sahibkarlığın əsasları"., Bakı,Zaman, 618 s.,2012.
10. Matejun M., "Small and medium-sized enterprises in the European Unio development challenges in 2014-2020 perspective".
11. Zakharova N. V. Countries of Europe. Reference manual [Strany Evropy. Spravochnoe uchebnoe posobie]. Master Magistr, 2010.
12. https://www.economy.gov.az/
13. https://www.customs.gov.az/
14. https://www.taxes.gov.az
15. http://www.sahibkarol.biz

Aqrar Sektorda Sahibkarlıq Fəaliyyətinin Həyata Keçirilməsində Maliyyə Təminatı, Aqrolizinq və Aqroservis Xidmətlərinin Rolu

Şamil İsgəndərov

samilisgenderov1@gmail.com

Xülasə

Aqrar bölmədə sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi əhalinin sağlam qida məhsulları, sənayenin isə keyfiyyətli xammalla təminatına şərait yaradan əsas faktorlardan biridir. Aqrar sektorda sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsinə şərait yaradan aqrar sektorun maliyyə təminatı, eləcə də aqroservis və aqrolizinq xidmətləri müasir dövrdə rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyatın qurulmasına yol açır. Aqrar bölmənin maliyyə təminatı, ayrılan subsidiyaların yönəldiyi kənd təsərrüfatı sahələri, vergi və gömrük güzəştlərindən istifadə etməklə aqrar sektorun maliyyə mənbələrinin formalaşdırılması kimi məsələlər ölkədə sahibkarlıq subyektlərini stimullaşdırmaqla yanaşı, bu sahədə təsərrüfat proseslərinin dolğun şəkildə təmin edilməsinə geniş imkanlar yaradır. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının mühüm tərkib hissəsi olan texnikaların, maşın və avadanlıqların, xammal və gübrənin və s. rahat şəkildə əldə edilməsi üçün ölkədə görülən tədbirlər, bu sahədə aqroservis və aqrolizinq xidmətlərinin əhəmiyyəti nəzərdən keçirilməsi və son illər görülən işlərə dair təhlil nəticələri son dövrlərdə Respublikamızda bu istiqamətdə müsbət irəliləyişlərin olduğunu göstərir. Ümumilikdə aqrar bölmənin maliyyə və maddi-texniki təminatı məsələlərindən bəhs edən bu məqalədə ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məqsədilə aqrar bölmənin maliyyə təminatının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinə də toxunulmuşdur .Aqrar sektorun inkişafı məqsədilə ölkədə qəbul edilmiş proqramların bəziləri nəzərdən keçirilmiş onların aqrar bölməyə təsir istiqamətləri araşdırılmışdır. Sonda aqrar bölmənin maddi-texniki təminatının yaxşılaşdırılması, bu sahədə islahatlara uyğun olaraq istehsal prosesinin təşkilinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinə, həmçinin yüksək məhsuldarlığın təmin olunması üçün görüləcək tədbirlərə dair nəticə və təkliflər qeyd edilmişdir.

Açar sözlər: Aqrar Sektor, Aqroservis, Aqrolizinq, Subsidiya

Giriş

Aqrar sektorda məhsul istehsalının artırılması, bu bölmədə çalışan sahibkarların həvəsləndirilməsi, ən əsası fermer təsərrüfatlarının inkişaf etdirilməsi dövrün aktual məsələlərindən biridir (Abbasov İ.D., 2011).

Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının artırılmasını təmin edən əsas məsələlərdən biri aqrar bölmənin maliyyə təminatının tam olaraq ödənilməsidir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində aqrar bölmədə məhsul istehsalının artırılması üçün əsas diqqət fermer təsərrüfatlarının yaradılmasına yönəldilir. Bunun üçün də həmin ölkələrin dövlət büdcəsindən lazımi sahənin inkişaf etdirilməsi üçün vəsaitlər ayrılır. Bununla da həm əhalinin ərzaq məhsullarına olan tələbatının ödənilməsi, həm də yüngül və yeyinti sənaye sahələri üçün xammal bazasının yaradılması mümkün olur. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalını modern texnika və texnologiyalarsız təsəvvür etmək mümkün deyil. İqtisadi münasibətlərin günü-gündən qloballaşması, əhalinin ərzaq təhlükəsizliyinin yüksək səviyyədə təmin olunmasının vacibliyi, dünya bazarına yüksək rəqabət qabiliyyətinə malik məhsul və əmtəələr çıxarılması kimi məsələlər aqrar bölmənin müasir texnikalarla təminatını ön plana gətirmişdir. Aqrar bölmədə məhsul istehsalı zamanı müasir becərmə texnologiyalarının tətbiqi, həmçinin məhsulun itkisiz yığımı və tədarük edilməsi üçün kənd təsərrüfatı texnikalarından yüksək səviyyədə istifadə edilməsi zamanın əsas tələblərindən biridir (Alıyev İ.H. və Məmmədova Ş.Ə., 2007).

Aqrar sektorun inkişaf etdirilməsində əsas əhəmiyyət daşıyan tədbirlərdən biri ölkədə aqrar islahatların sistemli şəkildə aparılmasıdır. Aqrar islahatlar dövlətin kənd təsərrüfatı sahəsində həyata keçirdiyi aqrar siyasətin mühüm tərkib hissəsidir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar olaraq ölkədə aqrar islahatların düşünülmüş və planlı şəkildə həyata keçirilməsi müstəsna əhəmiyyətə malikdir.

Bazar iqtisadiyyatı yolunu seçmiş ölkəmizdə əhalinin ərzaq məhsullarına olan tələbatının ödənilməsində kənd təsərrüfatı sahələri ən güclü ehtiyat mənbələrindən biridir. Ölkədə kənd təsərrüfatı məhsullarının yetərli miqdara çatdırılması üçün aqrar bölmənin inkişafında bir sıra şərtlərin nəzər alınması vacibdir. Bunlardan ən vacibi aqrar islahatların həyata keçirilməsi zamanı aqrar sektorun əsas inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsidir.

Metod

Mövzu ilə bağlı təhlilin aparılmasında, qarşıya qoyulan məsələlərin həllinə nail olmaq üçün müqayisəli təhlil, statistik, analiz-sintez, induksiya-deduksiya və s. metodlar istifadə edilmişdir.

Məntiqi metodlar nəzəri biliyin - anlayış və qanunların dərk edilməsi, ümumiləşdirmə aparılması məqsədi güdən təfəkkür metodlarıdır. Bu metodlara analitik-sintetik və induktiv-deduktiv metodlar daxildir. Analitik metodlar müəyyən obyekti fikrən tərkib hissələrinə və ya əlamətlərinə ayırmaq məqsədi güdür. Bu metodlara müqayisə (oxşarlıq və fərqi müəyyənləşdirmək), təsnifetmə (əşya və faktları əsas əlamətlərinə görə ayırmaq), analogiya (bir obyektlə bağlı biliyi digər obyektə keçirmək) və s. daxildir. Sintetik metodlar obyektin ayrı-ayrı hissə və əlamətlərini fikrən bir tam halında birləşdirmək məqsədi güdür. İnduktiv metod xüsusidən ümumiyə, deduktiv metod isə ümumidən xüsusiyə keçməklə əqli nəticə çıxarmaq metodudur.

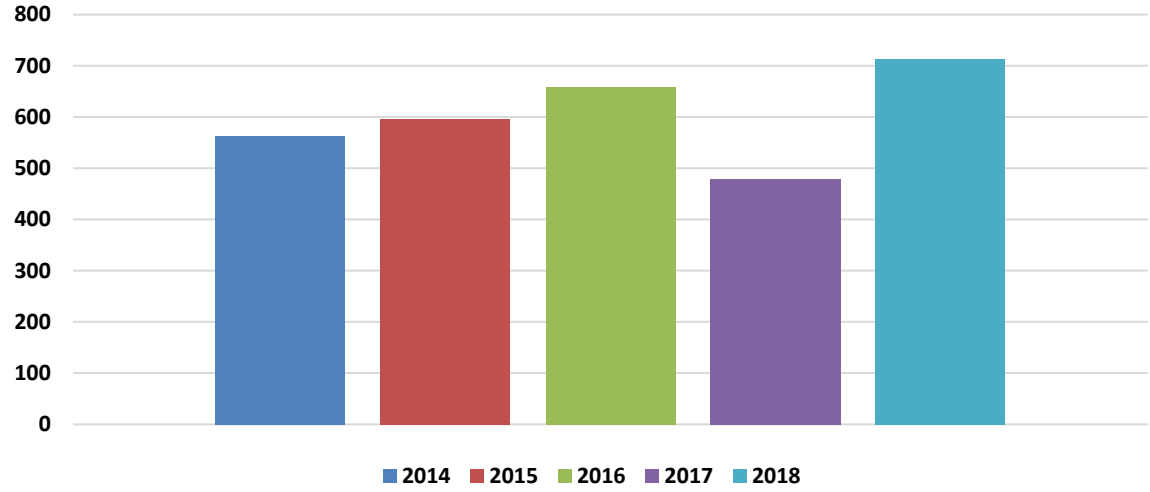
Analiz

Maliyyə təminatı

Aqrar bölmənin maliyyə təminatının ödənilməsi mənbələri həm dövlət büdcəsi, həm fermer və sahibkarların şəxsi vəsaitləri ola bilər. Son illərdə ölkəmizdə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, eləcə də emalı üçün ayrılan kreditlərin miqdarı artırılmışdır. Mərkəzi Bankın məlumatlarına əsasən, bu sahəyə kredit qoyuluşu 2007-ci ildə 110 milyon manat olduğu halda, 2018-ci ildə bu göstərici 600 milyon manat təşkil etmişdir. Lakin qeyd olunan dövr ərzində bu sahənin iqtisadiyyata qoyulmuş kreditlərdəki payı 6,8 faizdən 2,3 faizə qədər azalmışdır (www.cbar.az, 2018).

Aqrar sahənin inkişaf etdirilməsi məqsədilə hökumətin aqrar sektora birbaşa maliyyə dəstəyi hər il dövlət büdcəsi üzrə bu sahəyə ayrılan vəsaitlərlə reallaşdırılır. 2018-ci ildə əvvəlki illərə nisbətən kənd təsərrüfatı xərclərinin büdcə xərclərindəki payı artmış və ümumi büdcə xərclərinin 3,39 %-ni təşkil etmişdir. 2014-2018-ci illər ərzində kənd təsərrüfatının büdcə xərclərindəki ən yüksək payı 2016-cı və 2018-ci illərdə olmuşdur.

Qrafik 1. Dövlət büdcəsindən kənd təsərrüfatına ayrılan xərclər, milyon manatla



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Aqrar bölmənin maliyyə təminatında dövlət dəstəyinin xüsusi təşviq aləti olan subsidiyaların da rolu böyükdür. Subsidiyaların kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının gübrə ilə təmin olunmasında rolu böyükdür. 2008-2018-ci illər ərzində ölkəyə idxal edilən mineral gübrələrin həcmi təqribən 2 dəfə artmışdır. Statistik məlumatlara görə 2008-2018-ci illərdə "Aqrolizinq" ASC tərəfindən fermerlərə güzəştli şərtlərlə satılan gübrənin ümumi həcmi 68 min tondan 150 min tona çatmışdır (www.stat.gov.az, 2018).

Aqrar bölmənin maliyyə təminatında dünya təcrübəsinin də öyrənilməsi vacibdir. 2007-ci ildə ABŞ senatının subsidiyaların verilməsi ilə bağlı iki mühüm sənədə etdiyi düzəlişə əsasən Birləşmiş Ştatlar taxıl istehsalçılarına ayrılan subsidiyaların strateji olmasını, təbii fəlakətlər, o cümlədən daşqın və quraqlıq nəticəsində fermerlərə dəymiş ziyanın tam ödənilməsini və fermerləri müdafiə etmək üçün sığorta proqramlarının həyata keçirilməsini nəzərə almışdır. Ümumilikdə götürsək subsidiyaların həyata keçirilməsində başlıca məqsəd istehsal edilən məhsulların daha ucuz başa gələn analoji malların idxal-rəqabətindən qorumaqdır. Məsələn, bunu ABŞ-ın nümunəsində götürək. ABŞ-da pambığın bir kiloqramı 1 dollar 46 sentə başa gəldiyi halda, bu Afrikada 42 sentə başa gəlir. Buna görə də konqres amerikalı fermerləri subsidiyalar vasitəsilə müdafiə edir. ABŞ və Avropa Birliyi ölkələri fermerlərini daha çox müdafiə edən ölkələrdəndir. Həmin ölkələrdə demək olar ki, fermerlərin xərclərinin böyük bir qismi dövlət tərəfindən qarşılanır. Müqayisə aparsaq görərik ki, istər ABŞ, istərsə də Avropa Birliyi ölkələrində subsidiyalar daha çox strateji əhəmiyyət daşıyan iqtisadi sahələrə ayrılır (Farai C., 2016).

Ölkəmizdə də aqrar bölməyə, xüsusilə də fermer təsərrüfatları üçün ayrılan vəsaitlərin strateji əhəmiyyət daşıyan sahələrə yatırılmasına diqqətin artırılması sahəsində lazımi tədbirlər həyata keçirilir. Ölkəmizdə kənd təsərrüfatında subsidiyalar əsasən aşağıdakı sahələr üzrə verilir.

- şəkər çuğunduru istehsalçılarına dövlət büdcəsinin vəsaiti hesabına subsidiyanın verilməsi;
- pambıq və tütün istehsalçılarına dövlət büdcəsinin vəsaiti hesabına subsidiyaların verilməsi;

- əkin sahəsinin becərilməsində istifadə olunan yanacaq və motor yağlarına, habelə buğda və çəltik əkinlərinə görə subsidiyaların verilməsi;
- süni mayalanma yolu ilə alınmış hər buzova görə subsidiya verilməsi (Alıyev İ.H. və Məmmədova Ş.Ə., 2007).

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı iqlim şəraitindən yüksək dərəcədə asılıdır və bu sahədə kapitalın dövretmə sürəti aşağıdır. Bu da kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının öz vəsaitləri hesabına investisiya qoymaq, eləcə də maliyyə bazarlarından müvafiq vəsaitlər təmin etmək imkanlarını məhdudlaşdırır. Bu səbəbdən aqrar bölmənin maliyyə təminatının yaxşılaşdırılmasında dövlətin rolu artır. 2008-2018-ci illər ərzində Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun xətti ilə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal və emal edilməsi üçün ayrılan güzəştli kreditlərin həcmi 18 dəfədən çox artmışdır. 2006-cı ildən etibarən isə Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Kənd Təsərrüfatı Layihələri və Kreditlərinin İdarə edilməsi üzrə Dövlət Xidməti tərəfindən də bu sahəyə güzəştli kreditlərin ayrılması aqrar bölmədə məhsul istehsalının artırılmasına təsir etmişdir (Alıyev İ.H., 2006).

Kənd təsərrüfatının maliyyə təminatında vergi və gömrük güzəştlərinin də rolu böyükdür. Bu güzəştlərin edilməsi aqrar bölmənin məhsul istehsalçılarını, sahibkarların fəaliyyətini stimullaşdıran əsas tədbirlərdən biridir (Qarayev İ.Ş., Əhmədov M.A. və Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Ötən illər ərzində kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sahələrinə verilmiş kreditlərin ümumi həcminin artımı, əsasən büdcə vəsaiti ilə təmin edilən güzəştli kreditlər hesabınadır. İllər üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının artırılması bu kreditlərin lazımi məqsədlər üçün istifadə edildiyini göstərir. Müasir dövrdə kənd təsərrüfatının maliyyələşməsində bu sahəyə yatırılan investisiyaların da rolu böyükdür. Bu investisiyaların əksər hissəsi fermer təsərrüfatlarının yaradılmasına yönləndirilmişdir.

Aqrolizinq və aqroservis xidmətləri

"Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2004-cü il oktyabrın 23-də imzaladığı sərəncamla yaradılıb. 2009-cı ilin 21 iyul tarixində isə "Aqrolizinq" ASC Kənd Təsərrüfatının tabeliyinə verilib. 2006-cı ilin 8 iyul tarixindən "Aqrolizinq" ASC-nin Azərbaycan Respublikasının 61 rayonunda təsərrüfat hesablı Aqroservis filialları fəaliyyətə başlayıb. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə məşğul olan fiziki və hüquqi şəxslərə, eləcə də fermerlərə göstərilən aqroservis xidmətlərinin fəaliyyət dairəsinin genişlənməsində ölkənin Bakı, Gəncə, Şirvan, Ucar, Xaçmaz şəhərlərindəki təchizat bölmələrinin böyük əhəmiyyəti vardır. Hal-hazırda həmin bazalar "Aqrolizinq" ASC tərəfindən respublikaya gətirilən traktorların, kombaynların, ekskovatorların və s. kənd təsərrüfatı texnikalarının yerləşdirilməsini, komplektləşdirilməsini, satış qabağı hazırlığın aparılmasını və satışını həyata keçirir.

Ümumilikdə "Aqrolizinq" ASC-nin yaradılması zamanı onun fəaliyyət göstərməsindəki əsas məqsəd respublika daxilində kənd təsərrüfatı texnikası çatışmazlığının aradan qaldırılması, fermerlərə güzəştli şərtlərlə bu cür texnika və avadanlıqların verilməsi idi. Sonradan onun funksiyaları və fəaliyyət dairəsi genişləndirilmişdir. Nazirlər Kabinetinin qərarı ilə təsdiq olunmuş qaydalara əsasən "Aqrolizinq" ASC dövlət büdcəsi hesabına aldığı kənd təsərrüfatı texnikası və avadanlıqlarını fiziki və hüquqi şəxslərin bu avadanlıqların dəyərinin 20%-nin ilkin ödənilməsi və qalan dəyərinin 10 il

müddətinə ödənilməsi şərti ilə lizinqə verməlidir. Cəmiyyət eyni zamanda damazlıq mal-qaranı, gübrəni, məhsuldar toxum sortlarını da alaraq fermerlərə güzəştli şərtlərlə satmalıdır (Qarayev İ.Ş., Əhmədov M.A. və Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2014-cü il 13 avqust tarixli 273 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş qaydalara əsasən "Aqrolizinq" ASC-dən özüyeriyən, asılan və qoşulan kənd təsərrüfatı texnikasının ilkin dəyərinin 20%-i ödənildikdə həmin texnikanın qalıq dəyəri həcmində, lakin onların ilkin dəyərinin 40%-dən yuxarı olmamaq şərti ilə güzəşt verilir (www.agrolizing.gov.az, 2020).

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 04 avqust tarixli 273 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş qaydalara əsasən 2015-ci ilin may ayının 1-dən etibarən "Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyətindən lizinqə götürülən və lizinq yolu ilə satın alınan suvarma sistemləri dəstinə və avadanlığına da onların ilkin dəyərinin ən azı 20 faizi ödənildiyi təqdirdə dövlət büdcəsinin vəsaiti hesabına ilkin dəyərinin 40 faizi həcmində güzəşt tətbiq edilir (www.agrolizing.gov.az, 2020).

Kənd təsərrüfatı texnikasına ilkin dəyərinin 40%-i həcmində güzəşt tətbiq edilməsi kənd təsərrüfatında istehsal edilən məhsulların qiymətinə də öz müsbət təsirini göstərmişdir. Bu da aqrar sferanın rəqabət qabiliyyətliliyinin artmasına, dayanıqlı inkişafına səbəb olmuşdur.

Son 10 ildə "Aqrolizinq" ASC tərəfindən 23500-dən artıq kənd təsərrüfatı texnikası alınaraq aqrar bölmədə fəaliyyət göstərən 10000-dən artıq fiziki və hüquqi şəxsə lizinq yolu ilə satılmışdır.

Ümumilikdə "Aqrolizinq" ASC aqrar sferanın, fermer təsərrüfatlarının müasir istehsal vasitələri ilə təminatında öz rolunu aşağıdakılarda ifadə etmişdir:

- mənəvi və fiziki cəhətdən köhnəlmiş bir çox əsas vəsaitlər sürətlə təzələnir;
- məhsul istehsalçılarının maliyyə vəziyyətini daha da yaxşılaşdırır;
- strateji planda lizinq sadəcə olaraq xammalyönümlü və tənəzzülə uğramış iqtisadiyyatdan çıxmaq üçün zəruridir;
- bu həm də sahibkarlığın fəallaşdırılması hesabına büdcəyə vergi daxilolmalarını da artırır;
- istehsal sferasına investisiya qoyuluşunu fəallaşdırır;
- kiçik biznesin, eləcə də orta biznesin rəqabət qabiliyyətlilik səviyyəsini daha da yüksəldir;
- digər tərəfdən satış bazarında rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalı üçün yeni maşın və mexanizmlərin, texnologiyaların əldə edilməsinə və fermerlərin bu texnologiyalardan maksimum faydalanmasına imkan verir;
- həmçinin yeni iş yerlərinin yaradılmasını təmin edir;
- məhsulun itkisiz yığılması, daşınması və saxlanılmasına lazımi şəraiti yaradır

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında əsas yer tutan amillərdən biri də aqroservis müəssisələridir. Eyni zamanda kənd təsərrüfatında və ərzaq məhsullarında əsas dəyər yaradan xidmətlərdən biri də aqroservis xidmətləridir. Odur ki, müasir kənd təsərrüfatını aqroservis müəssisələri və aqroservis xidmətləri olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Hazırda ölkəmizin iqtisadiyyatının aqrar sferasında mülkiyyət formasına, göstərdiyi xidmət növlərinə görə müxtəlif formalı aqroservis müəssisələri fəaliyyət göstərir. Bu müəssisələri əhatə edən, birləşdirən vahid

məqsəd kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına vaxtında və lazım olan xidmətləri göstərməkdir. Aqroservis müəssisələri üçün texnika parkının saz vəziyyətdə saxlanılması, nasaz texnikaların təmiri və mövsümə hazırlanması, habelə texnikanın işlək vəziyyətdə saxlanılması üçün vacib olan texniki qulluq göstərilməsi mühüm rol oynayır. Digər bir tərəfdən parkın mütəmadi olaraq yeniləndirilməsi aqroservis müəssisələri tərəfindən müasir aqroservis xidmətlərinin göstərilməsində əsaslı yerə sahibdir. Aqroservis müəssisələri Azərbaycan Respublikasının 2005-ci il 31 mart tarixli 58 nömrəli Qərarına görə "Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyətindən kənd təsərrüfatı texnikasını və texnoloji avadanlıqları, həmçinin suvarma sistemlərini və avadanlıqlarını lizinq yolu ilə ala bilərlər.

Ölkəmizdə həyata keçirilən aqrar islahatlar aqroservis xidməti bazarına da təsir göstərmişdir. Kənd təsərrüfatı istehsalındakı struktur dəyişikliyi nəticəsində aqrotexniki xidmətlərə yaranan tələbat aqroservis xidmətlərinin inkişafında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Aqroservis xidmətləri daim dövlətin diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Belə ki, "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı"nda və "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf Dövlət Proqramı"nda özəl aqroservis xidməti şəbəkəsinin genişləndirilməsi və dövlət tərəfindən dəstəklənməsi tədbirləri yer almışdır.

Nəticə

Aqrar sektorun dünya standartlarına cavab verəcək şəkildə inkişaf etdirilməsi, yüksək rəqabət qabiliyyətinə malik olan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal olunması həm qeyri-neft sənaye sahələrinin kənd təsərrüfatı xammalına olan tələbatlarının ödənilməsinə, həm dünya bazarına bu məhsulların çıxarılmasına və ən əsası da əhalinin keyfiyyətli, ekoloji cəhətdən təmiz qida məhsullarına olan tələbatının ödənilməsinə şərait yaradır.

İntensivləşdirmənin ən əsas amili kimi elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri kənd təsərrüfatına, eləcə də fermer təsərrüfatlarının fəaliyyətinə tətbiq edilməsi kənd təsərrüfatı məhsullarının yüksək keyfiyyət və aşağı qiymətlə istehsalına zəmin yaratmaqla bərabər, sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə, həmçinin qeyri-neft sənayesində də yüksək rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalına şərait yaradacaqdır.

Kənd təsərrüfatına ayrılan kapital və investisiyalar həm elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin tətbiq ediməsinə, həm kənd təsərrüfatının maddi-texniki təminatının gücləndirilməsinə, eyni zamanda kənd təsərrüfatında istehsal proseslərinin mexanikləşdirilməsinin gücləndirilməsinə imkan yaradacaqdır.

Kənd təsərrüfatında sığorta sisteminin təkmilləşdirilməsi, dövlət tərəfindən fermerlərin, sahibkarların fəaliyyətinin stimullaşdırılması tədbirlərinin çoxaldılması zəruridir.

Kənd təsərrüfatına xarici investisiyanın cəlb edilməsi üçün sağlam rəqabət mühiti yaradılması, bu investisiyanın qorunması tədbirləri sahibkarlıq fəaliyyətində vacib mövqeni əhatə edir.

Aqrar sektorda çalışan işçilərin müvafiq istehsal sahələri üzrə lazımi məlumatlarla təlimatlandırılması, bu sahəyə ixtisaslı kadrların cəlb edilməsinin təmini məqsədəuyğundur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “Azərbaycan-2020 Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası, 39 səh.
2. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” (24 fevral 2014-cu il); 149 səh.
3. Abbasov İ.D. (2011), “Ərzaq təhlükəsizliyi və kənd təsərrüfatının prioritet istiqamətləri” (monoqrafiya), Bakı, “ Elm” -639 səh
4. Alıyev İ.H. (2006), “Milli iqtisadiyyat və aqrar sahənin inkişaf problemləri”, Bakı, “Elm” - 380 səh.
5. Alıyev İ.H., Məmmədova Ş.Ə., (2007), "Aqrar sahənin inkişafının əsas maliyyə mənbələri", Bakı, 315 səh.
6. Ataşov B.X. (2017), “Aqrar sahədə struktur və səmərəlilik problemləri: nəzəriyyə və praktika”, Bakı, “Kooperasiya” - 535 səh.
7. İbrahimov İ.H. (2016), “Aqrar sahənin iqtisadiyyatı”, Bakı, “Elm” - 653 səh.
8. Mustafayev M.H., Məmmədov N.M., (2008), “İntensivləşdirmənin kənd təsərrüfatının inkişafında rolu və onun iqtisadi problemləri”, Bakı, “Elm” - 180 səh.
9. Qarayev İ.Ş., Əhmədov M.A., Əlirzayev Ə.Q., (2010), "Aqrar sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi", Bakı, “Elm və təhsil” - 523 səh.
10. Salahov S.V. (2002), "Aqrar sferada dövlət tənzimlənməsinin konseptual əsasları və prioritetləri", Bakı, "Elm"- 480 səh.
11. Farai C., (2016) “The Regulation of Agricultural Subsidies in the World Trade Organization Framework (A developing country perspective)” Hamburg, 212 p.
12. www.cbar.az
13. www.stat.gov.az
14. www.agrolizing.gov.az

Pandemiya şəraitində makroiqtisadi sabitliyin təmin olunmasında Azərbaycan dövlətinin fiskal və monetar siyasətinin əsas xüsusiyyətləri

Musayev Pünhan

Pünhan.musayev.2015@gmail.com

Xülasə

Bəlkə də bəşər tarixində ilk dəfə hər hansı bir səhiyyə hadisəsi daha çox iqtisadi məzmunu ilə gündəmin aktual mövzusuna çevrilmişdir. Heç şübhəsiz ki, qlobal iqtisadi dəyər zəncirinə dağıdıcı zərbə vuran koronavirus pandemiyası "Böyük Depressiya" və "2008 maliyyə böhranı"ndan sonra müşayiət edilən ən irimiqyaslı tələb-təklif şoklarını özü ilə gətirdi. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, inkişaf etmiş infrastruktur və kifayət qədər maliyyə ehtiyatlarına malik ölkələr kimi zəif inkişaf etmiş və ya inkişafda olan ölkələrdə də təhlükə daha yüksəkdir. Həmçinin bu qəbildən olan ölkəmizdə də pandemiyanın təsiri ilə gözlənilən gəlirlərin azalması, pul-kredit siyasətində məhdudlaşma, məcmu tələbin daralması bir tərəfdən daxili bazarı gərginliyə məruz qoymaqla, digər tərəfdən ölkəyə xarici kapital axınının qarşısını alır. Nəzərə almaq lazımdır ki, maliyyə və iqtisadi dayanıqlığı aşağısəviyyəli olan inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə qiymətli kağızlar bazarının inkişafı, lokal kreditləşmə imkanları, dövlətin investisiya qoyuluşunda payı və siyasi sistemin sabitliyinin yüksək olduğu ölkəmiz bu cəhətdən daha aşağı risk qrupuna malik ölkələrlə eyni sıradadır. Lakin istənilən vəziyyətdə, post-pandemiya dövrü növbəti mərhələdə ölkəmizin itkiləri iqtisadi fürsətləri yenidən əldə etmək və inkişafı təmin etmək üçün "zəruri fiskal və monetar siyasətin kombinativliyi"ni həyata keçirməyi tələb edir. Təsadüfi deyil ki, hazırki məqamda Beynəlxalq Valyuta Fondu da cavab tədbirləri çərçivəsində ölkələri səhiyyə sistemlərinin gücləndirilməsi ilə yanaşı, mənfi təsirlənmiş iqtisadiyyatlarının qorunması məqsədilə fiskal və monetar siyasət yeritməyi də tələb edir.

Açar sözlər: fiskal, monetar, repo əməliyyatları, inflyasiya, devalivasiya

Giriş.

Yer üzünün bəlasına çevrilən yeni növ koronavirus sətəlcəm xəstəliyi qısa zaman ərzində əvvəl insan sağlamlığı, daha sonra dünya iqtisadiyyatını çətin vəziyyətlə üz-üzə qoymuşdur. İnfeksiya pandemiya xarakteri almaqla planetə yayılmış, dünyanın bütün ölkələrində misligörünməyən özünütədric tədbirlərinin gerçəkləşdirilməsi nəticəsində əmtəə və xidmətlər bazarında məcmu tələbin tədricən azalmasına və bunun nəticəsində istehsal, sənaye, kənd təsərrüfatı, maliyyə, xidmət, turizm və s. kimi iqtisadiyyatın aparıcı sahələri, o cümlədən idxal-ixrac əməliyyatlarında ciddi geriləmənin baş verməsinə səbəb olmuşdur. Bir sıra iqtisadçı-ekspert və analitiklərin verdikləri proqnoz və rəylərə əsasən, davam edən mənfi təsirlər fonunda böyük kapitaltutumlu şirkətlərin səhmlərinin kəskin şəkildə ucuzlaşması ilə səhm bazarlarında mövcud olan gərginlik, enerji bazarlarında hökm sürən ressesiya səbəbi ilə neftin qiymətlərində müşayiət olunan neqativ volalitlik bir çox sahələrin zərərlə fəaliyyət göstərməsinə, hətta tamamilə tənəzzül etməsinə səbəb olacaqdır. Hələ cari ilin fevral ayının ilk həftəsi Çinin "Shanghai Composite" və "Shenzhen Component" fond birjalarının müvafiq olaraq 8.07% və 8.54%, mart ayının ilk 10 günündə Səudiyyə Ərəbistanı və Rusiya arasında OPEK+ razılaşması üzrə fikir ayrılıqlarının yaranması nəticəsində 21% dəyər itirən neft qiymətləri "New-York S&P 500 index" – 7%, "Dow Jones" – 7.8%,"NASDAQ Composite" – 7.3%,"MosBirja" – 3.4%, "RTS" – 5,1%, "FTSE" – 3.5%,"Nikkei" – 2% fonunda ABŞ, Britaniya, Rusiya, Yaponiya və s. ölkələrdə birjalarını geriləməyə məruz qoydu [1].

Qeyd etdiyimiz kimi, koronavirusun təsiri ilə beynəlxalq iqtisadiyyatda baş verən geriləmələr verilmiş iqtisadi artım proqnozlarının əsaslı sürətdə azaldılmasına səbəb olmuşdur. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) açıqlamalarına görə cari ilin yekununa iqtisadi artım ötən ilə nisbətən 0.5%

az olmaqla 2.4% təşkil edəcəkdir. Beynəlxalq Maliyyə Təşkilatı isə bu göstəricinin 1%-ə qədər azalacağını qeyd edir. Ticarət və İnkişaf Agentliyi isə pandemiyanın dünya iqtisadiyyatını 1 trilyon ABŞ dollar həcmində ziyana uğruyacağını bildirir.

Həmçinin Böyük Britaniyanın "Oksfam" şirkəti 9 aprel 2020-ci il bəyanatına görə, gəlirlərin 20% azaldılması səbəbilə dünya üzrə 548 milyon insan yoxulluq təhlükəsi ilə üzləşəcəkdir ki, bu da kasıblıqla mübarizəni 30 il ləngidəcəkdir [2]. Bu barədə açıqlama verən Beynəlxalq Valyuta Fondunun rəhbəri (BVF) Kristalina Georgiyeva: "3 ay əvvəl 160 ölkədə əhalinin gəlirlərində artım proqnozlaşdırmışdıq, amma indi 170 ölkədə gəlirlərin azalmasını gözləyirik" kimi müsahibə ilə məsələyə aydınlıq gətirmişdir.

Təbidir ki, beynəlxalq səviyyədə özünəməxsus əhəmiyyətə malik olan ölkəmizin də bu təhlükədən kənarda qalmaq ehtimalı çox az idi. Həm pandemiyanın baş qaldırdığı Çinlə eyni regionda olmağımız, həm də Avropa ölkələrində sənaye əhəmiyyətli istehsalın dayanması nəticəsində enerji bazarlarında yaranan geriləmə səbəbi ilə neftə olan tələbatın azalması 2015-ci ildən sonra Azərbaycanın nail olduğu yüksək iqtisadi inkişaf dinamikasını bir qədər ləngitməyi bacardı. Həmçinin İtaliya, Türkiyə, Almaniya, ABŞ, Çin, kimi xarici ticarət partnyorlarımızda vəziyyətin kritik həddə çatması, onlayn əlaqələri nəzərə almasaq, idxal-ixrac əməliyyatlarında baş verən eniş yerli bazarlarda qıtlıq və qiymət artımının baş verməsi kimi təhlükələri meydana çıxardı.

Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat naziri Mikayıl Cabbarov məsələ ilə bağlı öz açıqlamasında yaranmış şəraitdə bir neçə amillərin makroiqtisadiyyata təsir göstərdiyini, bu təsirlərin nəticəsində qlobal iqtisadiyyat, xarici ticarət və enerji bazarlarında yaranan durğunluğun və pandemiyanın qarşısının alınması üçün reallaşdırılan məhdudlaşdırıcı tədbirlərin iqtisadi fəallığı azaltdığını qeyd etmişdir. Nazirin fikrincə bu faktorlar özünü bir sıra iqtisadi fəaliyyət sahələrində daha qabarıq göstərir [3].

Bütövlükdə milli iqtisadiyyatın 12 fəaliyyət sahəsinə ziyan vuran məlum səbəb aprel ayının 14-də Prezident İlham Əliyevin sədrliyi ilə 2020-ci ilin birinci rübünün sosial-iqtisadi yekunlarına həsr olunan videokonfrans şəklində keçirilən müşavirənin də əsas müzakirə obyekti olmuşdur. Açılış nitqində son 3 ayda da inkişafın olduğunu diqqətə çatdıran ölkə başçısı, əlavə olaraq pandemiyadan yaranan böhranı 2008-09-cu illərin maliyyə böhranı ilə müqayisə etmiş, 2020-ci ilin kəskin islahatlar ili olduğunu vurğulamışdır. Həmçinin, İlham Əliyev ilk üç ay üzrə ÜDM-də 1.1%, qeyri-neft sektorunda 3%, əhali gəlirlərində 7% artımın olmasından əlavə, inflyasiyanın 3% həddində qərarlaşmasını nəzərə çatdırmışdır [4].

Məhz bütün bu nüansları rəhbər tutan Azərbaycan Hökuməti mövcud vəziyyətdə pandemiyadan dolayı baş verən problem və çatışmazlıqların nəticələrini aradan qaldırmaq və ya ən pis halda onları yumuşaltmaq məqsədi ilə əvvəlki illərdəki kimi öz islahatçı mövqeyini sərgiləyərək, tibbi-profilaktik tədbirlərlə yanaşı, qabaqlayıcı iqtisadi tədbirlər də həyata keçirdi. Belə ki, Möhtərəm Prezidentimizin 19.03.2020-ci il tarixli "Azərbaycan Respublikasında əhalinin sağlamlığının qorunması və koronavirus infeksiyasına qarşı mübarizənin gücləndirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında" Fərmanı ilə Koronavirulsa Mübarizəyə Dəstək Fondunun yaradılması və ilk ianənin Ölkə Başçısı tərəfindən edilməsi atılacaq adımmların ilk mərhələsi kimi qiymətləndirilirdi. Bundan başqa, milli iqtisadiyyata, makroiqtisadi sabitliyə, məşğulluq məsələləri və sahibkarlıq subyektlərinə mənfi təsirin azaldılması məqsədilə İqtisadiyyat nazirliyi, Maliyyə nazirliyi, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi nazirliyi və

Mərkəzi Bank sədrinin rəhbərliyi əsasında 4 işçi qrupu yaradılmış, o cümlədən, dövlət büdcəsinin təqribən 13%-ni təşkil edən 3 milyard manat maliyyə tutumlu 9 proqram hazırlanmışdır. Azərbaycanın sosialyönümlü dövlət olması, daim xalqın mənafeyini hər şeydən üstün tutmasından irəli gələrək onu deyə bilərik ki, belə vəziyyətdə bütün tədbir və proqramların son hədəfi insanların sağlamlığı və həyat şəraitinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilmişdir. Fəaliyyəti dayandırılan sahələrdə müqavilə ilə işləyənlərin əməkhaqqlarının 50%-nin ödənilməsi, işsiz kimi qeydiyyata alınan vətəndaşlara 2 ay ərzində hər ay üçün birdəfəlik 190 manatlıq ödənişin edilməsi, başlanğıc üçün **50,0** min yeni ictimai iş yerlərinin açılması, sosial baxımdan həssas əhali qrupuna aid edilən ailələrin üzvi olan tələbələrin təhsilhaqqının dövlət tərəfindən ödənilməsi, ünvanlı sosial yardım əldə edən şəxslərin yardım almaq möhlətinin 2 ayadək uzadılması, əhalinin aztəminatlı təbəqəsi və yaşı 65-dən yuxarı insanlara ərzaq yardımının edilməsi və s. böhran təhlükəsində belə dövlətimizin vətəndaşlarına qarşı diqqət və qayğısının bariz nümunəsidir.

Ümumilikdə genişmiqyaslı tənzimləmə tədbirlərinə aşağıdakılar aiddir:

1. Zərərçəkmiş iqtisadi fəaliyyət sahələri və bu sahələrdə fəaliyyət göstərən hüquqi şəxslər və sahibkarlıq fəaliyyətini hüquqi şəxs yaratmadan həyata keçirən fiziki şəxslərə dəstəyin göstərilməsi və muzdlu işçilərin sosial müdafiəsi. Bu tədbirlər çərçivəsində həmin sahibkarlara vergi güzəştləri və tətillərinin verilməsi, onların sosial sığorta haqqları üzrə yüklərinin yüngülləşdirilməsi, sahibkarların muzdlu işçilərinə ödədikləri əmək haqqının bir hissəsinin dövlətin ayırdığı vəsait hesabına ödənilməsi, mikrosahibkarlara birbaşa maliyyə dəstəyinin göstərilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Cari ilin aprel ayının 8-dən etibarən sahibkarlıq subyektlərinə dəyən mənfi təsirlərin yumuşaldıması və ya tamamilə aradan qaldırılması məqsədilə zərər çəkmiş sahibkarlar və onların muzdlu işçilərinin müraciət etmələrini asanlaşdıran proqram təminatı istifadəyə verilmişdir. İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dövlət Vergi Xidmətinin 23 aprel tarixindəki açıqlamasında bu proqramdan həmin ana qədər 200 mindən çox şəxsin yararlandığını qeydə alınmışdır. Muzdlu işçilərin əməkhaqqının müəyyən hissəsinin ödənilməsi çərçivəsində isə 151198 işçini əhatə edən 15385 sahibkarın müraciəti araşdırılaraq təsdiqlənmiş və ayrılacaq maliyyə vəsaitinin bank hesablarına köçürülməsi üçün Maliyyə Nazirliyinə təqdim edilmişdir [5]. İlkin mərhələdə 300 min fərdi və mikrosahibkara iş yerlərinin itirilməməsi məqsədi ilə 80 milyon manat, muzdlu işçinin əməkhaqqının müəyyən hissəsinin ödənilməsi üçün 215 milyon manat vəsaitin ayrılması nəzərdə tutulmuşdur. 25.04.2020-ci il tarixində İqtisadiyyat naziri Mikayıl Cabbarov Nazirlər Kabineti yanında Operativ Qərargahın brifinqində hazırki dövrə qədər 21432 vergi ödəyicisinə 37 milyon 93 min 300 manat ödəniş edildiyini vurğuladı. Həmçinin koronavirus pandemiyasının davam etdiyi dövrdə sahibkarlıq subyektlərinə məşğulluq məsələlərinə həsass yanaşmaları, mövcud şəraitdə işçilərin ixtisar edilməsi və əməkhaqlarının azaldılmaması barədə ciddi xəbərdarlıq edilmiş, işçi saylarının nəzarətdə saxlanılacağı və işçilərin hüquqlarının pozulmasına yol verəcək halların müşahidə ediləcəyi təqdirdə müvafiq tədbirlərin görüləcəyi bildirilmişdir. Ümumilikdə**,** dövlət sektoru üzrə 910000, özəl sektor üzrə 719000 olmaqla bütövlükdə 1 milyon 629000 işçinin məşğulluğu əməkhaqqı saxlanılmaqla təmin edilmişdir.

2. Əhalinin aztəminatlı hissəsinin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi. Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi nazirliyinin verdiyi məlumata əsasən, aprel ayının 9-dan 24-nə qədər tarixdə 350 min işsiz şəxs üçün birdəfəlik ödəmə həyata keçirilmişdir ki, bu da ümumilikdə 66.5 milyon manat vəsait təşkil etmişdir [6]. May ayından etibarən isə Prezidentin göstərişi ilə birdəfəlik ödəmənin şamil edildiyi

vətəndaşların sayı 600 minə çatdırılacaq və bu ödənişlərin həyata keçirilməsi bank kartları yolu ilə həyata keçiriləcəkdir. Ölkə əhalisinin həssas qruplarına edilən sosial dəstək aksiyalarına təkcə dövlət deyil, özəl sektor və siravi vətəndaşlar da əlavə edildilər. Belə ki, "Heydər Əliyev Fondu", "YAP", "Təhsil Nazirliyi", "Regional İnkişaf" İctimai Birliyi, "Kontakt Home" mağazalar şəbəkəsi, "İsveç-Azərbaycan birliyi", "Nargis" fondu, "Bank Respublika", "Nar mobile" mobil operatoru və s. kimi qurumlar, o cümlədən ayrı-ayrı şəhər və rayon İcra Hakimiyyəti orqanları ölkə və ölkədən kənarda yaşayan aztəminatlı ailələrə və yaşlı insanlara ərzaq yardımı göstərmişlər. Eləcə də Ölkə Başçısının tapşırığına əsasən ödənişli iş yerləri sayının 37000-dən 90000-ə çatdırılması yönündə də ciddi tədbirlər həyata keçirilir. İki ay ərzində haqqı ödənilən ictimai işlər üçün dövlət büdcəsindən 30 milyon manat vəsait ayrılmışdır. Belə ki, 22.04.2020-ci il tarixinə olan son məlumata görə belə iş yerləri sayı artıq 51000 olmuşdur. Qeyd edək ki, əmək qabiliyyətli işsiz statusuna malik şəxslərin belə işlərə cəlb olunması əmək müqaviləsinin bağlanılması ilə elektron sistemdə qeydiyyatdan keçirilməklə rəsmiləşdirilir [7]. 24.04.2020-ci il tarixində isə İkinci Dünya Müharibəsinin 75-ci ildönümü ilə əlaqədar olaraq müharibədə iştirak edən şəxslərə 1500 manat, həlak olmuş və sonradan vəfat etmiş döyüşçülərin dul arvadları, o cümlədən arxa cəbədə fədakarlığına görə medal və ordenlə təltif edilmiş şəxslərə 750 manat birdəfəlik ödəmə üçün Prezident İlham Əliyev müvafiq Sərəncam imzalayıb. Ümumilikdə 7600 nəfərə şamil olunan tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün Azərbaycan Respublikası 2020-ci il dövlət büdcəsində nəzərdə tutulmuş Azərbaycan Respublikası Prezidentinin ehtiyat fondundan 5.9 milyon manat vəsait ayrılacaqdır. [8]

3. Bank sektoru, inflyasiya sabitliyi və manatın məzənnəsinin dəstəklənməsinə dəstəyin göstərilməsi. Tədbirlər planına həmçinin makroiqtisadi səviyyədə monetar mühitin qorunub saxlanılması və pul-kredit siyasəti üzrə fəaliyyətin davam etdirilməsi də daxildir. Pandemiya və qlobal enerji bazarlarında baş verən dalğalanmalar nəticəsində iqtisadi fəallığın zəifləməsi, biznes və ev təsərrüfatı gəlirlərinin azalması və ödəniş qabiliyyətinin aşağı düşməsi kredit-bank sektorunun da maliyyə dayanıqlığına mənfi təsir göstərməkdədir. Buna görə də, pandemiya ilə əlaqədar tətbiq edilən karantin rejimindən birbaşa təsirlənən sahələr üzrə fəaliyyət göstərən sahibkar və fiziki şəxslərə ipoteka kreditləri üzrə müvəqqəti requlyativ güzəştlərin qəbul edilməsi zərurəti meydana gəlmişdir. Tədbirlər müəyyən edildikdə maliyyə sahəsi üzrə beynəlxalq institutlar və agentliklərin tövsiyyələri də nəzərə alınmışdır. Bankların maliyyə yükünün azaldılması, kreditləşmə imkanlarının genişləndirilməsi və dayanıqlığının qorunması məqsədilə 01.04.2020-ci il tarixinə kimi verilmiş ipoteka kreditləri üzrə risk əmsalının 100%-dən 50%-dək endirilməsi; 30.09.2020-ci il tarixinə qədər kredit təşkilatlarında inspeksiyaların tələb olunan hallar istisna olmaqla təxirə salınması, 2019-cu il üzrə dvidend ödənişlərinin təxirə salınması və aralıq dvidendlərin ödənilməməsinin tövsiyə edilməsi, 01.01.2021-ci il tarixinə qədər verilmiş ipoteka kreditləri üzrə risk əmsalının 100%-dən 50%-dək endirilməsi, məcmu kapitalın adekvatlıq əmsalının artırılması üzrə sistem əhəmiyyətli banklar üzrə 12%-dən 11%-ə, digər banklar üzrə 10%-dən 9%-ə azaldılması, kapital buferinin 0.5%-dən 0%-ə endirilməsi, istehlak kreditləri üzrə əlavə kapital tələblərinin təxirə salınması, əməliyyat risklərinin nəzərə alınmaması; 30.09.2020-ci il tarixinə qədər banklararası ödəniş sistemlərində banklardan tutulan xidmət haqqlarının 50%-dək azaldılması,müştərilərə göstərilən ödəniş xidmətləri üzrə tariflərin analoji qaydada endirilməsinin tövsiyə edilməsi, sahibkarlıq subyektlərinin ödəniş kartları ilə ödənişlərinin qəbulu üzrə xərclərin azaldılması məqsədilə ekvayer tariflərin 50%-dək azaldılmasının tövsiyə edilməsi; 30.09.2020-ci il tarixinə qədər investisiya şirkətləri və fond birjaları tərəfindən illik audit olunan

maliyyə hesabatlarının Mərkəzi Banka təqdim olunması və ictimaiyyətə açıqlanmasının, eləcə də qiymətli kağızlar bazarında lisenziyalaşdırlan şirkət və birjaların fəaliyyətinin yoxlanılmasının təxirə salınması, qiymətli kağızları kütləvi təklif edilən və tənzimlənən bazarda ticarətə buraxılan qurumlar tərəfindən ictimaiyyətə bəyan olunan illik və yarımillik hesabatların açıqlanmasının bir ay müddətə uzadılması; 01.04.2020-ci il tarixindən 01.01.2021-ci ilə qədər Bakı Fond Birjasında (BFB) listinqə daxil edilən korporativ istiqrazlar üzrə tariflərin ləğvi, qiymətli kağızların kütləvi təklifi yolu ilə fond birjasında yerləşdirilməsi zamanı BFB tərəfindən tələb edilən sənədlər dairəsinin minimumlaşdırılması, 30.09.2020-ci il tarixinə qədər Mərkəzi Bank notları, ipoteka istiqrazları və fond birjasında dövlət istiqrazları ilə bağlanan təkrar bazar sövdləşmələri üzrə hesablaşmalarının "T+1" rejimindən "T+0" rejiminə keçirilməsi, fond birjasında səhm və istiqrazların təkrar bazarda bağlanan əqidlər, habelə repo əməliyyatların qeydiyyatı üzrə Milli Depozit Mərkəzinə ödənilən tariflərin ləğv edilməsi [9].

2020 və növbəti illər üçün də starteji məqsədləri hədəfləyən Mərkəzi Bank özünün monetar siyasətini xarici və daxili iqtisadi meyillər üzrə makroiqtisadi proqnozları nəzərə alaraq yerinə yetirməyi başlıca vəzifə kimi müəyyən etmişdi. Proqnoza əsasən, bu dövr ölkədə yeni iqtisadi inkişaf modelinə keçid baxımından əlverişli fürsət hesab olunurdu ki, qiymət və maliyyə sektorunun sabitliyinin qorunması və inkişafı makroiqtisadi siyasətin mühüm prioritetlərindən idi. Əgər ilin əvvəli cari dövr üçün inflyasiya səviyyəsi 4.6% nəzərdə tutulurdusa, pandemiyanın mənfi təsirləri meydana çıxdıqdan sonra göstərici təkrəqəmli inflyasiya səviyyəsinin qorunması məqsədi ilə 3.7% proqnozlaşdırılırdı. İlin ilk yarısına qədər isə bu göstərici 2.5% səviyyəsinə bərabər olmuşdur. 2020-ci ildə də aşağı səviyyəli inflyasiyanın vacib şərtlərindən biri kimi manatın məzənnəsinin dinamikası göstərir ki, bunun da məntiqli nəticəsi kimi 2015-ci ildə iki dəfə olmaqla məqsədli şəkildə ucuzlaşdırlan milli valyutamız son 3 ildə olduğu kimi cari dövrdə də dollara qarşı 1.7000 səviyyəsində saxlanılmışdır. Həmçinin 2020-ci ilin birinci rübünün sosial-iqtisadi yekunlarına həsr olunan videokonfrans şəklində keçirilən müşavirə zamanı ölkə başçısı cari ilin əvvəlində devalivasiya ilə əlaqədar yaranan süni ajiotaja münasibət bildirməklə**,** çıxışında, qarşıdakı dövrdə də makroiqtisadi sabitliyin qorunacağına əminliyini qeyd etmiş, həmçinin əhaliyə manatın məzənnəsi ilə bağlı yaranan panikaya inanmamaq çağırışı etmişdir. Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin açıqlamasına əsasən, 2020-ci ilin ilk üç ayı ərzində ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə xarici ticarət əməliyyatları 776.392.000 dollar azalmaqla 6.843.734.000 dollar olmuşdur. Tədiyə balansında 1.569.795.000 dollar müsbət saldo, xarici ticarət dövriyyəsində azalma da idxalın ixracı üstələməsi və ixracın 61.47% paya malik olması, xam neft satışından gəlirin ötən ilin eyni dövrünə nisbətən cəmi 11.650.000 dollar (0.3%) azalması, qeyri-neft məhsulları ixracının 3.3% artması qarşıdakı dövrdə də, möhtərəm prezidentimizin vurğuladığı kimi, dövrün sonuna qədər manatın sabitliyinə əsas verir [10].

4. Makroiqtisadi sabitliyin qorunub saxlanması üçün əlavə tədbirlərin həyata keçirilməsi. Təxminən 2 aya qədər zaman müddətində həm makro, həm də mikrosəviyyədə müəyyən məhdudiyyətlərin qoyulması nəticəsində ölkə iqtisadiyyatında baş verən durğunluq çox ciddi problemlərin meydana çıxmasına zəmin yaratdı. Pandemiya dalğasının qismən yumuşalması və bir sıra ölkələrdə tətbiq olunan məhdudiyyətlərin azaldılması ölkəmisdə də bu istiqamət üzrə addımların atılmasının vacibliyini göstərdi. 24 aprel 2020-ci il tarixində Nazirlər Kabineti yanında Operativ Qərargah COVİD-19 virusu ilə əlaqədar cari sanitar-epidemioloji şərait, xüsusən xəstəliyin yayılma dinamikası və coğrafiyası, karantin zonalarındakı şəxslərin sıxlığı, onlar arasında yoluxma halları

analiz etmiş və 27 aprel 2020-ci il tarixindən etibarən məhdudiyyətlərin bir qisminin yumuşaldılmasına qərar verilmişdir. Bununla əlaqədar Nazirlər Kabineti yanında Operativ Qərargahın brifinqində açıqlama verən İqtisadiyyat naziri Mikayıl Cabbarov hər gün milli iqtisadiyyatın 120-150 milyon manat itkiyə məruz qalmasını qeyd etmiş, bu baxımdan dövlətin lazımi qabaqlayıcı tədbirlərindən əlavə biznes subyektlərinin də yeni iqtisadi şəraitə uyğun olmasının vacibliyini vurğulamışdır. Əvvəlcə Prezident İlham Əliyevin "Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının və bundan irəli gələrək dünya enerji və səhm bazarlarında baş verən kəskin dalğalanmaların Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatına, makroiqtisadi sabitliyə, ölkədə məşğulluq məsələlərinə və sahibkarlıq subyektlərinə mənfi təsirinin azaldılması ilə bağlı bir sıra tədbirlər haqqında" 2020-ci 19 mart tarixli Sərəncamı müstəsna əhəmiyyət kəsb etdiyini söyləyən nazir daha sonra öz çıxışına "27 apreldən etibarən xüsusi rejimli karatin şəraitində məhdudiyyətlərin bir hissəsinin yumşaldılacağı dövrdə hər bir sahibkar başa düşməlidir ki, pandemiya uzunmüddət davam edə bilər və bu müddət insanların davranışından daha çox asılıdır. Həlledici amil isə, fərdi gigiyena və sosial məsafənin qorunmasıdır. Sahibkarlar iqtisadiyyatın aidiyyəti sektoru üçün səciyyəvi olan sanitar-gigiyena qaydalarına ciddi əməl olunmasını təmin etməlidir. Yeni iqtisadi şərait özünəməxsus davranış qaydaları tələb edir. Biznesin davamlı fəaliyyəti və gəlirlərin stabilliyi də məhz yeni iqtisadi həyat tərzinə uyğunlaşmadan asılı olacaq. Bu qaydalara əməl edilmədikdə isə, yenidən ciddi karantin şərtlərinin tətbiqi qaçınılmaz olacaqdır. Bu da öz növbəsində, sahibkarların yenidən iqtisadi itkilərlə üzləşməsi, külli miqdarda maddi zərər və ya müflisləşmə ilə nəticələnə bilər" fikirlərini əlavə etmişdir.

Nəticə.

Təhlillərdən də göründüyü kimi, dünyanın müxtəlif ölkələrində olduğu kimi ölkəmizdə də anti-böhran tədbirləri lokal xüsusiyyətlərə uyğun olaraq formalaşdırılmışdır. Respublikamızda yeni tibb müəssisələrinin açılması və səhiyyə işçilərinin əməkhaqlarının əsaslı şəkildə artırılması ilə yanaşı eyni zamanda anti-böhran proqramının geniş spektrləri əhatə etməsi, demək olar, bütün zərər çəkmiş iqtisadi sahələrin nəzərə alınması, humanistik və sosialoji prinsipləri özündə cəmləşdirməsi, yardım paketinin dövlət büdcəsi və ÜDM-də xüsusi paya malik olması s. xarakteristikasına görə mütəxəsislər tərəfindən kifayət qədər yüksəksəviyyədə qiymətləndirilir. Beləliklə, dünyanın nüfuzlu maliyyə institutları və iqtisadi agentliklərinin təhlillərinə əsasən, 2020-ci ildə qlobal iqtisadiyyat tam olaraq özünün "dib" nöqtəsinə enəcəkdir. Bunun məntiqli nəticəsi kimi ölkəmizin iqtisadiyyatının da baş verə biləcək təhlükəyə məruz qalmamaq ehtimalı çox aşağıdır. Lakin klassik iqtisadi qanunauyğuluqlara müvafiq olaraq, növbəti dövrdə də dünya iqtisadiyyatı "mülayim iqtisadi artım"ın baş verməsi milli iqtisadiyatımızın da canlanmasına təkan verəcəkdir. Həmçinin beynəlxalq institutların da növbəti ildə həm dünya, həm də Azərbaycan iqtisadiyyatı ilə bağlı proqnozları, o cümlədən ölkənin səlahiyyətli orqanlarının atdıqları addımlar və qəbul etdiyi dəstək proqramları da gələcəyə nikbin baxmağa ciddi əsas yaradan amillərdəndir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. https://finance.yahoo.com/
2. https://www.euronews.com/2020/04/09/coronavirus-half-a-billion-people-could-be-pushed-into-poverty-says-un-study
3. https://az.trend.az/azerbaijan/gundem/3212880.html

4. https://president.az/articles/36526
5. https://www.taxes.gov.az/az/post/1038
6. http://sosial.gov.az/post/3389?fbclid=IwAR1QwGlAmyjFlv0A2S_fxBxTVOfzEhsr-p_K6Y0Dvu-_0FzEm4UUDi_ESdM
7. http://sosial.gov.az/post/3382
8. http://sosial.gov.az/post/3391
9. https://uploads.cbar.az/press-releases/4abaa71e03055090a17e75d89.pdf?fbclid=IwAR1h4f2reX5u7f5zEjqq3N3d8FfyEKRKiiJ0TRhbnACBiPs26QfrTYg4kkA
10. https://customs.gov.az/modules/pdf/pdffolder/93/FILE_5FE089-E2E00E-65D664-56995E-93FE7B-21EF4A.pdf

Azərbaycanin Dünya Valyuta Sistemində Mövqeyinin Qiymətləndirilməsi

Araz Abasov

arazabasov@list.ru

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan üzrə pul bazarının təşkili problemlərini analiz etmək, maliyyə bazarında hökumət və korporativ qiymətli kağızlar dövriyyəsi, sığorta və pul bazarlarının innovativ şəraitinin dəyərləndirilməsi və tənzimlənməsi problemlərini tədqiq etmək təməlində elmi aspektdən təmələndiriliiş dəqiq nəticə və təkliflər tərtib etməyi ehtiva edir. Qarşıya qoyulmuş hədəfə çatmaq üzrə pul sisteminin məzmunu və payı barəsində nəzəri baxışları araşdırmaq, pul sisteminin təşkilinin hüquqi təməlləri və mərhələlərini analiz etmək, maliyyə bazarında hökumət və korporativ qiymətli kağızlar dövriyyəsini analiz etmək, pul bazarının tənzimlənməsi problemlərini analiz etmək, maliyyə bazarının hökumət tənzimlənməsinin və qanunvericilik əsasının təkmilləşdirilməsi yönlərini öyrənmək, pul sisteminin beynəlxalq münasibətlərin gücləndirilməsində önəminin təməlinin təşkili qismində vəzifələr müəyyən edilmişdir.

Dünya ölkələrinin təcrübələrinə əsaslanaraq, bazar iqtisadiyyatına malik dövlətlərdə beynəlxalq valyuta münasibətlərinin bir-birini tamamlayan bazar və dövlət tərəfindən tənzimlənməsi həyata keçirilir. 1-ci rəqabətə əsaslanaraq inkişafa stimul yaradır, 2- ci isə bazar tənzimlənməsinin mənfi nəticələrinin aradan qaldırılmasına yönəlmişdir. Bu 2 tənzimləyici arasındakı sərhəd konkret vəziyyətlərdə fayda və gəlir baxımından müəyyən olunur. Ona görə də onlar arasındaki nisbət durmadan dəyişir..

Ölkənin valyuta siyasətinin iqtisadi təbiəti tarixi - təkamül baxımından təhlilə məruz qaldığı üçün növbənöv sıralanmalar, yəni onu valyuta məhdudiyyətləri, valyuta əməliyyatlarının liberallaşdırılması, valyuta tənəzzüllərinin qarşısının alınması və valyuta dayanıqlığının təmin edilməsi kimi prioritet və konkret məqsədlərin qoyuluşunda öz imkanını tapır. Milli valyuta strategiyasının formalaşmasında valyuta siyasətinin aktual əhəmiyyət kəsb etməsi, onun valyuta böhranlarının qarşısının alınmasında mühüm rol oynaması ilə də səciyyələnir.

Açar sözləri: valyuta sistemi, pul, tədiyyə balansı, beynəlxalq, bazar, maliyyə

Giriş

Son dövrlərdə ölkəmizdə maliyyə bazarının bütöv subyektləri tərəqqi etməkdədir. Ölkənin bank bölməsində, qiymətli kağızlar birjasında, sığorta bölməsində və s. tərəqqi meylləri baş verir. Bununla birgə, həm sahibkarlıq prosesinin tərəqqi həddsi maliyyə bazarlarının tərəqqisini, həm də maliyyə bazarlarının tərəqqi həddsi sahibkarlıq prosesinin tərəqqisini lazımi həddə təmin etmir.

Hal-hazırda dünya ölkələri arası xarici iqtisadi münasibətlərin artması ilə əlaqəli olaraq beynəlxalq pul münasibətləri də genişlənir. Ölkələr arası pul əlaqələri dünya təsərrüfat sistemi kontekstində, beynəlxalq xidmətlərin, məhsul və kapitalın mübadiləsi təməlində formalaşır.Valyuta münasibətləri nisbi müstəqilliyə malik olub, tədiyə balansı, valyuta kursu, kredit və əməliyyatlar üzrə hesablaşmalar vasitəsilə təmin edilir. Valyuta münasibətləri ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadi inkişaf səviyyələrinin və onlar arasındakı iqtisadi münasibətlərə adekvat olaraq təkmilləşir.

Dünya təcrübəsinə əsasən, bazar iqtisadiyyatı şəraitində beynəlxalq valyuta münasibətlərinin bir-birini tamamlayan bazar və dövlət tərəfindən tənzimlənməsi həyata keçirilir. Birinci rəqabətə əsaslanaraq inkişafa stimul yaradır, ikinci isə bazar tənzimlənməsinin mənfi nəticələrinin dəf edilməsinə istiqamətlənmişdir. Bu iki tənzimləyici arasındakı sərhəd konkret vəziyyətlərdə fayda və gəlir baxımından müəyyən olunur. Ona görə də onlar arasındaki nisbət tez-tez dəyişir. Böhran sarsıntıları, müharibə və müharibədən sonrakı dağıntılar zamanı dövlət valyuta tənzimlənməsinə üstünlük verilir,

bəzən bu üsul çox sərt şəkildə həyata keçirilir. Valyuta-iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşdırılması zamanı valyuta əməliyyatlarının liberalizasiyası baş verir, bu sahədə bazar rəqabəti gücləndirilir.

Metod

Tədqiqat prosesində bir neçə metodlardan istifadə olunacaqdır. Belə ki, müqayisəli və sistem təhlil, statistik təhlil, sintez, müşahidə, ümumiləşdirmə və formalaşdırma metodlarından istifadə olunmağı nəzərdə tutulur. Bunlardan ilki təhlil metodudur. Başqa bir metod müqayisəli üsuldur. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir üsuldan istifadə olunacaqdır. Başqa bir metod sintez metodudur. Sintez daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. Digər bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Azərbaycanın Dünya Valyuta Sistemində Yeri

Dünya ölkələri arası xarici iqtisadi münasibətlərin daima artması və təkmilləşməsi beynəlxalq pul əlaqələrinə daha çox bağlıdır. Beynəlxalq pul əlaqələri dünya ölkələri arası qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərə xidmət edən dünya valyutasının fəaliyyəti ilə əlaqəli olan iqtisadi əlaqələrdir. Ölkələr arası fərqli yönlərdə xarici iqtisadi münasibətlər genişləndikcə beynəlxalq pul əlaqələri də daim tərəqqi edir.

Valyuta (italyancadan - “Valuta”, “dəyər”, “qiymət”) mənasını daşıyır. Pul hər bir hökumətin valyuta nişanıdır və qanunvericilik əsasında müəyyən olunur. Misal üçün, ABŞ-da dollar, İngiltərədə funt-sterlinq, Yaponiyada yen, Azərbaycanda manat və sair. Hər bir ölkənin özünəxas olan milli valyuta sistemi vardır və onun bir hissəsini pul ehtiyatları təşkil edir və beynəlmiləl ödəmə vasitəsi qismində çıxış edir.

Dünya dövlətlərinin milli pulları beynəlxalq pul mübadiləsində iştirakına əsasən bir-birindən ayrılır. Milli pul bazarında bir ölkənin pulunun digər ölkənin puluna dəyişdirilməsi və yaxud alınıb satılmasına əsasən pullar üç növə ayrılır.

1) tam çevrilən (müstəqil çevrilmə qabiliyyəti olan);

2) qismən çevrilən;

3) çevrilməyən (konvertasiya qabiliyyəti olmayan).

Dünyada müəyyən ölkələr mövcuddur ki, onların pulları tam konvertasiya qabiliyyətinə sahibdir. Belə pulları müstəqil olaraq istənilən ölkənin puluna dəyişdirmək olar. Bu produr pulun konvertləşdiridlməsi adlanır.İnnovativ mühitdə BVF-nin iştirakçısı olan 180 dövlətdən 60- nın pulu tam çevrilə bilən puldur. Bunlara: ABŞ dollarını, Aİ ölkələrinin avrosunu, İngilis funt-sterlinqini, Alman markasını missal çəkmək mümkündür.

Qismən çevrilən pullara valyuta qanunlarına istinadən ancaq müəyyən bölmələrdə dəyişdirilməsinə icazə verilən pullar aiddir. Dünyanın bəzi ölkələrinin pulları çevrilmə qabiliyyəti olmayan pullar hesab edilir.

Dünya pul sistemi birdən-birə yaranmamışdır. Belə ki, qlobal təsərrüfat sisteminin təkamülü ilə təşkili beynəlxalq pul sisteminin yaranmasına səbəbiyyət vermişdir.

Dünya pul sistemi dünya bazarının tərəqqisi nəticəsində öz məqsədini genişləndirmiş və hökumətlərarası razılaşma təməlində tənzimlənir (Şəkərəliyev, 2011: 186).

Dünya pul sistemi öz tərəqqisində bir neçə mərhələlərdə keçmişdir. Bu mərhələlərin hərəsinin özünəxas xüsusiyyətləri vardır. Ancaq onlardan heç biri ardıcıl formada başqasına keçməmiş və varislik anlayışı olmamışdır. İqtisadi ədəbiyyatlarda pul sisteminin tərəqqisini 4 mərhələyə ayırırlar:

1. Paris pul sistemi (1816-1914-cü illə intervalını əhatəliyir) - Pul sisteminin təkamülü məhsul istehsalı və qlobal bazarın tərəqqisindən asılıdır. Təşkilati-hüquqi aspektdən kredit əlaqələrinin beynelmiləlləşməsi istehsalın beynəlmiləlləşməsini qabaqlamaqdadır.

Birinci dünya pul sistemi sənaye inqilabının ardıyca kortəbii olaraq formalaşmışdır. Huquqi aspektdən o hökumətlərarası Paris konfransının (1867-ci il) sazişində ifadə edilmişdir. Bu konfransda qızıl dünya valyutasının yeganə forması qismində qəbul olunmuşdur. Qızıl valyuta standartı dövründə valyuta tədavülü avtomatik baş verməkdə idi.

Birinci dünya müharibəsi bittikdən sonra, qızıl monometallizminin yarım formaları olan qızıl külçə və qızıl deviz standartları tətbiq olunurdu.

Qızıl külçə standartı vaxtı banknotlar qızıl külçələrə çevrilirdi. Bu standart ən əsas Böyük Britaniya və Fransada tətbiq olunurdu.

2. Genuya pul sistemi (1922-1944-cü illəri əhatə etmişdir) - Birinci dünya müharibəsi mövcud qızıl standartı sisteminə möhkəm zərbə endirdi və Genuya valyuta sisteminin yaranmasına səbəb oldu. Buna təməl ABŞ, Fransa və Böyük Britaniyanın himayəsiylə 1922-ci il Genuyada (İtaliya) təşkil olunan Beynəlxalq konfransın qərarıyla qoyuldu .İqtisadi-maliyyə məsələləri üçün keçirilən bu konfransda qeyd edilmişdi ki, kapitalist ölkələrinin qızıl resursu xarici ticarət və başqa əməliyyatlar üçün hesablaşmaların nizama salınması üzrə yetərli deyil. Konfransda qızıl və funt sterlinqdən əlavə, beynəlxalq hesablaşmalarda ABŞ dollarından da istifadə edilməsi tövsiyə edildi. Beynəlxalq ödəmə vasitəsi rolunu reallaşdırmaq üzrə təklif edilmiş hər iki pul deviz adını aldılar.

29-33-cü illər böhranı ilə əlaqəli kağız valyutalar kəskin şəkildə dəyərdən düşməyə başlamışdı. Yarımçıq da olsa qızıl standartına geri dönmə cəhdləri qəti şəkildə iflasa uğradı- bütöv ölkələrin yerli dövriyyəsində qızıl standartı aradan qaldırıldı. 29-33-cü il böhranı bu sistemi tamamən dağıtdı.

3. Bretton - Vuds pul sistemi (1944-1976-cı illər intervalı) - 1944-cü ildə BPS (Beynəlxalq Pul Sistemi)-nin təkamülündə təzə bir mərhələ başlanmışdır. 1944-cü ilin iyulunda Amerikanın Bretton-Vuds şəhərindəki konfransda yeni beynəlxalq pul sistemi ərsəyə gətirildi. Bu sistem qızıl və iki deviz-funt sterlinq və ABŞ dolların təməlli idi. Axırıncılara başlıca rol ayrıldığına görə bu sistem qızıl pul standartı adlandırılmışdı. Bu sistemin mahiyyəti onun müəyyən olunmuş pul məzənnəsi təməlli system olması idi.

Beləliklə, Bretton-Vuds pul sistemi dolları imtiyazlı şəraitdə qoydu və bu ABŞ-a iqtisadi-siyasi üstünlük verdi. Demək olar, xarici ticarət hesablaşmaları monopolist qaydada dollarla ifadə edilirdi. ABŞ tədiyyə balansının defsitini özünün milli pulu ilə bağlaya bilərdi. Beləliklə də, göründüyü üzrə, Bretton-Vuds pul sistemi dünya təsərrüfatının tələblərinə müvafiq deyildir. İyirminci əsrin 60-cı

illərinin sonu 70-ci illərin öncələrində dünya iqtisadi sistemində təzə krizis baş tuttu.1971-ci ildə BVF pul kurslarının paritetdən kənarlaşma dərəcəsini +/-2%-ə artırdı. Bir il sonra qəti müəyyən edilmiş kurs sistemi müflis oldu.

4. Yamayka pul sistemi (1976-1978- ci ildən indiyədək) - 1970-ci illərin ilk yarısı ərzində dünyanın qabacıl dövlətləri, həmçinin beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının başçıları 1944-cü ildə ərsəyə gətirilmiş pul sisteminə alternativ pul sisteminin təşkil edilməsi barədə düşünməyə başladılar. Bu təməl onunla əlaqəli idi ki, Bretton-Vuds pul sistemi qlobal iqtisadiyyat və maliyyəsinin həddən artıq beynəmiləşməsi və onların qloballaşması prosedurunun geniş şəkildə başlaması ilə əlaqəli olaraq meydana çıxmış yeni mühitdə "işləyə" bilmirdi. Bu məsələ isə öz həllini BVF konseptində 1976-cı ildə Yamaykanın Kinqston əyalətində 20 ölkənin dövlət nümayəndələrinin iştirakıyla keçirilən konfransda tapdı. Dünya pul sisteminin tərəqqisinin innovativ dövrü məhz Yamayka konfransıyla başlandı. Konfransda dünya pul sisteminin islahat üsulu ilə dəyişdirilməsi haqda razılaşma əldə olundu. Konfrans iştirakçıları Yamayka razılaşmasını qəbul elədilər və bu müqaviləni hüquqi aspektdən BVF-nin nizamnaməsinə "əlavə" qismində sənədləşdirilməklə,78- ci ilin yanvar ayında qüvvəyə mindirildi. Bu vaxtdan Yamayka pul sistemi adını götürmüş sistemin prinsipləri fəaliyyətə başladı

Valyuta sistemi təsərrüfat həyatının beynəlmiləlləşməsi və dünya bazarının inkişafı əsasında formalaşmış, beynəlxalq müqavilə və dövlət-hüquqi normalarında əks olunmuş pul-kredit münasibətlərinin məcmusudur. Pul sistemini iki aspektdən nəzərdən keçirmək olar: ilki, o, obyektiv həqiqət olub, ölkələr arası iqtisadi münasibətlərin intensivləşməsi nəticəsində meydana gəlir, ikincisi, bu obyektiv həqiqət dərk edilərək hüquqi normalarda və beynəlxalq sazişlərdə əks edilir. Məhz bu mənada hədəfyönlü fəaliyyət qismində pul sisteminin ərsəyə gətirilməsindən danışmaq olar. Beləliklə, pul sistemini pulun fəaliyyəti və onun təşkil edilməsinin formaları ilə əlaqəli iqtisadi əlaqələr toplusu qismində müəyyən etmək olar.

Təsərrufat əlaqələrinin beynəlmiləlləşməsi artdıqca milli, regional və dünya valyuta sistemləri formalaşır. İlkin olaraq milli valyuta sistemi yaranmışdır. Bu, tarixən formalaşmış və milli qanunvericilikdə öz əksini tapmış ölkənin valyuta münasibətlərinin təşkili formasıdır. Milli valyuta sistemi ölkənin valyuta qanunvericiliyi ilə müəyyən olunur. Milli valyuta sistemi daxili pul sisteminin tərkib hissəsidir və onun xarakterik xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur. Lakin eyni zamanda, milli valyuta sistemi nisbətən müstəqildir və milli çərçivələrdən kənara çıxır. Onun əsas xüsusiyyətləri inkişafın səviyyəsi, ölkənin iqtisadiyyatı və xarici iqtisadi əlaqələrinin vəziyyəti ilə müəyyən olunur.

Milli valyuta sistemi dünya valyuta sistemi ilə ayrılmaz əlaqələrə malikdir. Dünya valyuta sistemi dünya təsərrüfatı çərcivəsində valyuta münasibətlərinin təşkilinin qlobal formasıdır. Bu forma çoxtərəfli dövlətlərarası sazişlər əsasında beynəlxalq pul-kredit və maliyyə qurumları tərəfindən tənzimlənir.

Dünya valyuta sistemi özündə bir tərəfdən valyuta munasibətlərini, digər tərəfdən isə valyuta mexanizmini əks etdirir. Valyuta munasibətləri fiziki və hüquqi şəxslərin, firmaların, bankların beynəlxalq hesablaşma, kredit və valyuta əməliyyatlarını həyata kecirmək məqsədilə valyuta və pul bazarlarında əlaqələri əhatə edir. Valyuta mexanizmi hüquqi normaları və bu normaları milli, həm də beynəlxalq səviyyədə əks etdirən alətləri özündə ehtiva edir.

Bazar iqtisadiyyatının tənzimlənmə sistemində pul siyasəti vacib yer tutur. Pul siyasəti ümumdünya təsərrüfat münasibətləri sistemində iqtisadiyyatın yerli və xarici dinamik tarazlığını təmin etmək, beynəlmiləl hesablaşmaları müəyyən bir sistem daxilində reallaşdırmaq və xarici ödəniş tarazlığını tənzimləmək məqsədi ilə ölkənin mövcud və strateji hədəflərinə müvafiq olaraq hökümətin gerçəkləşdirdiyi tədbirlərin məcmusudur. Pul siyasəti hüquqi aspektdən pul qanunvericiliyinə,yəni ölkə daxilində və onun sərhədləri xaricində pul qiymətləri ilə əməliyyatlar aparılması qanunlarını tənzimləyən hüquqi normalar toplusu, eləcə də pul normaları üçün hökumətlər arası ikitərəfli və çoxtərəfli sazişləri rəsmiləşdirilir.

Son 10 ildə ölkə iqtisadiyyatında müşahidə olunan makroiqtisadi sabitlik, xarici ticarət əlaqələrinin çevik inkişafı və iqtisadi islahatların ardıcıllığı Azərbaycanın başqa ölkələrlə münasibətlərində əlverişli meyllərin formalaşmasını və BKB-na inteqrasiyasının gücləndirilməsini təmin etmişdir. Ortamüddətli perspektivdə də bu meyllərin saxlanması ölkənin tədiyə balansının əsas göstəricilərinin sabit inkişafını qiymətləndirməklə yanaşı, yüksək rəqabət qabiliyyətinə malik olan Azərbaycan iqtisadiyyatının DTS-də mövqeyinin daha da gücləndirilməsinə imkan verəcəkdir (Bayramov, 2009: 76).

Araşdırmalar göstərir ki, əmtəə ixracının ortamüddətli inkişaf perspektivləri əsas etibarı ilə Xəzərin Azərbaycan sektorundakı karbohidrogenlərin hasilatının artması və onların xarici ölkələrə ixracını təmin edən nəql yollarının inkişafı ilə bağlıdır. Əsas neft-qaz kəmərlərinin bir qədər gec də olsa işə salınması böyük neft-qaz ixracının intensivləşdirilməsini reallaşdırmış və artıq 10 ildir ki, beynəlxalq neft-qaz sövdələşmələri çərçivəsində Azərbaycan nefti və qazı xarici ölkələrə ixrac olunur. Bu prosesin orta və uzunmüddətli inkişaf perspektivləri dünyanın ən iri layihələrindən olan Şahdəniz-2, TANAP, və 2013-cü ilin 17 oktyabr tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən imzalanmış TAP layihələrinin uğurla yerinə yetirilməsi nəticəsində reallaşaçaq.

Azərbaycanın İxracatında Valyuta Mövqeyinin Qiymətlənidirlməsi Formaları

Azərbaycan ixracatının digər əsas mövqei - qeyri neft-qaz katiqoriysına aid olan kənd və balıqçılıq təsərrüfatının və kimya sənayesi kompleksinin məhsullarıdır. İqtisadiyyatın bu sahələrinin gələcək inkişafı və əmtəə ixracı potesialının artırılması xarici və daxili investisiyaların cəlb ediməsindən və xarici bazara çıxarılması nəzərdə tutulan malların beynəlxalq rəqabətliliyə davamlılığından da xeyli asılı olacğını ıistisna etmək olmaz.

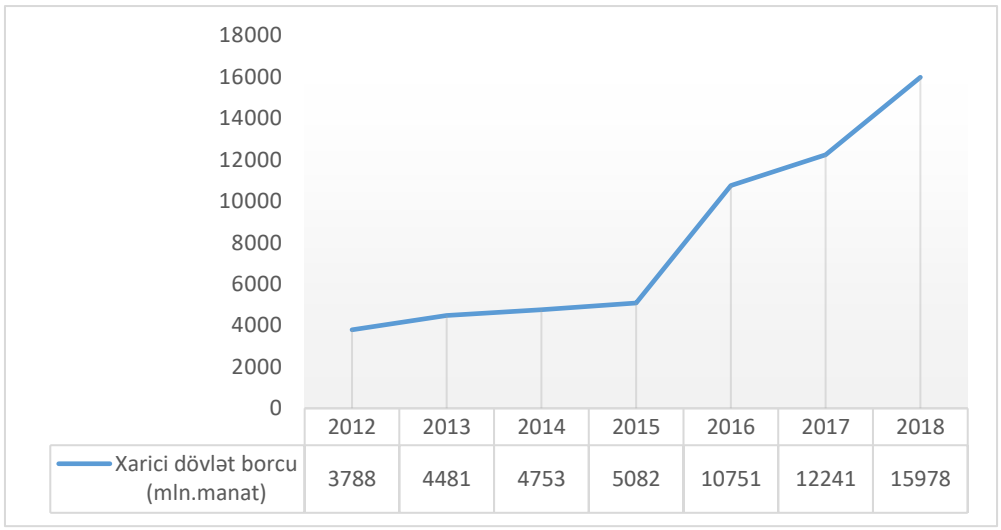
Azərbaycan Respublikasında 2018-ci il göstəricilərinə əsasən, ölkənin xarici dövlət borcu 9,398,4 milyon ABŞ dolları olmuşdur. Manat indeksindən bu, təqribən 16 milyard həcmindədir. Ölkənin cari borcu ÜDM-nin 22,8 %-i deməkdir.Həmçinin, adambaşı xarici dövlət borcunun miqdarı 2017-ci il ilə müqayisədə 32 % artaraq 944,5 ABŞ dolları olmuşdur ki,bu kifayət qədər ciddi göstəricidir.

Diaqram 1. Azərbaycanda xarici borc/ÜDM nisbəti (2012-2018)

Mənbə: stat.gov.az - 2018

Qeyd olaraq, xarici dövlət borcu özündə qlobal maliyyə institutlarından maliyyələşmə proqramları və infrastruktur layihələri üçün cəlb olunmuş kreditləri,eyni zamanda qlobal maliyyə bazarlarına qoyulmuş qiymətli kağızları ehtiva edir.

Diaqram 1. Azərbaycanda xarici borc həcmi (2012-2018)



Mənbə: stat.gov.az - 2018

Diaqramlar bizə göstərir ki,2015-ci ildən etibarən Azərbaycanın xarici borc yükü kəskin şəkildə artmağa başlamışdır.Bəs bu borc yükü nədən irəli gəlir? Borclar əsasən DB, AİB, İİB, AYİB, Yaponiya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Agentliyi (YBƏA) və digər təşkilatlardan 10 illik (57,3 %), 10-20 illik (38,8 %) və 20 ildən artıq müddətə (3,9 %) cəlb olunmuşdur. Kreditlərin 32,1 %-i isə sabit dərəcə ilə götürülmüşdür. Xarici dövlət borcu ABŞ dolları (76,7 %),avro (11,8 %), Yapon yeni (2,4 %) və digər valyutalar vasitəsi ilə cəlb edilmişdir[52].Borcların alınmasında əsas prioritet iqtisadi reformlar proqramlarının dəstəklənməsi, infrastrukrturun bərpa və yenidənqurulması,eləcə də yol inşası,

regionların su təminatının yaxşılaşdırılması, dəmiryol nəqliyyatı xidmətlərinin tərəqqisi və s. olmuşdur.

Düşünürəmki 2016-cı ildəki dövlət borcunun artımı ilə 2018-ci il borc artımını eyniləşdirmək olmaz.2016-cı ildə əsas problem manatın devalivasiyası ilə bağlı olmuş və uzun illərdir davam iqtisadi artım tempi tsiklin pik nöqtəsinə çataraq enişə keçmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatı və manatı dünya bazarında neft qiymətlərindən asılı olması dünya bazarında neft qiymətlərinin 2014-cü ilin iyulundan 2015-ci ildə 48%-ə qədər azalması yerli valyuta kursuna təsir etməyə bilməzdi.Amma Mərkəzi Bank bu dövrdə, xarici valyuta ehtiyatlarını işlədərək kursu stabil saxlaya bilsə də ,bu dövlət borclarını artırmışdır.Daha sonra ard-arda gələn devalivasiyalar manatı zəiflətmiş və xarici borcların ödənə bilmə potensialını sarsıtmışdır.Məhz 2016-cı il borc artımının arxasında duran əsas nüans fikrimcə budur.Lakin 2018-ci ildə dövlət borcunun gözləniləndən nisbətən çox artması hələki 2016-cı il borc artımı qədər iqtisadiyyata neqativ təsir edə bilməz,çünki səbəblər fərqlidir.Burada borc artımı Azərbaycan Beynəlxalq Bankının (ABB) yenidən strukturlaşdırma proqramı ilə bağlıdır və ölkənin kredit reytinqinə elə də təsir etməyəcəkdir.Beləki,ABB özəlləşdirməyə getməlidir və bu prosesdən öncə sağlamlaşdırma tədbirləri reallaşdırılmalıdır. Bu səbəbdən,prosesin həyata keçməsi üçün 4099,5 milyon manat vəsait ayırılmağa məcbur olunmuş və bununla əlaqədar olaraq dövlət borcu artmışdır. Nəzərə almaq lazımdırki bankın sağlamlaşdırılması beynəlxalq maliyyə sferasında ölkə reytinqinə müsbət effekt göstərəcəkdir.

Analiz

Dünya maliyyə-valyuta sistemində Azərbaycanın mövqeyinin qiymətləndirilməsi aktuallığı hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Paralel olaraq, bu mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat önəmli xarakter daşıyır.

Nəticə

Dünyanın innovativ tərəqqi mərhələsində sərmayə hərəkəti yerli və bölgəvi iqtisadi həyatda təməl rol oynayır. Tərəqqi etmiş dünyanın qlobal maliyyə və kapital bazarıyla əlaqəli manevr etməsi üzrə üzən pul məzənnələrindən yaxa qurtarmasına baxmayaraq, pul məzənnə siyasəti bu bazarla münasibətini saxlayır. Belə vəziyyət, çağdaş dövrümüzdə dünyanın iqtisadi inkişafında baş verən mənfi məqamların ilk növbədə maliyyə sektorundan rəvaclanmasını şərtləndirən amillərdəndir . Dövlət həyata keçirilən valyuta siyasətinin əsas subyektidir. O, perspektiv üzrə pul əlaqələrinin tərəqqisinin təməl yönlərinin strategiyasını, qarşıdakı periodda fəaliyyət taktikasını, iqtisadi məsələlərə çatmağın vasitə və yollarını təyin edir. Pul siyasəti iqtisadi siyasətin vacib tərkib hissəsidir və çoxtərəfli hədəflərinin yerinə yetirilməsinə,yəni davamlı iqtisadi tərəqqinin təmin olunmasına, işsizlik və inflyasiya artımının dayandırılmasına, tədiyyə balansının dəstəklənməsinə yönəldilir. Pul siyasətinin adətən bu formalarda gerçəkləşdirilir: deviz, diskont siyasəti və onun alt tipləri olan, pul intervensiyası, pul resurslarının diversifikasiyası, pul məhdudlaşdırmaları, pul dönərliliyi dərəcəsinin tənzimlənməsi, pul məzənnəsi rejimi, devalvasiya və revalvasiya.

Azərbaycan Respublikasında valyuta siyasəti sahəsində sərbəst fəaliyyət 1991-ci ildə dövlət müstəqilliyi əldə edildikdən sonra başlanmışdır. Bu məsələ ilə bağlı ilk qərarların qəbulu 1992-ci ilə təsadüf edir. 1993-cü ilin avqust ayında imzalanmış prezident fərmanı ilə manat 1994-cü il 1 yanvardan Azərbaycan Respublikası ərazisində yeganə ödəniş vasitəsi rolunu yerinə yetirməyə başlamışdır.

Nəzəri əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, araşdırmalar prosesində əldə edilmiş məntiqi ümumiləşdirmələr və nəzəri cəhətdən əsaslandırılmış elmi nəticələr, müasir şəraitdə müəssisələrdə maliyyə resusrslarının təşəkkülü, səmərəli istifadə imkanlarının aşkarlanması və formalaşması bazası kimi çıxış edə bilər.

Ədəbiyyatlar

17. Bayramov Ə.İ., (2009) "Qlobal maliyə böhranı. Neoliberal inkişaf paradiqmasının süqutu". Respiblika qəzeti 15 yanvar 2009.
18. Həsənov Ə., (2011) "Azərbaycan Respublikasının milli inkişaf və təhlükəsizlik siyasəti", Bakı, 437 səh.
19. Həsənov Ə., (2015) "Müasir Beynəlxalq əlaqələr və Azərbaycanın xarici siyasəti". Dərslik, Bakı, 365 səh.
20. Muradlı A., (2011) "Dünya maliyyə krizisi və Azərbaycan iqtisadiyyatı", "Xalq Qəzeti",məqalə, Bakı, 234 səh.
21. Sadıqov M.M, Balayeva E.A, Hamseyeva Ş., (2013) "Beynəlxalq pul-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi". Bakı. 412 səh.
22. Stiqlis J., (2014) "Qloballaşma və onun doğurduğu narazılıqlar", Bakı, 412 səh.
23. Şəkərəliyev A.Ş., (2009) "Dünya iqtisadiyyatı və beynəlxalq iqtisadi münasibətlər". Bakı., 314 səh.
24. Şəkərəliyev A.Ş., (2011) "Dövlətin iqtisadi siyasəti: Dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi", monoqrafiya, "İqtisad Universiteti nəşriyyatı", Bakı, 542 səh.
25. TAYLOR, A. M. (2018). *Globalization, Trade, and Development: Some Lessons From History.* Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
26. Велъфенс П., (2016) Основыэкономической политики. 495 стр.
27. https://www.worldeconomics.com
28. https://utmagazine.ru/posts/7770-mezhdunarodnaya-valyutnaya-sistema

Ölkələrin valyuta tənzimlənməsi metodları

Aytən Axundova

aytn.axndva@gmail.com

Xülasə

Valyuta tənzimlənməsi dövlət orqanlarının valyuta əməliyyatlarının aparılması qaydasını tənzimləməyə yönəlmiş fəaliyyətidir.Valyuta tənzimlənməsinin məqsədi bazar iqtisadiyyatında dövlətin makroiqtisadi hədəflərinə çatmaq üçün bir vasitə kimi təsirli bir pul siyasətini həyata keçirməkdir. Valyuta münasibətlərinin tənzimlənməsi dövlətin iqtisadi vəzifələri nəzərə alınmaqla həyata keçirilir.

İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin ən vacib növlərindən biri olan valyuta tənzimlənməsi dövlət tərəfindən xarici valyuta ilə əməliyyatlar metodlarının, növlərinin, formalarının, onların həyata keçirilmə qaydalarının müəyyən edilməsini təmin edir. Valyuta tənzimlənməsi ilə dövlət ölkədə valyutanın dövriyyəsi, milli valyutanın xarici valyuta məzənnələrinə qarşı fəaliyyət göstərir və valyuta əməliyyatlarına nəzarət edir.

Valyuta tənzimlənməsi ilə dövlət öz fəaliyyətində və valyuta bazarında milli siyasi və iqtisadi maraqları həyata keçirir. Valyuta tənzimlənməsi birbaşa qanunvericilik aktlarının və icra hakimiyyətinin hərəkətlərinin qəbulu, habelə dolayı yolla - iqtisadi, xüsusən də bazar subyektlərinin davranışlarına təsir göstərən pul və kredit metodlarından istifadə etməklə həyata keçirilir.

İqtisadi nəzəriyyədə valyuta tənzimlənməsi bazar və dövlətə bölünür. Birincisi rəqabətə söykənir və inkişaf üçün stimul verir, ikincisi valyuta münasibətlərinin bazar tənzimlənməsinin mənfi nəticələrinin aradan qaldırılmasına yönəldilmişdir. Hər bir ölkədə bu metodlar arasındakı əlaqə siyasətin məqsədlərindən və milli iqtisadiyyatın hazırkı vəziyyətindən asılı olaraq tənzimlənir (https://studme.org/).

Valyuta tənzimlənməsinin effektiv sistemi valyuta müdaxiləsidir. O, Milli Bankın xarici valyuta alqı-satqısı ilə manatın məzənnəsinə təsir göstərmək məqsədi ilə valyuta bazarındakı əməliyyatlara müdaxilə etməsidir. Milli Bank, manatın məzənnəsini alıcılıq qabiliyyətinə mümkün qədər yaxınlaşdırmaq və eyni zamanda ixracatçı və idxalçıların maraqları arasında uzlaşma tapmaq üçün valyuta müdaxilələrini həyata keçirir.

Açar sözlər: Valyuta tənzimlənməsi, valyuta bazarı, valyuta nəzarəti.

Giriş

Valyuta tənzimlənməsi milli, dövlətlərarası və regionlararası səviyyədə həyata keçirilir.

Dövlətlərarası valyuta tənzimlənməsinin inkişafı dövlətlər arasında iqtisadi münasibətlərin qloballaşması ilə asanlaşdırılır. Dövlətlərarası səviyyədə valyuta tənzimlənməsinin məqsədi ayrı-ayrı ölkələrin pul siyasətinin əlaqələndirilməsi, valyuta böhranının aradan qaldırılması üçün birgə tədbirlərin hazırlanması və həyata keçirilməsi, digər ölkələrə münasibətdə aparıcı güclərin pul siyasətinin əlaqələndirilməsidir. Dövlətlərarası valyuta tənzimlənməsinin inkişafı və istifadəsi bir sıra səbəblərlə əlaqələndirilir:

1. milli iqtisadiyyatların, o cümlədən valyuta, kredit qeyri-maliyyə münasibətlərinin qarşılıqlı asılılığının gücləndirilməsi;
2. bazar və dövlət tənzimlənməsi arasında daim dəyişən münasibət;
3. dünya səhnəsində güc balansında dəyişiklik;
4. qeyri-sabit olan dünya valyutası, kredit, maliyyə bazarlarının böyük miqyası.

Regional valyuta tənzimlənməsi iqtisadi inteqrasiya birlikləri çərçivəsində, məsələn, Avropa Birliyi çərçivəsində, inkişaf etməkdə olan ölkələrin regional qruplaşmalarında həyata keçirilir.

Vahid milli iqtisadiyyatdakı tarazlıq anlayışının nəzəri bir abstraksiya olduğunu nəzərə alsaq, hər hansı bir ölkədə, o cümlədən Azərbaycanda da valyuta bazarı dövlətin tənzimləyici təsiri altındadır. Dövlət səviyyəsində valyuta tənzimlənməsi, valyuta dəyərləri ilə əməliyyatların aparılması və ölkənin qlobal valyuta bazarına daxil edilməsinə yönəlmiş ölkənin pul siyasətinin tərkib hissəsi olaraq tədbirlər məcəlləsi (qanunvericilik, inzibati, iqtisadi və təşkilati) kimi çıxış edir. Milli valyuta tənzimlənməsinin əsas iqtisadi elementləri bunlardır:

1. valyuta dəyərləri ilə əməliyyatlar üçün icazə verilən prosedur;
2. müvəkkil banklar institutunun tətbiqi;
3. ölkədə rezidentlər arasında hesablaşmalarda xarici valyutanın istifadəsinə qadağa;
4. xarici valyutanın xarici banklarda hesablarında qalmasına icazə prosedurunun yaradılması;
5. valyuta mənfəətinin bir hissəsinin məcburi satışının tətbiqi və s.

İstənilən dövlətin valyuta tənzimlənməsi valyuta məhdudiyyəti və valyuta nəzarəti mexanizmi vasitəsilə həyata keçirilir (И. Н. Платоновой. 1996.).Valyuta tənzimləməsini həyata keçirən dövlət xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları tərəfindən həyata keçirilən beynəlxalq hesablaşmalar sistemini tənzimləyir və aşağıdakıları müəyyən edir:

1. valyuta əməliyyatlarının həcmi və qaydası;
2. ölkənin valyuta ehtiyatının formalaşdırılması və istifadəsi qaydası;
3. təsərrüfat subyektlərinin valyuta fondlarının formalaşdırılması və istifadəsi qaydası;
4. valyuta nəzarətinin həcmi və qaydası.

Valyuta məhdudiyyətləri valyuta dəyərləri ilə əməliyyatlar aparılması qaydasının qurulması üçün dövlət tədbirləri (inzibati, qanunvericilik, iqtisadi və təşkilati) sistemi kimi beynəlxalq ödənişlər və kapital köçürmələrinin tənzimlənməsini, ixrac mənfəətinin, mənfəətin, əskinasların və qiymətli kağızların repatriasiyası və xarici valyutanın sərbəst alqı-satqısının qadağan edilməsini əhatə edir.

Valyuta məhdudiyyətləri, məsələn, hamsının deyil, yalnız müəyyən bazar əməliyyatlarının xüsusi tənzimlənməsi ilə ifadə edilə bilər; bəzi satıcılar və alıcılar valyuta əməliyyatlarını yalnız mərkəzi bank vasitəsi ilə və yalnız rəsmi məzənnə ilə (və ya mövcud rəsmi məzənnələrə paralel olsa da) həyata keçirmək məcburiyyətində qala bilərlər; dövlət müəyyən növ malların ixracatçılarını xarici gəlirləri xarici valyuta əməliyyatları üçün mərkəzi və ya səlahiyyətli banklara bağışlamağa məcbur edə bilər və ya bütün ixracatçıları rəsmi qiymətə satmağı məcbur edə bilər. Nəhayət, dövlət ümumiyyətlə valyuta inhisarını tətbiq etməklə valyutanın sərbəst alqı-satqısını qadağan edə bilər.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, demək olar ki, bütün dövlətlər beynəlxalq ödənişlər və kapital hərəkəti hissəsində valyuta məhdudiyyətlərinin tətbiqinə əl atıblar. İlk dəfə olaraq Birinci Dünya Müharibəsi zamanı Almaniya, Avstriya-Macarıstan və bir sıra digər ölkələrdə milli valyutaların sabitləşməsinə yönəlmiş valyuta məhdudiyyətləri sistemi tətbiq edilmişdir.

Komanda iqtisadiyyatı olan ölkələrdə (Kuba, Şimali Koreya) valyuta məhdudiyyətləri ölkənin rezidentlərinin və qeyri-rezidentlərinin valyuta əməliyyatlarını, onların ödənişlərini, investisiyalarını, milli və xarici valyutanı xaricə köçürmə qaydasını və mənfəətin geri qaytarılması qaydasını tənzimləyir; eyni zamanda xarici iqtisadi fəaliyyətin həyata keçirilməsinə ciddi nəzarət həyata keçirilir.

Metod

Məqalədə bir çox metodlardan istifadə edilmişdir. Bunlara: müqayisə, müşahidə, ölçmə və sistemli analizi aid etmək olar. Müqayisə metodu vasitəsilə müxtəlif ölkələrin valyuta sistemləri arasındaki fərqliliklərin müqayisəsi aparılmışdır. Müşahidə metodu ilə ölkəmizdə valyuta sistemi ilə əlaqəli həyata keçirilən yeniliklər təhlil edilib sistemləşdirilmişdir. Sistemli analiz yolu ilə bütöv ölkədə pul-kredit siyasətinin milli iqtisadiyyata təsiri araşdırılıb sistemləşdirilmişdir.

Analiz

Valyuta məhdudiyyətlərinin iqtisadiyyata təsiri məhdudlaşma formalarından və ayrı-ayrı ölkələrin və dünya iqtisadiyyatının pul-iqtisadi vəziyyətindən asılı olaraq dərəcədə və istiqamətdə dəyişir.

Hal-hazırda valyuta tənzimlənməsi bir çox ölkələrdə bazar iqtisadiyyatının qurulmasında əsas problemlərdən biridir. O, qloballaşma şəraitində ən vacib rolu alır və valyuta sferasının effektiv hüquqi tənzimlənməsi üçün ehtiyac yaranır.

Bu gün əksər ölkələrin xarakterik bir xüsusiyyəti xarici valyuta ilə əməliyyatlarla bağlı qanunvericilik məhdudiyyəti olan valyuta məhdudiyyətləri sisteminin olmasıdır. Beləliklə, valyuta məhdudiyyətlərinin növlərindən biri kimi ixrac xarici valyuta qazancının məcburi satılması üçün qanunvericilik tələbi BVF-yə üzv olan 75 ölkədə mövcuddur (*Корниюк О.* «2005). Bu siyahının ən böyük nümayəndələri Çin, Hindistan və Braziliyadır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, müəyyən iqtisadi şəraitdə valyuta məhdudiyyətləri ölkənin milli iqtisadiyyatını qorumaq üçün müvafiq və hətta zəruri tədbirlərdir (*Л. Н. Красавиной. - 2009*).

Dünyanın əksər sənayeləşmiş ölkələrində sərbəst fəaliyyət göstərən valyuta bazarları və sərbəst konvertasiya edilə bilən valyutalar mövcuddur. Qərbi Avropada valyuta məhdudiyyətləri 80-ci illərə qədər tətbiq edildi, ABŞ-da əvvəllər qaldırıldı. Hal hazırda bu ölkələrdə kapital tənzimlənməsi pul siyasəti alətlərindən və bazar mexanizmindən istifadə etməklə həyata keçirilir.

Valyuta münasibətlərinin tənzimlənməsi qaydalarına və qaydalarına uyğunluq valyuta nəzarəti kimi inzibati metodla təmin edilir. Xarici təcrübə göstərir ki, dövlətin fəal müdaxiləsi və səlahiyyətli orqanların valyuta əməliyyatları üzərində effektiv nəzarəti ilə valyuta münasibətləri və milli valyuta bazarı uğurla inkişaf edir (*Mouceев С.* P. 2007.). Valyuta nəzarətinin rəsmi şəkildə ləğv olunduğu ölkələrdə (Yaponiya və Almaniya) kapitalın hərəkəti zamanı baş verən proseslərin statistik monitorinqi aparılır.

Tarixən inkişaf etmiş ölkələrin qanunları bütün əməliyyatları məhdudlaşdırırdı. İstisnalar ABŞ, Kanada, Almaniya və İsveçrədir, bu ölkələrdə valyuta nəzarətinin məhdud istifadəsi üçün heç vaxt daimi hüquqi əsas olmamışdır. Məzmun baxımından belə bir konsepsiya ehtiyat tədbiri idi, çünki zəruri hallarda valyuta nəzarəti tədbirlərini manevr etməyə, gücləndirməyə və ya zəiflətməyə imkan verirdi. Yalnız iqtisadiyyatın möhkəmlənməsindən sonra ölkə valyuta tənzimlənməsinin tədricən tam liberallaşdırılmasına nail olmaq öhdəliyini götürdü və bütün valyuta əməliyyatlarının sərbəst şəkildə həyata keçirilməsini özündə cəmləşdirən bir yanaşma formalaşdırdı.

Bu günə qədər hər hansı bir ölkəyə və vəziyyətə tətbiq olunan universal tənzimləmə metodları mövcud deyil. Hər bir fərdi vəziyyəti təhlil etməyə, hər cür amili nəzərə almağa, müxtəlif məqsəd və maraqları əlaqələndirməyə və mümkün mənfi nəticələrin hesablanmasına ehtiyac var. Lakin, dünya ölkələrinin

valyuta tənzimlənməsi və nəzarəti sistemindəki müəyyən milli xüsusiyyətlərə baxmayaraq, valyuta tənzimlənməsində baş verən ümumi tendensiyaları izləmək mümkündür:

1. xarici valyuta və qızıl ilə əməliyyatlarda müəyyən məhdudiyyətlərin saxlanılması ilə sərt valyuta tənzimlənməsi sisteminin tərk edilməsi;
2. xarici iqtisadi fəaliyyətin liberallaşdırılması ölkədəki makroiqtisadi vəziyyətdəki dəyişikliklər və beynəlxalq aləmdəki yeri nəzərə alınmaqla həyata keçirilmişdir;
3. bazar mexanizmi və pul siyasəti alətləri ilə kapital axınının tənzimlənməsi;
4. beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin inkişafı ilə əlaqədar valyuta tənzimlənməsi və xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına və pul axınlarına nəzarət sisteminin informasiya komponentinin rolunun artırılması;
5. beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin iştirakçıları üzərində nəzarət sahəsində aparıcı vəzifələrə mərkəzi bankların namizədliyi, habelə səlahiyyətli kommersiya banklarına valyuta nəzarəti agentlərinin funksiyaları həvalə edilməsi;
6. hüquqi bazanın möhkəmləndirilməsinə və cinayət yolu ilə əldə edilmiş kapitalın yuyulmasına qarşı mübarizə metodlarının təkmilləşdirilməsinə diqqət yetirilməlidir (*Наеоў А.* 2005.)

Milli valyutanın sabitliyinə yalnız ölkədəki daxili iqtisadi vəziyyət deyil, həm də qlobal maliyyə bazarlarında, o cümlədən xarici valyutadakı vəziyyət təsir göstərir. Valyuta tənzimlənməsi sahəsində beynəlxalq təcrübə milli, regional və dünya pul sistemlərinin qarşılıqlı asılılığını göstərir. Xarici ölkələrdə valyuta əməliyyatlarının tənzimlənməsi və nəzarətində Azərbaycanın valyuta tənzimləməsinin təkmilləşdirilməsi üçün istifadə edə biləcəyi geniş çeşidli yanaşmalar mövcuddur.

Cədvəl 1-də 2019-cu il üzrə Azərbaycanın valyuta ehtiyatları öz əksini tapmışdır. Azərbaycanın valyuta ehtiyatları 2019-cu il üzrə 48.403,1 milyon ABŞ dolları olmuşdur. Bunun 87,7 faizi və yaxud 42.463,7 milyon dolları Azərbaycan Dövlət Neft Fondunun (ARDNF), 12,3 faizi yəni, 5.939,4 milyon dolları isə Azərbaycan Mərkəzi Bankının (AMB) payına düşür. Bu ilin ilk yarısında valyuta ehtiyatları 2.351,2 milyon dollar və yaxud 5,1 faiz artım göstərmişdir. Belə ki, ARDNF-nin valyuta ehtiyatlarında 2.190,4 milyon dollar və yaxud 5,4 faiz, AMB-nin valyuta ehtiyatlarında isə 160,8 milyon dollar və yaxud 2,8 faiz artım olmuşdur. (https://vergiler.az/)

Bu göstəricilərdən məlum olur ki, 2018-ci ilin iyul 1-i üzrə valyuta ehtiyatlarının həcmi 4,954,3 milyon dollar artmışdır. Neft fondunun valyuta ehtiyatları isə 2018-ci ilin oktyabr ayı ilə müqayisədə 3476 milyon dollar artmışdır.

Profisitli tədiyə balansı şəraitində Azərbaycanın strateji valyuta ehtiyatları 2019-cu ilin əvvəlindən 13.7% artaraq ilin sonunda 50.9 milyard dollara çatıb ki, bu da ümumi daxili məhsulu üstələyir.

Eləcə də, ölkənin beynəlxalq investisiya mövqeyi üzrə aktivləri (111 milyard dollar) öhdəlikləri (54 milyard dollar) 2 dəfədən çox üstələyir. Bu Azərbaycanın yüksək beynəlxalq ödəmə qabiliyyətini və beynəlxalq kreditor rolunda çıxış etdiyini göstərir.

Cədvəl 1. Azərbaycanın 2019-cu il üzrə valyuta ehtiyatları

Tarix	ARDNF-nin valyuta ehtiyatları (milyon ABŞ dolları)	AMB-nin valyuta ehtiyatları (milyon ABŞ dolları)	Azərbaycanın valyuta ehtiyatları (milyon ABŞ dolları)
01.07.2019	42.463,7	5.939,4	48.403,1
01.04.2019	40.273,3	5.778,6	46.051,9
01.01.2019	38.515,2	5.625,7	44.140,9
01.10.2018	38.987,7	5.534,5	44.522,2
01.07.2018	38 036,1	5.512,7	43.548,8

Mənbə link : https://vergiler.az/

Cədvəl 2-də isə Azərbaycanda son illər ərzində əhalidən cəlb olunmuş əmanətlərin səviyyəsi göstərilmişdir. Cədvələ əsasən demək olar ki, 2018-ci ildə əhalidən cəlb olunmuş əmanətlər 1990-cı illə müqayisədə 110 dəfə artaraq 8375,4 min manat olmuşdur. Bu göstərici 2010-cu ildə 3029,8 min, 2015-ci ildə 9473,9 min, 2016-cı ildə 7448,7 min, 2017-ci ildə isə 7561,2 min manat olmuşdur. Bu göstəricilərdən belə nəticəyə gəlmək olar ki, son illərdə əhalidən cəlb olunmuş əmanətlər üzrə ən yüksək qiymət 2015-ci ildə özünü göstərmişdir. 2018-ci ildə əhalidən alınmış əmanətlər milli valyuta ilə 3142,2 min man, xarici valyuta ilə isə 5233,2 min ABŞ dolları olmuşdur. Bu göstəricilərin yekunu kimi söyləmək olar ki, son illərdə əhalinin əmanətlərinin artımı - əhalinin rifah səviyyəsi, yaşayış tərzi, eləcə də, banklara etibarlılığının artdığını göstərir.

Cədvəl 2. Əhalidən cəlb olunmuş əmanətlərin səviyyəsi (* -min manat)

	1990*	2000	2007	2010	2015	2016	2017	2018
Əhalidən cəlb olunmuş əmanətlər	75,5	79,3	1 468,4	3 029,8	9 473,9	7 448,7	7 561,2	8 375,4
ondan:								
milli valyuta ilə	-	11,8	676,4	1 410,0	1 420,2	1 517,3	5 028,3	3 142,2
xarici valyuta ilə	-	67,5	792,0	1 619,8	8 053,7	5 931,4	2 532,9	5 233,2
Əmanətlərin artımı, faizlə	-	153,1	179,2	129,8	131,8	78,6	101,5	110,8

Mənbə link: stat.gov.az

Nəticə Və Təkliflər

Valyuta siyasəti iqtisadi siyasətin mühüm tərkib hissəsidir və onun çoxtərəfli məqsədlərinin yerinə yetirilməsinə,yəni dayanıqlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə, işsizlik və inflyasiyanın artımının dayandırılmasına, tədiyyə balansı tarazlığının dəstəklənməsinə yönəldilir. Valyuta siyasətinin əsasən bu formalarda həyata keçirilir: diskont, deviz siyasəti və onun növləri olan, valyuta intervensiyası, valyuta ehtiyatlarının diversifikasiyası, valyuta məhdudlaşdırmaları, valyuta dönərliliyi dərəcəsinin tənzimlənməsi, valyuta məzənnəsi rejimi, devalvasiya, revalvasiya.

Təkliflər ibarətdir:

1. Beynəlxalq valyuta sisteminin "çoxqütblü" əsasının formalaşdırılması iqtisadi güc mərkəzlərinin indiki rebalanslaşma hadisələrinin neqativ effektini azaltmağa imkan verə, sistem tərkibində təsbit olunmuş beynəlxalq hesablaşmaların daha çox səmərəli həyata keçirilməsinə təkan verə bilər.
2. Beynəlxalq valyutaların dövriyyəyə buraxılması və ya bu xüsusiyyəti daşıyan SDR-lərin tətbiq imkanlarının genişləndirilməsi maliyyə bazarlarında struktur və funksionallıq nöqteyi-nəzərdən qlobal sabitliyin təmin edilməsinə böyük rola malikdir.
3. Xarici ticarətin sərbəstləşdirilməsi və ticarət üzərində vergilərin azaldılması ölkəmizə investisiyaların cəlb edilməsinə, valyuta axınlarının artmasına səbəb olacaqdır.
4. Başlıca olaraq neft sektorunda, eləcə də tikinti və kommunikasiya sahələrində inkişaf proqramlarının həyata keçirilməsi uzunmüddətli hal almalıdır.

Ədəbiyyatlar

1. Valyuta tənzimi haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı-1994
2. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi.
3. Gömrük Tarifi haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı-1995
4. Nurpaşa Novruzov, Xanoğlan Hüseynov. "Maliyyə". Bakı. 2007
5. Z.F.Məmmədov. «Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pulkredit sistemi». Bakı, 2000
6. *Афанасьев Е.* В. Валютный рынок в условиях глобализации / Е. В. Афанасьев // *Вестник РЭА.* – 2002.
7. *Международные валютно-кредитныеи финансовые отношения: учебник / под ред.* Л. Н. Красавиной. - –.: Финансы и статистика, 2009. – 50
8. *Моисеев С.* Р. Международные валютно-кредитные отношения: учеб. пособие / *С.* Р. Моисеев. - –.: Дело и сервис, 2007. – С.28
9. https://articlekz.com/article/21632
10. http://www.e-qanun.az/framework/9238

Sabit Məzənnə Sisteminin Müsbət Və Mənfi Cəhətləri, Xarici Ticarətə Təsirləri

Elgün Cəlilov

Jalilovelgun@gmail.com

Xülasə

Məqalədə sabit məzənnə sisteminin müsbət və mənfi cəhətləri açıqlanır.Sabit məzənnə sisteminin xarici monetar şoklara qarşı dayanıqsızlığı mənfi cəhət kimi vurğulanır.Valyuta məzənnələrin dəyişməsinin xarici ticarətə ciddi təsir etdiyi və ölkələrin təcrübə də ən çox devalvasiya istifadə etdiyi açıqlanır.Praktika da devalvasiya xas olan əsas 5 xüsusiyyət qeyd olunur.Devalvasiya nəticəsində ölkəmizdə rəsmi valyuta ehtiyatların illər ərzində dəyişməsi(2014-2017-ci illərdə azalması, daha sonra artması tendensiyasi) cədvəldə göstərilir.Valyuta məzənnələrindəki dəyişikliyinin ixrac və idxal əməliyyatlarına təsiri hər biri ayrılıqda qrafiklərlə təsvir olunur.(Devalvasiya nəticəsində ixracı potensialını artırmaq və idxaldan aslılığını azaltmaq ölkə üçün arzuolunan olduğunu qrafiklərdən görə bilərik).Devalvasiyanın effektivliyi-Marşal-Lerner yanaşması həmçinin devalvasiyanın xalis ixraca təsiri-J effekti araşdırılır.İxrac və idxal elastiklərin cəminin ticarət balansına təsiri ölkə nümunələri ilə cədvəl şəklində verilir.J effektinin əmələ gəlmə səbəbləri və onun qrafiki təsviri göstərilir.Uzunmüddətli dövrdə ixrac elastikliyin buraxılışın həcminə təsiri qrafiki izahı açıqlanır.2015-2018-ci illərdə ticarətin məzənnə dəyişikliklərinə həssaslığını Excel proqramı vasitəsilə korrelasiya metodu ilə qiymətləndirilir.2017-2019-cu illərdə məzənnə dəyişikliyinin qeyri-neft sektoru sahəsində ixraca təsiri SPSS proqramı vasitəsilə korrelasiya metodu ilə ölçülür.Məzənnə dəyişikliyi iə ixrac arasında korrelasiya əlaqəsi sıxlığının zəif olması və devalvasiyadan sonra ixracın istəlinən effektdə artmamasının səbəbləri izah edilir.Məqalənin sonunda isə Azərbaycan hökumətinin rəqabət qabiliyyətini və iqtisadiyyatın inkişafını artırmaq üçün verilən təkliflər paketi qeyd olunur.

Məqalədə 4 qrafikdən və 5 cədvəldən istifadə edilmişdir.Ədəbiyyat siyahısında 6 xarici, 4 yerli kitabın və 1 məqalənin müəllifləri birlikdə adı, soyadı və istifadə olunan internet resursları qeyd olunmuşdur.

Açar sözlər: Devalvasiya, valyuta, dollar, idxal, ixrac

Giriş

Dünyadakı bütün ölkələr öz milli valyutalarına sahib olduqları üçün onlar digər ölkələrlə ticarət etdikləri zaman xarici valyutanın milli valyutaya olan məzənnəsi ölkələrin ticarətdən əldə etdiyi qazanclara və ümumillikdə, ticarətə böyük təsir göstərir(Krugman, 2014).Dünyada hazırda ticarətdə ən çox istifadə olunan valyuta ABŞ dollarıdır.Dolların uçot dərəcəsinin artması daha çox inkişaf etməkdə olan ölkələrin (Azərbaycan, Qazaxıstan, Çin, Rusiya, Türkiyə və s.) və Sabit valyuta rejimi olan ölkələrə həm xarici iqtisadi fəaliyyətində həm də ölkə iqtisadiyyatında bir sıra ciddi iqtisadi çətinliklər yaradır.2015-ci ildə Azərbaycanın(33%), Qazaxıstanın(36%) və digər inkişaf etməkdə olan ölkələrin milli valyutaları dollar qarşısında dəyər itirmişdir(Haxverdiyev və Həsənov, 2018).Sabit və üzən məzənnə sistemindən əlavə müxtəlif kompazisiyalı yəni qarışıq kombinasiyalı sistemlər mövcud olmuşdur(Məmmədov, 2003).

Cədvəl 1.Sabit valyuta sisteminin müsbət və mənfi cəhətləri

Sabit valyuta rejiminin	
Müsbət cəhətləri	**Mənfi cəhətləri**
Məzənnə riski azalır, xarici investisiyalar beynəlxalq əməliyyatlar artır	Xarici şoklara qarşı dayanıqlılıq azalır
Monetar şoklara olan dayanıqlıq artır	Müstəqil monetar siyasət yeritmək çətinləşir

Faizlərdə azalma baş verir.Qeyri-müəyyənliyin azalması faiz dərəcələrində və xarici verilən zaman risk premyalarında azalmaya səbəb olur	Rəsmi valyuta ehtiyatları azalır.
Beynəlxalq maliyyə bazarlarına daxil olmaq imkanları artır	

(**Mənbə**. Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Bu zaman həmin ölkələrdə gedən proseslərdən biri də, milli valyutanın ucuzlaşması ilə ixracın artırılması və iqtisadi artımın stimullaşdırımasına əsaslanan iqtisadi siyasətin daha da artmasıdır.Hal-hazırda valyuta məzənnələri iqtisadi inkişafın əsas göstəricilərindən və ölkənin maliyyə siyasətinin əsas alətlərindən biridir.Devalvasiya və ya revalvasiya olduqda valyuta məzənnəsində baş verən dəyişmə ölkədəki makroiqtisadi göstəricələrə (ÜDM, ÜMM və s) o cümlədən, idxal-ixrac münasibətlərinə geniş təsir göstərir.Dünya praktikasında ən çox istifadə olunan devalvasiyadır.Çünki, devalvasiya ixracın real həcminin artmasına və idxalın azalmasına gətirib çıxarır(Ələsgərov və Qənbərov, 2015).Bu səbəbdən ixrac üzrə ixtisaslaşmış sahələrdə və idxal ilə rəqabət apara biləcək sahələrdə məşğulluq səviyyəsi artır.Praktika da əsasən devalvasiya aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir.

1.Devalvasiya xarici ticarət şəraitini pisləşdirən zaman hər ixrac vahidi üçün daha çox idxala səbəb ola bilər(Ələsgərov və Qənbərov, 2015).Buna baxımdan devalvasiya yalnız ticarət vəziyyətini yaxşılaşdırdığı zaman və yaxud xarici ticarətə təsiri olmadığı vəziyyətdə ticarət balansının müsbət olması mümkündür.

2.Devalvasiya o zaman müsbət nəticə verir ki, o tədiyyə balansını tənzimləyir.Bu zaman devalvasiya mövcud olan kəsri aradan götürməklə valyuta məzənnəsini sabit saxlamaq üçün daha çox valyuta ehtiyatı xərcləməkdən qoruyur(Ələsgərov və Qənbərov, 2015).

Cədvəl 2.Rəsmi valyuta ehtiyatların illər ərzində dəyişməsi(Azərbaycan)

Rəsmi valyuta ehtiyatları	
Tarix	**mln. ABŞ dolları**
31.01.2015	12680.8
29.01.2016	4398,5
31.01.2017	4327.2
31.01.2018	5381.2
31.01.2019	5655.9
31.01.2020	6340.8

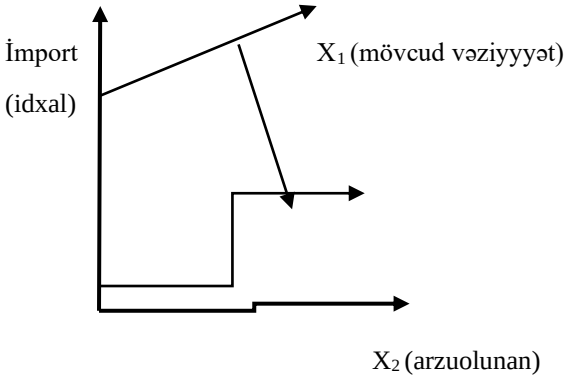
(**Mənbə**.Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı www.cbar.az (26.03.2020)

3.Devalvasiya hər zaman ticarət balansını yaxşılaşdırmaya bilər, səbəb isə real məzənnənin alıcılıq qabiliyyəti arzuolunan səviyyədək artıqda ixrac artır.Belə ki, ixrac edilən ölkə də qiymətlərin

ucuzlaşmasına istehlakçıların reaksiyası az olarsa (qiymətə görə tələb elastikliyi E<±1halında) onda valyuta məzənnəsinin ucuzlaşmasının elə bir effekti olmur.

4.Ümumillikdə, devalvasiya idxaldan asılı olan sahələrində idxalın azalmasına səbəb olur çünki, məzənnənin dəyər itirməsi idxalçıların ölkədə əmtəələri ucuz qiymətə satmasına səbəb olur.

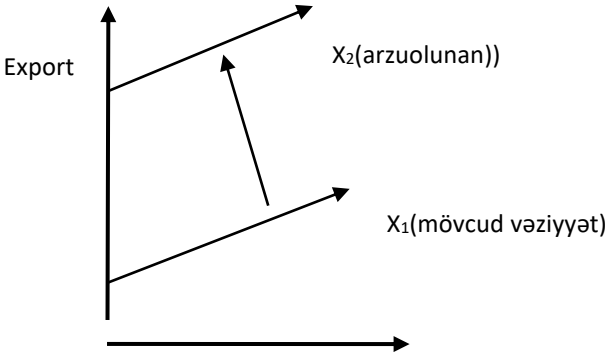
Qrafik 1. Xarici valyuta məzənnələrindəki dəyişikliyin (artımın) idxala təsiri



(**Mənbə**.Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

5.Devalvasiya Azərbaycanın ixrac qabiliyyətinin artmasına gətirib çıxaracaq və Azərbaycan mallarının Avropa bazarlarına çıxışına səbəb olacaq.

Qrafik 2.Valyuta məzənnələrindəki dəyişikliyin(artımının) ixracı stimullaşdırması.



(**Mənbə**.Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Qrafikdən göründüyü kimi, ölkəmiz qiymətlərin artımı ilə əlaqədar idxaldan aslılığını azaltmağa çalışır və ixracı stimullaşdırır.İxrac potensialının artırılması ölkəyə valyuta axının sürətlənməsinə gətirib çıxaracaqdır.Bu da ölkəmizin valyuta ehtiyatlarını artıracaqdır.Mövcud vəziyyət (X_1) daxili istehsalçıları rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal etməyə və ixracı artırmağa stimullaşdıracaqdır(X_2 arzuolunan).“Made in Azerbaijan” brendinin dünyada tanınması üçün qeyri-neft sektoru üzrə məhsulların ixracı mühüm rola malikdir.

Devalvasiyanın effektivliyi- Marşal-Lerner yanaşması

Marşal və Lerner devalvasiyanın xalis ixrac üzərindəki effektini qiymətləndiriblər.Onların fikrincə, devalvasiya tədiyyə balansı üzərində o zaman müsbət effekt verir ki, ixrac və idxalın elastikliklərinin cəmi birdən böyük olsun(Sabiroğlu, 2006).

$$E_x+E_m>1$$

Cədvəl 3.İxrac və idxal elastiklərin cəminin ticarət balansına təsiri

Ölkələrin adları	İxrac (E_x)	İdxal (E_m)	Qiymət elastiklətinin cəmi(=)	Məzənnənin dəyər itirməsi ticarət balansını yaxşılaşdıracaq?
A ölkəsi	0.4	0.3	0.7	Xeyr
B ölkəsi	1.2	0.7	1.9	Bəli
C ölkəsi	0.8	0.2	1.0	Ticarət balansı dəyişməyəcək

(**Mənbə**.Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

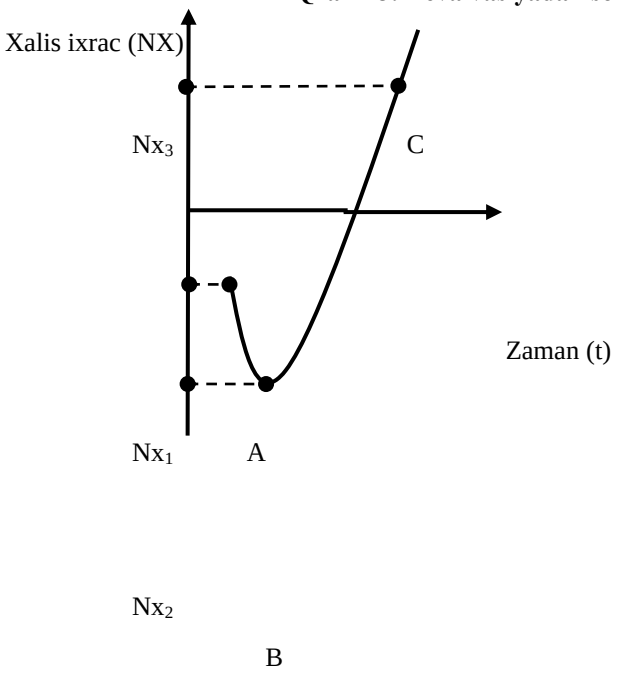
Bir ölkənin ticarət balansı valyutanın devalvasiyası halında J-əyri təsiri ilə qarşılaşır(Oskooee, 1985).Əvvəlcə ölkənin idxalın ümumi dəyəri (xaricdən alınan mallar) ixracın ümumi dəyərini (xaricdə satılan mallar) aşaraq ticarət kəsiri ilə nəticələnir.Amma nəticədə valyuta devalvasiyası ixracatın qiymətini azaldır.Nəticədə, ölkənin ixrac səviyyəsi tədricən bərpa edilir və ölkə ticarət artığına keçid edir.İlk dəfə ticarətin hərəkəti nəticəsində ticarət balansının "J" formasına bənzəyəcəyi Stephen Magee demişdir(Magee, 1973).

Devalvasiyanın tədiyyə balansına müsbət təsirləri ölkələrə görə fəqlidir.Dünya təcrübəsi göstərir ki, müsbət təsirlər üçün 3 il və daha da artıq zaman tələb oluna bilər.Marşal və Lerner, xüsusilə, ixracın qiymətə qarşı olan elastikliyinin uzumüddətli dövrdə olduğunu iddia edirdilər(Haxverdiyev və Həsənov, 2018).Onların fikrincə, məhz bu səbəbdən devalvasiya xalis ixracı müəyyən müddət keçdikdən sonra artırır.Devalvasiya xalis ixraca təsirinin zamandan aslılığını əks etdirən əyriyə J əyrisi deyilir(Oskooee, 1985).Devalvasiyadan sonra 2 əsas problemin-infilyasiya və J effekti baş verir(Atkinson & Andersan, 2012).Devalvasiyadan sonra ölkə iqtisadiyyatın konyukturasına ciddi təsir göstərir və nəticə də şok effekti özünü göstərir.Milli məzənnənin dəyərin düşməsi xarici ticarət əlaqələrində daha çox valyuta xərcləməsi ilə nəticələnir.Amma bir vaxtdan sonra idxal azalır və ixrac isə artır.İqtisadiyyatda olan durğun vəziyyət yaxşılaşır.

J effektin əmələ gəlməsinin bir sıra təsirləri var.

1. Devalvasiyadan sonra idxal ixrac əməliyyatlərının əvvəl ki müqavilərlə üzrə həyata keçirilməsi;
2. İstehlakçıların və istehsalçıların yeni qiymətlərə alışması və istehlak vərdişlərin dəyişməsinin müəyyən zaman tələb etməsi;
3. Devalvasiyadan sonra kı vəziyyətdə iqtisadi əlaqələrin bu situasiya uyğun şəkildə qurulmasın müəyyən vaxt aparması;
4. Bəzi bazar iştirakçıların gözləmə mövqeyi tutması

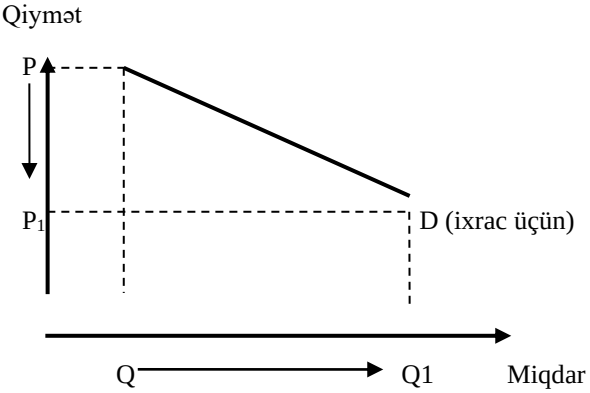
Qrafik 3. Devalvasiyadan sonra xalis ixracın dəyişməsi J effekti



(**Mənbə.**Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

İqtisadi ədəbiyyatlarda A nöqtəsinə çökmə nöqtə deyilir.A nöqtəsindən B nöqtəsinə qədər yuxarıda sadaladığımız J effektinin təsirlərinə görə xalis ixracda azalma baş verir.Daha sonra B nöqtəsindən C nöqtəsinə kimi canlanma müşahidə edilir.Bunun nəticəsidir ki, qısamüddətli dövrdə qiymətlər azaldıqda satılan əlavə ixrac miqdarına xarici ölkələr dərhal reaksiya vermir və ixrac tələbini dəyişdirmək üçün vaxt keçməsi lazım olur.Orta dövrdə isə aşağı ixrac qiymətləri onlara tələbatın artmasına gətirib çıxaracaq və cari hesab yaxşılaşmağa başlayacaq. Rudiger Dornbusch və Paul Krugman ticarət balansının hər zaman mənfi bir şəkildə təsir edəcəyini iddia edir və qısamüddətli dövrdə valyuta məzənnəsinin devalvasiyası effektivliyini olmadığını ancaq uzun müddətdə yüksək səviyyədə inkişaf edəcəyi fikrini bildirmişdir(Dornbusch & Krugman, 1976).Ampirik araşdırmaları isə Bahmani və Artatrana birlikdə işləmişdir(Oskooee & Ratha, 2004).

Qrafik 4. Uzunmüddətli dövrdə ixrac elastikliyin buraxılışın həcminə təsiri



(Qrafik 4. http://textbook.stpauls.br/International/page_86.htm (27.03.2020) məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Uzunmüddətli dövrdə yerli istehsalçıların ixrac edəcəklərin əmtəələrin maya dəyəri azalır.Bu zaman əmtəələrin satış qiyməti də aşağı düşür (P-dən P_1-ə doğru) və xaricdən əmtəələrə olan tələb daha da artır (Q-dən Q_1-ə doğru).E>1 böyük olduğu bu vəziyyət yerli istehsalçıları daha çox ixraca təşviq eləyir və buraxılışın həcmi artır.

Metod

Ölkəmiz üçün aşağıdakı cədvəldə göstərilən statisktik məlumatlar əsasında korrelasiya əmsalı hesablanmışdır.

Cədvəl 4.2015-2018-ci illər ərzində aylıq idxal, ixrac, məzənnə dəyişikliyi

Aylar	2015			2016		
	İxrac	İdxal	Məzənnə	İxrac	İdxal	Məzənnə
Yanvar	1277554	574668,9	0,783	640075,35	434260,4	1,585
Fevral	1056777	1134639	0,837	553633,52	542043,7	1,589
Mart	1049308	722165,9	1,049	536440,11	848946	1,619
Aprel	886604,4	975403	1,052	670833,18	768574,8	1,514
May	1011978	665202,2	1,050	587032,61	737467,7	1,499
İyun	949232,4	633053,7	1,049	772004,91	714503,1	1,523
İyul	1240855	607658,4	1,051	768928,67	712705,2	1,570
Avqust	710943,4	595151,4	1,051	1353343,7	775590,9	1,627
Sentyabr	586689,1	681410,2	1,051	831898,22	672902,9	1,650
Oktyabr	994949,1	863279,9	1,047	644492,59	757128,5	1,622
Noyabr	854204,2	756676,1	1,046	956225,26	758947,2	1,710
Dekabr	805383	1012095	1,046	828371,62	809377,4	1,776

Aylar	2017			2018		
	İxrac	İdxal	Məzənnə	İxrac	İdxal	Məzənnə
Yanvar	1108762	450036,6	1,854	1038707,2	689715,88	1,7
Fevral	1283992	530418,5	1,821	1172419,3	762817,81	1,7

Mart	1170645	542335,6	1,734	1144551,4	739129,13	1,7
Aprel	1211473	641958,4	1,685	2296759,1	834545,81	1,7
May	1239900	651840,4	1,685	1718189,2	829183,33	1,7
İyun	1102872	593271,6	1,691	1291626,5	804999,96	1,7
İyul	1105600	959880,5	1,691	2085925	1116854,3	1,7
Avqust	1382199	931770,3	1,695	2131485,4	1086384	1,7
Sentyabr	1159314	876352,4	1,695	1394997,5	1041594	1,7
Oktyabr	910663,5	780567,2	1,696	1696650,4	1347335,7	1,7
Noyabr	1069966	832364,4	1,698	1947901,3	1042687,1	1,7
Dekabr	1066237	991211,6	1,697	1540165	1169394	1,7

(**Mənbə**.Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı www.cbar.az və Gömrük Komitəsi www.customs.gov.az (27.03.2020)

Analiz

Yuxarıda göstərilən cədvəl əsasında Excel proqramında korrelyasiya analizi aparılmışdır.Aparılmış hesablamalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, ixrac üzrə korrelyasiya əmsalı 0.30, idxal üzrə korrelyasiya əmsalı isə -0.06-ya bərabərdir.İxrac üzrə korrelyasiya əmsalı 0.30 o deməkdir ki, əlaqə düzdür(0:+1).Yəni, devalvasiya ixracın həcminin artmasına təsir göstərir.Lakin, əlaqənın sıxlığı zəif hesab olunur.Çünki, əmsal 0-a yaxınlaşdıqca əlaqənin sıxlığı azalır.İdxal üzrə korrelyasiya əmsalı isə -0.06 olması o deməkdir ki, tərs əlaqə mövcuddur(0:-1).Yəni devalvasiya baş verməsindən sonra 2015-2018-cı illər idxalda azalma olur, lakin, devalvasiya hadisəsi bu prosesə çox cüzi dərəcədə təsir göstərir.-0.06 əmsal 0-a çox yaxın olmasından əlaqənin çox cüzi və ya heç olmaması qənaətinə gəlinir.

İxrac üzrə korrelyasiya əlaqəsində sıxlığın zəif olması səbəbləri:

1. Təmərküzləşmənin olmamaması və istehsalın zəifliyi
2. İstehsalın dar sahələrdən ibarət olması və ya istehsal həcminin az olması
3. İdarəetmə və texnologiyalarda olan geriliyə görə lazımı effektin əldə edilə bilməməsi
4. İxrac məhsulların və ixracatçı sayının azlığı
5. Devalvasiyanın ticarət balasındakı müsbət təsirləri Xalis İxracın(NX) artması dünya praktikasında bu müddətin 3 il və daha çox vaxt tələb etməsi
6. Xarici ticarətdə diversifikasiyanın arzuolunan səviyyədə həyata keçirilə bilməməsi

Cədvəl 5.2017-2019-cu illər ərzində aylıq qeyri-neft sektoru ixracı(mln ABŞ dolları ilə) və məzənnə dəyişikliyi

Aylar	2017		2018		2019	
	Qeyri-neft ixracı	Məzənnə	Qeyri-neft ixracı	Məzənnə	Qeyri-neft ixracı	Məzənnə
Yanvar	92	1,854	123	1,7001	138	1,698
Fevral	103	1,821	119	1,7001	144	1,698
Mart	80	1,734	115	1,7	133,7	1,698
Aprel	143	1,685	128,9	1,7	167	1,698
May	149	1,685	182	1,7	204	1,698
İyun	181	1,691	179	1,701	192	1,698
İyul	117	1,691	122	1,701	154	1,698
Avqust	110	1,695	125	1,698	144,4	1,698
Sentyabr	106	1,695	114	1,697	136	1,698
Oktyabr	139,446	1,696	144	1,698	160	1,7
Noyabr	168	1,698	181	1,698	208	1,7
Dekabr	151,7	1,697	157	1,698	173	1,696

(**Mənbə:** İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin rəsmi saytı www.iqtisadiislahat.org və Mərkəzi Bankın rəsmi saytı www.cbar.com (27.03.2020)

Cədvəl 5-in əsasında qeyri-neft ixracı ilə məzənnə dəyişikliyi arasında korrelyasiya əmsalı SPSS proqramı vasitəsilə hesablanmışdır.Hesablamalara görə K=0.42 olmuşdur.Düz əlaqə mövcuddur(0:+1).Yəni, devalvasiya qeyri-neft sektoru üzrə ixracın artmasına təsir göstərir.Əlaqənin sıxlığını zəif qəbul edilir.(Korrelyasiya əmsalı 0.3 və 0.5 intervalı arasında olduqda əlaqənin sıxlığı zəif hesab edilir).Burada tək iki dəyişənin nəticəsi ilə kiyafətlənmək olmaz.Təsir edən amillər görmək üçün ümumi olaraq iqtisadiyyata komleks şəkildə baxmaq lazımdır.İnstitutların gücü, iqtisadi siyasətlərin səmərəliliyi və s. amillər burada ciddi rola malikdir.Tədqiqatın nəticələrinə əsasən Azərbaycanda qısamüddətli dinamika da J-əyrisinin olmadığı qənaətinə gəlinir.Azərbaycanda daxili valyutanın devalvasiyası və yaxud dəyərdən düşməsi tədiyyə balasındakı kəsiri örtmək üçün vacib bir siyasi alət kimi qəbul etmək olmaz (Cəmilov, 2011).

Nəticə

Dünyada baş verən iqtisadi proseslər ölkəmizdən də yan keçmir.Neftin qiymətinin dünya bazarında düşməsi, FES-in dolların uçot dərəcəsini qaldırılması, baş verən epidemiyalar və s. ölkənin iqtisadiyyatına onun monetar siyasətinə birbaşa və ya dolayı yolla təsir edir.Buna görə də mövcud vəziyyətdə iqtisadiyyatın davamlı və dayanıqlı olması üçün iqtisadiyyatı diversifikasiya etmək

lazımdır.

Ümumillikdə, ölkəmiz gələcək illərdə iqtisadiyyatı şaxələndirmək məqsədilə ixracında qeyri-neft sektorunun payının çox olması üçün aşağıda qeyd olunanları etməyi məqsədəuyğun hesab olunur:

1. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin FTİ-nin (birbaşa xarici investisiyalar) yaranmasına, böyüməsinə və cəlb edilməsinə, dövlətin iqtisadiyyatdakı iştirakını əhəmiyyətli dərəcədə azaltmasına imkan verən tənzimləyici mühitin yaradılması;
2. Ölkəmizdə özəl şirkətləri daha təsirli və iqtisadi mühitə uyğunlaşdırmaq üçün korrupsiyanın azaldılması və qanunun aliliyinin möhkəmləndirilməsi sahəsində qlobal və qabaqcıl təcrübələrin tətbiq edilməsi;
3. İxrac üçün rəqabətqabilliyətli məhsullar təmin edən sahələrə dövlət dəstəyi yolu ilə inkişaf etdirilməsi və daha sonra dövlətsizləşdirmə yolu ilə özəl şirkətlərə ötürülməsi;
4. İdxaldan aslılığı çox məhsulların əvəzedicisi yaradılması və yerli istehsalın inkişaf etdirilməsi üçün həmin məhsulların istehsalında istifadə edilən xam maddələrin idxalına gömrük güzəştlərinin tətbiq edilməsi və gömrük sahəsində islahatların aparılması ilə şəffaflığa nail olunması;
5. Yerli sahibkarlığa dövlət tərəfindən edilən yardımın gücləndirilməsi, mövcud olan iqtisadi potensialdan, o cümlədən, investisiya mühitinin daha da əlverişli və səmərəli olması məqsədi ilə dövlət tərəfindən publik hüquqi şəxslərin, açıq səhmdar cəmiyyətlərin, investisiya mərkəzlərinin yaradılması və dünya üzrə əlçatanlılığın təmin edilməsi;
6. İnvestisiyaların təşviqinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə qeyri-neft sektoruna yönəldilməsi;
7. Rəqabətqabiliyyətli məhsullar olmadıqda ≪nontrade≫ adlanan məhsullar-binalar və s. ixrac olunması;
8. Texnolji artıma nail olmaq üçün əqli kapitalın artırılması, elm və təhsilə sərmayə qoyulması texnoloji məhsulların ilk öncə öz yerli istehsalında tətbiqi və daha sonra ixrac edilməsi;

İqtisadiyyatın hər hansı sahəsində baş verən geriləmə və ya axsama iqtisadiyyatın bütün konyukturasına təsir göstərir.Bu səbəbdən mövcud vəziyyətdə həmin təsirləri aradan qaldırmaqla iqtisadiyyatın davamlı və dayanıqlı inkışafına nail olmaq mümkündür.

Ədəbiyyat siyahısı

1. A.K.Ələsgərov F.Ə.Qənbərov (2015) “Azərbaycanın Xarici İqtisadi Əlaqələri:Problemlər və Prespektivlər”. 332 səh.
2. Əzizağa Haxverdiyev və Vüsal Həsənov (2018) “İqtisad” Bakı.“Elm” 327 səh.
3. Rüstəm Cəmilov, (2011) “J-əyri dinamika və Marşal-Lerner vəziyyəti”, 23 səh.
4. Natiq Sabiroğlu (2006) “Yeni Dünyada Yeniləşən Azərbaycan İqtisadiyyatı” Mövzü: Manat bahalaşsın yoxsa ucuzlaşsın? 181 səh.
5. Zahid Fərrux Məmmədov (2003) “Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi”. (Dərslik) II nəşr.“Nasir” nəşriyyat Bakı ,III fəsil Valyuta kurs sistemləri səh. 56-68
6. Bahmani-Oskooee, (1985) “Devaluation and the J-Curve:” Some Evidence from LDCs. 500–504.
7. Bahmani-Oskoee and Artatrana Rahta (2004) “The J Curve: A Literature Review”, Applied Economics,

Cilt 36, 1377-1398
8. Rudiger Dornbusch & Paul Krugman (1976) "Flexible Exchange Rates in the Short Run" pages 537-584
9. Stephen Magee, S., (1973) 'Currency Contracts, Pass-Through, and Devaluation', 305
10. Paul Krugman (2014) "İnternational Economics",Pearson,USA
11. Jack Atkinson and Alain Andersan (2012) "Economics". Pearson Education Limited.435s.
12. Dövlət Gömrük Komitəsinin rəsmi elektron ünvanı www.customs.gov.az
13. Mərkəzi Bankın rəsmi elektron ünvanı www.cbar.az
14. İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi vwww.iqtisadiislahat.org
15. http://textbook.stpauls.br/International/page_86.htm

Maliyyə Öhdəliklərinin Uçotunun Nəzəri-Metodoloji Əsasları

Süsən Əliyeva

susan.aliyeva.30@gmail.com

Xülasə

Maliyyə öhdəlikləri müqavilə münasibətlərindən yaranır və pulun ödənilməsini və ya digər maliyyə aktivlərinin digər şirkət və təşkilatlara verilməsini tələb edir. Maliyyə öhdəlikləri, başqa bir şirkətlə bağlanmış müqaviləyə əsasən maliyyə alətlərinin potensial olaraq əlverişsiz şərtlərlə qarşıdakı mübadiləsini də əhatə edir. Öhdəliklər qanuni maliyyə borcları və ya iş zamanı yaranan şirkətin öhdəlikləri kimi müəyyən edilir. Bunlar məhdud və ya məhdudiyyətsiz məsuliyyətli ola bilərlər. Öhdəliklər zamanla pul, mal və ya xidmət daxil olmaqla iqtisadi fayda vermək yolu ilə ödənilir. Balansın sağ tərəfində göstərilən öhdəliklərə kreditlər, kreditor borcları, ipoteka kreditləri, təxirə salınmış gəlir, qazanılan mükafat, əldə edilməmiş mükafat və hesablanmış xərclər daxildir.

Tipik olaraq, öhdəlik bir tərəflə digəri arasında hələ yerinə yetirilməmiş və ya ödənilməmiş bir borcdur. Mühasibat dünyasında bir maliyyə öhdəliyi də bir borcdur, lakin daha əvvəlki iş əməliyyatları, hadisələr, satış, aktiv və ya xidmətlər mübadiləsi və ya daha sonrakı mərhələdə iqtisadi fayda gətirə biləcək bir şeydən yaranır. Öhdəliklər ümumiyyətlə qısamüddətli (12 ay və ya daha az müddətdən sonra bağlanacağı gözlənilir) və ya uzunmüddətli (12 ay və daha çox) hesab olunur.

Öhdəliklər kontekstdən asılı olaraq cari və ya uzunmüddətli olaraq da bilinir. Bunlara başqalarına görə gələcək xidmətlər daxil ola bilər; banklardan, fiziki şəxslərdən və ya digər təşkilatlardan qısamüddətli və ya uzunmüddətli kreditlər; və ya yerinə yetirilməmiş bir öhdəlik yaradan əvvəlki bir əməliyyat. Ən çox görülən öhdəliklər, ümumiyyətlə, borc borcları və ödəniləcək istiqrazlar kimi ən böyükdür. Əksər şirkətlər bu iki maddəni balans hesabatlarında saxlayacaqlar, çünki onlar cari və uzunmüddətli əməliyyatların bir hissəsidir.

Açar sözlər: maliyyə öhdəlikləri, nəzəri-metodoloji əsaslar, maliyyə məsələləri

Giriş

Maliyyə öhdəliklərinə kredit və kredit müqavilələri üzrə tədarükçülərə və podratçılara ödəniləcək borclar, o cümlədən buraxılmış və qəbul edilmiş veksellər, yerləşdirilmiş istiqrazlar, buraxılmış zəmanətlər, istiqrazlar və digər şərti öhdəliklər üzrə borclar daxildir. Maliyyə öhdəliklərinə icarəyə götürənin ödəməli olduğu borc icarəsindən fərqli olaraq, icarəyə götürülmüş əmlakın nağd şəkildə qaytarılması daxildir.

Gələcək hesabat dövrləri hesabına alınmış təxirə salınmış gəlirlər, mallar, işlər, xidmətlər, zəmanət öhdəlikləri hesabat dövrləri üçün xərcləri tənzimləmək üçün formalaşdırılmış maliyyə öhdəlikləri deyildir, çünki onların pul və digər maliyyə aktivləri üçün mübadiləsi nəzərdə tutulmur.

Öhdəlik bir şirkətin həyati bir cəhətidir, çünki əməliyyatları maliyyələşdirmək və böyük uzantıları ödəmək üçün istifadə olunur. Müəssisələrarası əməliyyatları daha səmərəli edə bilərlər. Məsələn, əksər hallarda, bir şərab tədarükçüsü bir qutu şərabı restorana satırsa, malın çatdırılması üçün ödəniş tələb etmir. Əksinə, nəqliyyatın asanlaşdırılması və restoran üçün ödənişin sadələşdirilməsi üçün bir restoranın alınması üçün bir faktura verir

Bir qayda olaraq, öhdəlik bir şeyə görə məsuliyyət vəziyyətinə aiddir və bu müddət qarşı tərəfə görə hər hansı bir pula və ya xidmətə aid ola bilər. Vergi öhdəliyi, məsələn, ev sahibinin bələdiyyə hökumətinə borc verdiyi əmlak vergiləri və ya federal hökumətə borcu olduğu gəlir vergisi ilə əlaqəli ola bilər.

Öhdəlik bir iş və ya şəxsin qanuni məsuliyyəti ilə də əlaqələndirilə bilər. Məsələn, bir çox müəssisə müştərinin və ya işçinin səhlənkarlığı üçün məhkəməyə verməsi halında məsuliyyət sığortası alır.

Qarşı tərəfə pul və ya digər maliyyə aktivlərinin köçürülməsini nəzərdə tutmayan hər hansı bir müqavilə öhdəliyi, müəyyən edilmiş qaydada, maliyyə öhdəlikləri kimi təsnif edilə bilməz.

Məsələn, əmtəə fyuçers müqavilələri üzrə öhdəliklər, şərti mallar çatdırmaq və ya maliyyə aktivləri olmayan xidmətlər göstərməklə yerinə yetirilməlidir. Digər səbəblərə görə müqavilə və əməliyyatlara uyğun olmayan maliyyə öhdəliklərini nəzərə almaq mümkün deyil. Məsələn, qanunvericilikdən irəli gələn vergi öhdəlikləri maliyyə öhdəliklərinə aid deyil *(Кондраков Н.П. (2007) Бухгалтерский учёт. Самоучитель по бухгалтерскому учёту . Издательство Форум , Москва-.717 с.).*

Maliyyə öhdəlikləri pul və ya digər maliyyə aktivləri ilə ödənilməsini tələb etməyən kapital maliyyə alətləri ilə qarışdırılmamalıdır. Məsələn, səhm seçimləri müəyyən sayda səhm sahiblərinə təhvil verilərək təmin edilir. Bu cür seçimlər maliyyə öhdəlikləri deyil, kapital alətləridir.

Maliyyə öhdəlikləri pul vəsaitlərinin hərəkəti ilə əlaqəli maliyyə münasibətlərinin bir hissəsidir və maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirmək üçün maliyyə mənbələrinin müəssisələrə verilməsinə əsaslanır. Bunlar müəssisələrin uzunmüddətli və qısamüddətli öhdəlikləri kimi öhdəliklərində əks olunur. Maliyyə öhdəlikləri xarici və daxili maliyyə öhdəliklərinə bölünür. Müəssisələrin xarici maliyyə öhdəlikləri yaranır:

- ✓ dövlətə büdcələr və büdcədənkənar fondlar şəklində vergilərin, rüsumların və digər məcburi ödənişlərin ödənilməsi şəklində;
- ✓ müqavilələrin maliyyə tərəflərinin icrası baxımından tədarükçülər, podratçılar, banklar, sığorta şirkətləri adından işgüzar tərəfdaşlara.
- ✓ Müəssisələrin daxili maliyyə öhdəlikləri yaranır:
- ✓ sahibkarlara gəlir vergisinin xalis mənfəətindən və ya hesablaşma dövrü üçün dividendlərin ödənilməsi baxımından;
- ✓ filial və törəmə müəssisələrə, onlarla bağlanmış müqavilələrin şərtləri və ya birdəfəlik rəhbərliyin əmrləri ilə müəyyən edilmiş ödənişlər baxımından;
- ✓ fərdi əmək müqaviləsi və ya kollektiv əmək müqaviləsi (saziş) şərtləri ilə müəyyən edilmiş miqdarda və müddətdə əmək haqqı ödəmələri ilə əlaqədar muzdlu işçilərə.
- ✓ Maliyyə öhdəliklərinin həyata keçirilmə formaları bunlardır:
- ✓ hesabda olduqda, əgər olmadıqda, Mülki Məcəllə ilə müəyyən edilmiş qaydada müəssisənin hesablaşma hesabından pul köçürməsi;
- ✓ borcu ödəmək üçün əmlakın bir hissəsini kreditora könüllü vermək;
- ✓ məhsulların pulsuz göndərilməsi və ya xidmətlər göstərilməsi;
- ✓ müəssisənin maliyyə müflisləşməsi halında "Müflisləşmə (iflas) haqqında" qanuna uyğun olaraq maliyyə öhdəliklərinin icrası *(Кондраков Н.П.(2007) Бухгалтерский учёт. Самоучитель по бухгалтерскому учёту . Издательство Форум , Москва-.717 с.).*

Öhdəliklər qanuni qüvvəyə minmiş və keçmiş hadisələr nəticəsində yaranan müəssisənin mövcud öhdəliyidir. Öhdəliklərin bir müəssisədən gələcək iqtisadi axını olacağı gözlənilir.Müəssisənin maliyyə hesabatları MHBS-a uyğun olaraq hazırlanırsa, bu öhdəliklər konsepsiya çərçivəsində öhdəliklərin tanınma meyarlarına cavab verməlidir. Öhdəlik anlayışını təmin etməkdən əlavə, çərçivə, öhdəliyin maliyyə hesabatında göstərilməzdən əvvəl aşağıdakı tanınma meyarlarına cavab verilməsini tövsiyə etmişdir: Müəssisədən iqtisadi fayda (məsələn, pul kimi) ehtiva edən mənbələrin çıxması mümkündür. Öhdəliyin dəyəri / dəyəri etibarlı şəkildə ölçülə bilər.

İlk sınağa gəldikdə, öhdəliyin yalnız müəssisənin onu ödəməsi tələb olunacağı ehtimal edildiyi təqdirdə tanıması məntiqlidir. İkinci test maliyyə hesabatlarında yalnız obyektiv ölçülə bilən öhdəliklərin tanınmasını təmin edir.

Öhdəlik öhdəliyin tərifinə cavab verir, lakin tanınma meyarlarına cavab vermirsə, şərti öhdəlik kimi təsnifləşdirilir. Şərti öhdəlik maliyyə vəziyyəti haqqında hesabatda öhdəlik kimi göstərilmir, əksinə maliyyə hesabat qeydlərində açıqlanır.

Öhdəliklər konseptual çərçivəyə görə maliyyə hesabatlarının elementlərindən biridir və hesabat tarixində balansı göstərən balans hesabatlarında qeyd olunur. Yuxarıda göstərilən tərifə əsasən müəssisə öhdəlikləri balansda qeyd edə bilər:

- ✓ Öhdəliklər keçmiş hadisə və ya əməliyyat nəticəsində yarandıqda;
- ✓ Müəssisənin bu əməliyyatlar və ya hadisə ilə əlaqədar hüquqi öhdəliyi olduqda;
- ✓ Gələcəkdə iqtisadi axınların olacağı gözlənildikdə *(Кондраков Н.П.(2007) Бухгалтерский учёт. Самоучитель по бухгалтерскому учёту . Издательство Форум , Москва-.717 с.).*

Bu o deməkdir ki, müəssisə öhdəlikləri balans hesabatında tanıya bilmədiyi üçün yalnız gələcək öhdəliyi olduqda və məskunlaşdıqları zaman iqtisadi axını var. Bu öhdəliklər keçmiş əməliyyatlar nəticəsində yaranmalıdır. (B. Ataşov , N. Novruzov, E. İbrahimov (2009). Müəssisələrin maliyyəsi . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı. 90 s.)Öhdəlik, balans hesabatında iqtisadi mənfəəti özündə cəmləşdirən mənbələrin axınının cari öhdəliyin yerinə yetirilməsi ilə nəticələnəcəyi və hesablaşmanın baş verəcəyi məbləğin etibarlı şəkildə ölçülə biləcəyi ehtimalı olduqda tanınır. Təcrübədə bərabər nisbətdə düzəldilməmiş müqavilələr üzrə öhdəliklər (məsələn, sifariş edilmiş, lakin hələ alınmamış inventarizasiya öhdəlikləri) ümumiyyətlə maliyyə hesabatlarında öhdəliklər kimi tanınmır. Bununla belə, bu öhdəliklər öhdəliklərin tərifinə cavab verə bilər və müəyyən şərtlərdə tanınma meyarlarına cavab verildiyi təqdirdə tanınma tələblərinə cavab verə bilər. Bu vəziyyətdə öhdəliklərin tanınması əlaqəli aktivlərin və ya xərclərin tanınmasına səbəb olur.

Metod

Məqalənin metodologiyasını məntiq, sistemli və kompleks yanaşmaları təşkil edir. Məqalədə təhlil və sintez, elmi abstraksiya, qruplaşdırma və müqayisə metodlarından da istifadə edimişdir.

Tədqiqat prosesi zamanı bir sıra sorğu metodlarından istifadə olunmaqla nəzəri əsasla müasir problemlərin həlli araşdırılmış, müxtəlif hipotezlər qoymaqla təsbitlər aparılmışdır. Əldə olunan nəticələr isə mövzunun müəyyən uyğun paraqraflarında statistik nəticələr kimi qeyd olunmuşdur. Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki

əhəmiyyətə malikdir *(Case, K. & Fair, R. (2007). Principles of Economics. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. p. 54.Financial accounting (2016). University of Minnesota libraries publishing).*

Analiz

Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq məqalə kimi əvvəllər elə də çox işlənməmişdir. Ona görə də, tədqiqatların aparılmasına ehtiyac var . Mövzunun müasir dövr üçün çox aktual olması bunu tələb edir. Məhz bu cəhətdən də mövzunun işlənməsi tərəfimizdən vacib hesab olunur.

Nəticə və təkliflər

Maliyyə öhdəlikləri uçotunun ümumi nəzəri-metodoloji əsaslarına nəzər saldıqda belə nəticəyə gələ bilərik ki, şirkətin niyyəti və qabiliyyəti yalnız aktivin ilkin tanınması zamanı deyil, hər sonrakı hesabat tarixində də qiymətləndirilməlidir. Aktivi ödəmə müddətinə qədər saxlamağa müsbət niyyət, bu anda aktiv satmaq niyyətinin olmamasından daha sərt bir meyardır.

Mənfəət və ya zərər hesabında ədalətli dəyərdə olan maliyyə aktivləri iki alt qrupundan ibarətdir: ticarət üçün nəzərdə tutulmuş; və əvvəlcə bu kateqoriyaya daxil edilmiş olanlar.

Kreditlər və debitor borcları aktiv bazarda kotirovka edilməyən sabit və ya müəyyənləşdirilmiş ödənişləri olan törəmə olmayan maliyyə aktivləridir *(Кондраков Н.П.(2007) Бухгалтерский учёт. Самоучитель по бухгалтерскому учёту . Издательство Форум , Москва-.717 с.).*

Bir qayda olaraq, bir şirkət birbaşa borcluya pul, mal və ya xidmət təqdim edərsə, alış-veriş etmək niyyəti olmadan təmin edərkən ortaya çıxır. Başqa bir borc verəndən alınan kredit, verilən kreditlər kimi bu kateqoriyaya da daxildir. Əldə edilmiş digər kreditlər və debitor borcları ödəmə müddətinə qədər saxlanılan, satılan və ya satıla bilən kimi təsnif edilir. Əgər onların sahibi bütün ilkin investisiyalarını maliyyə aktivindən geri ala bilmirsə (kredit sisteminin məhv edilməsi halları istisna olmaqla), onda bu aktiv borc və ya debitor kimi təsnif edilə bilməz *(Case, K. & Fair, R. (2007). Principles of Economics. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. p. 54.Financial accounting (2016). University of Minnesota libraries publishing .p 66).*

5 yanvar 2016-cı ildə FASB maliyyə alətlərinin tanınmasını və ölçülməsini yaxşılaşdırmaq məqsədi ilə Mühasibat Uçotu Standartlarının Yenilənməsi (ASU- Accounting Standards Update) həyata keçirildi. ASU mühasibat və ya maliyyə öhdəlikləri olan dövlət və özəl şirkətlərə, qeyri-kommersiya təşkilatlarına və işçilərə mükafat planlarına təsir göstərir.

Yeni standart maliyyə hesabatlarının istifadəçilərinə maliyyə alətlərinin tanınması, ölçülməsi, təqdim edilməsi və açıqlanması barədə daha faydalı məlumatlar təqdim etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur ”dedi FASB sədri Russell G. Golden. “Bugünkü mürəkkəb iqtisadi mühitin tələblərinə daha yaxşı cavab vermək üçün mühasibat uçotu modelini təkmilləşdirir.

Yeni rəhbərlik mövcud GAAP-a yönəlmiş irəliləyişlər edir: *(B. Ataşov , N. Novruzov, E. İbrahimov (2009). Müəssisələrin maliyyəsi . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı. 90 s.).*

- Səhm investisiyalarının (uçotun kapital payı metodu ilə uçota alınanlardan və ya investisiya obyektinin konsolidasiyası ilə nəticələnənlərdən başqa) xalis gəlirdə tanınan ədalətli dəyəri ilə ədalətli

dəyərlə ölçülməsinin tələb edilməsi

- Açıqlama məqsədləri üçün maliyyə alətlərinin ədalətli dəyərini ölçərkən ictimai ticarət subyektlərindən çıxış qiyməti anlayışından istifadə etmələrini tələb etmək

- Balans hesabatında və ya maliyyə hesabatlarına əlavə qeydlərdə maliyyə aktivlərinin və maliyyə öhdəliklərinin ölçmə kateqoriyası və forması (yəni qiymətli kağızlar və ya kreditlər və debitor borcları) üzrə ayrıca təqdimat tələb olunur.

- Dövlət təsərrüfat subyektləri olmayan təşkilatlar üçün amortizasiya olunmuş maya dəyəri ilə ölçülən maliyyə alətlərinin ədalətli dəyərinin açıqlanması tələbinin aradan qaldırılması

- Dövlət təsərrüfat subyektlərindən balans hesabatında amortizasiya olunmuş maya dəyəri ilə ölçülən maliyyə alətləri üçün açıqlanması tələb olunan ədalətli dəyəri qiymətləndirmək üçün istifadə olunan metod (lar) və əhəmiyyətli fərziyyələrin açıqlanması tələbinin aradan qaldırılması və

- Hesabat verən təşkilatın təşkilat seçdikdə alətə məxsus kredit riskinin dəyişməsi nəticəsində yaranan bir öhdəliyin ədalətli dəyərindəki ümumi dəyişikliyin bir hissəsini ayrıca təqdim etməsini tələb etmək öhdəlikləri maliyyə alətləri üçün ədalətli dəyər seçiminə uyğun olaraq qiymətləndirmək.

Bundan əlavə, bu, özəl şirkətləri və qeyri-kommersiya təşkilatlarının amortizasiya olunmuş maya dəyəri ilə ölçülən maliyyə alətləri haqqında ədalətli dəyər haqqında məlumatları açıqlamaq məcburiyyətindən azad edən müddəanın vaxtından əvvəl qəbul edilməsinə imkan verir *(Case, K. & Fair, R. (2007). Principles of Economics. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. p. 54.Financial accounting (2016). University of Minnesota libraries publishing \p 99).*

Bir çox şirkətlər müəyyən risklərini aşkar etmək üçün törəmə vasitələrdən istifadə edirlər. Bu gün hedc uçotu, xalis mənfəət vasitəsilə ədalətli dəyərlə uçota alınan derivativlərin hələ hesabat verilməmiş gəlirləri və ya xərcləri (məsələn, proqnozlaşdırılan satış və ya Satınalma) və ya hecalaşdırmaq üçün Istifadə edildiyi zaman yaranan mühasibat uçotu dəyişkənliyini minimuma endirən seçici bir yanaşmadır. xalis gəlir (məsələn, ixtiraçılıq və ya borc) ilə ədalətli dəyərli ölçü götürən aktiv və ya məhsuldarlığı hedc etmək. Hedc proqramını düzəltmək üçün ixtisas meyarlarına cavab verilir.

FASB-nin hedcinq layihəsi, qeyri-maliyyə riskləri və maliyyə riskləri üçün hedc uçotu ilə bağlı problemləri həll edir. Bu layihənin məqsədi hazırlayıcılardan, auditorlardan, istifadəçilərdən və digər maraqlı tərəflərdən alınan rəylərə əsaslanaraq hedc uçotu modelində məqsədyönlü təkmilləşdirmələr etməkdir.

Qarşıdakı standart həm maliyyə (məsələn, faiz dərəcəsi) və əmtəə riskləri üçün hecc uçotunu təmizləyir və genişləndirir. Həm də hedc uçotunun tətbiq edilməsinin inzibati yükünü azaldır. İqtisadi nəticələr daha şəffaf şəkildə, həm maliyyə hesabatları qarşısında, həm də izahat olaraq, investorlar və analitiklər üçün təqdim edilir *(B. Ataşov , N. Novruzov, E. İbrahimov (2009). Müəssisələrin maliyyəsi . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı. 90 s.).*

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Atakişiyev Mürşüd, Şıxəliyeva N., Nurəliyeva R.(2010) Maliyyə menecmenti. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı. 190 s.
2. B. Xankişiyev , Ş. Əliyev. (2013)Büdcə təşkilatlarında uçot və hesabat. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı, 245 s.

3. B. Ataşov , N. Novruzov, E. İbrahimov (2009). Müəssisələrin maliyyəsi . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı. 90 s.
4. Qəzənfər Abbasov(2015). Mühasibat uçotu . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı . 120 s.
5. Алексеева Г.Н.(2014) Теория бухгалтерского учёта . Издательство ТГТУ. 45 с.
6. Кондраков Н.П.(2007) Бухгалтерский учёт. Самоучитель по бухгалтерскому учёту . Издательство Форум , Москва-.717 с.
7. https://www.accountingedu.org/what-is-financial-accounting.html
8. https://ru.coursera.org/learn/wharton-accounting

Xidmət Sferası Müəssisələrində Gəlirlərin Uçotu

Günel Nəsibli

gunel.nasibli23@gmail.com

Xülasə

Məlumdur ki, istənilən kommersiya təşkilatının fəaliyyətinin son məqsədi gəlir əldə etməkdir. Burada bir çox xidmət müəssisələrini misal göstərə bilərik. Bu cəhətdən rabitə təşkilatları da istisnalıq təşkil etmir. Rabitə təşkilatlarındakı maliyyə uçotundan nümunə gətirərək gəlir haqqında qısa məlumat verə bilərik. Mənfəət gəlirlərlə xərclərin arasındakı fərq kimi müəyyənləşdirilir. Demək ki, mənfəətin kəmiyyəti, gəlirlərin çox olmasından, xərclərin isə aşağı olmasından asılı olmaqdadır. Rabitə təşkilatlarının xidmətlərinə qiymətlər bazarda formalaşdığı və onlara təşkilatların özündən asılı olmayan müxtəlif faktorlar təsir etdiyi üçün onların mənfəətinin artırılmasının başlıca yolu – xərclərin, yaxud məhsul, iş və xidmət vahidini maya dəyərinin sistematik şəkildə aşağı salınmasıdır. Bu da öz növbəsində yeni texnika və texnologiyanın tətbiqiylə yanaşı xərclərin və maya dəyərinin idarə edilməsinin və uçotunun səmərəli və mütərəqqi metodlarının tətbiqindən asılı olmaqdadır.

Mövcud araşdırmalar göstərir ki, mürəkkəb istehsal, təşkilati və idarəetmə strukturuna malik olan təşkilatlar gəlirlərin və xərclərin optimallaşdırılmasına, əsaslandırılmış iqtisadi qərarların qəbul edilməsinə imkan verə etibarlı informasiyaya ehtiyac duyur. Bu tərz informasiya təkcə təşkilatın özü üçün deyil, həmçinin kənar istifadəçilər, investor, kreditor və s. üçün lazımdır. Həmin informasiyanın əsasında onlar mühüm idarəetmə və maliyyə qərarları qəbul edirlər.

Bu mövzunun tədqiq olunmasından hasil olunan nəticələr, Azərbaycanda xidmət sferası müəssisələrində gəlirlər uçotunun inkişaf məqsədlərinə nail olunması yolunda Azərbaycan müəssisələrinin strateji inkişaf perspektivləri prosesinin təkmilləşdirilməsi rejimlərinin formalaşması mövzusunu öyrənmək baxımından səmərəli elmi mənbə hesab oluna bilər.

Açar sözlər: xidmət sferası, gəlir uçotu, müəssisə gəliri

Giriş

Mövzuya ümumi aspektdən yanaşsaq əvvəla qeyd etməliyik ki, insanların inkişaf etmiş bir dünyaya uyğunlaşması günümüzdə aktual mövzudur. Bunun vacib göstəricisi olan müəssisələrdə gəlirlərin uçotunun strukturu və onların təkmilləşdirilməsi stiqamətlərinin inkişafı, müasir inkşaf yolu keçməkdədir.Həyat boyu bizi əhatə edən hər şey deyişir vəinkişaf edir.İnsanların yaşadığı həyatın formalaşması və dəyişməsi şəraitində, xüsusilə də bank sektorunda atılan yeni addımlar danılmazdır.Bu prosses müasir inkişafın əsas göstəricisidir.

Özünəməxsusluğu ilə seçilən müxtəlif xidmət müəssisələrində gəlir uçotunun alətləri və onların təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin inkişafı istər qlobal nailiyyətlərə, istərsə də onun münaqişələrinə ümumi meydan verir.Hər hansı bir regionun, ölkənin, xidmət müəssisələrində (məsələn bank) inkişafına nüfuz etmək və təsir göstərmək, yalnız elm müəssisələri ilə paralel olaraq dövlət dəstəyi vasitəsilə mümkündür. Ümumilikdə isə, bu sahədəki problemləri aradan qaldırmaq və yeni inkişaf yoluna istiqamətlənmək yalnız müasir düşüncə və ağıl ilə reallığa çevrilə bilər.

Bazar iqtisadiyyatı strukturlarının böyük müstəqilliyə malik olduqları və özlərinin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin son nəticələrinə görə səhmdarlar, işçilər, banklar, kreditorlar və digər başqa xidmət sferalarının qarşısında tam məsuliyyət daşıdıqları hazırki vaxtda gəlir uçotunun təkmilləşdirilməsi problemlərinin tədqiqi dövrümüzdə ayrıca bir aktuallıq kəsb edir.

Tədqiqat işinin obyekti müəssisələrdə gəlir uçotunun təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin inkişafı prossesidir. Bu tədqiqat işi Azərbaycan timsalında hərtərəfli şəkildə araşdırılmışdır.

Bu mövzunu tədqiq edərkən aşağıdakı məqsədləri müəyyən etmişik:

- ✓ Həmin mövzu ilə bağlı mövcud bilikləri sistemləşdirmək;
- ✓ Sözü gedən mövzu ətrafındakı problemlərə aydınlıq gətirmək;
- ✓ Mövzunun geniş izahını vermək;
- ✓ Mövcud obyektiv, elmi yanaşmalardan çıxış edərək işləmək;
- ✓ Təkrarçılığa qətiyyən yol verməmək.

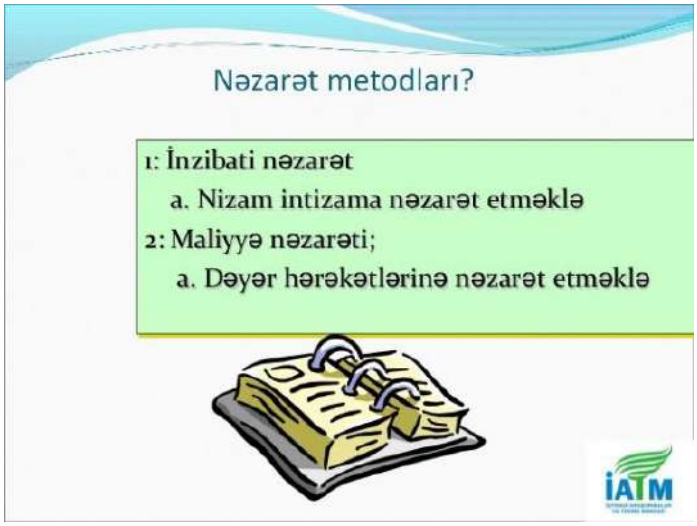
Tədqiqat işinin hazırlanmasında təkcə elmi arxiv mənbələrdən deyil, həm də gündəlik informasiya mənbələrinə, gündəlik faktlara, internet resurslarına üstünlük verilmişdir. Tədqiqat işində bir sıra faktlar, elmi məlumatlar, fikirlər ilk dəfə elmi dövriyyəyə gətirilmişdir. Tədqiqat işində xidmət müəssisələrində gəlir uçotunun inkişafının müasir səviyyəsi haqqında məlumatlar verilməklə yanaşı, gələcək səviyyəsi ilə bağlı müəyyən proqnozlar da verilmişdir. Tədqiqat işində xidmət müəssisələrində inkişaf prossesinin müasir məsələləri, son dövrlərin elmi məlumatları əsasında geniş izah olunmuşdur.

Metod

Tədqiqat işinin hazırlanmasında təkcə elmi arxiv mənbələrdən deyil, həm də gündəlik informasiya mənbələrinə, gündəlik faktlara, internet resurslarına və müxtəlif ədəbiyyatlara üstünlük verilmişdir. Tədqiqat işində bir sıra faktlar, elmi məlumatlar, fikirlər ilk dəfə elmi dövriyyəyə gətirilmişdir. Tədqiqat xidmət sferası müəssisə gəlirlərinin uçotu prosesinin inkişafının müasir səviyyəsi haqqında məlumatlar verilməklə yanaşı, gələcək səviyyəsi ilə bağlı müəyyən proqnozlar da verilmişdir. Tədqiqat işində sadalanan elmi – praktiki məlumatlar sözügedən mövzu ətrafında çox sayda elmi ədəbiyyata və elmi nəzəriyyələrə əsaslanır.

Həmçinin bu sahədə idarəetmə metodundan da geniş istifadə olunur. Məsələn,

Şəkil 1: İdarəetmə metodları



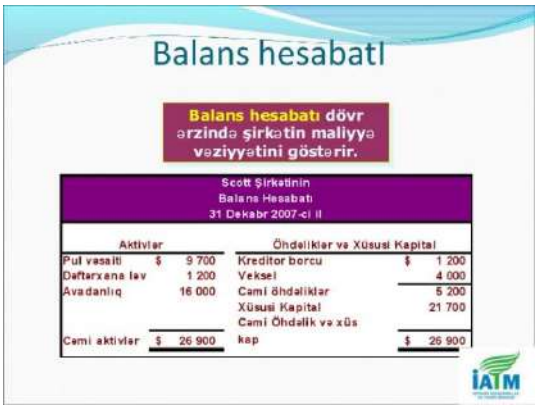
(http://www.academian.org/)

Bu mövzunun tədqiq olunmasından hasil olunan nəticələr, Azərbaycanda xidmət sferası müəssisələrində gəlirlər uçotunun inkişaf məqsədlərinə nail olunması yolunda Azərbaycan müəssisələrinin strateji inkişaf perspektivləri prosesinin təkmilləşdirilməsi rejimlərinin formalaşması mövzusunu öyrənmək baxımından səmərəli elmi mənbə hesab oluna bilər. Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir (Smith, Howard Irving, 1908).

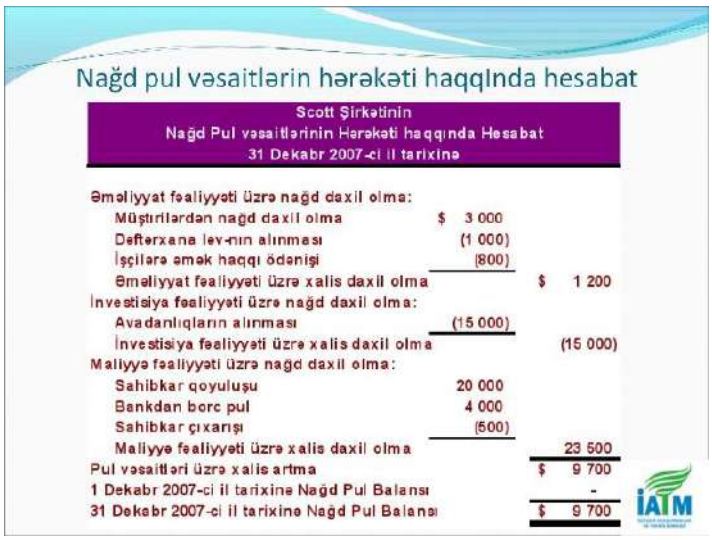
Analiz

Tədqiqat işində sadalanan elmi – praktiki məlumatlar sözügedən mövzu ətrafında çox sayda elmi ədəbiyyata və elmi nəzəriyyələrə əsaslanır. Bu mövzunun tədqiq olunmasında hasil olunan nəticələr, Azərbaycanda mövcud olan xidmət müəssisələrindəki gəlir uçotunun formalaşması mövzusunu öyrənmək baxımından səmərəli elmi mənbə hesab oluna bilər. Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir. Aparılan analizlər nəticəsində aşağıda qeyd olunan nəticələrə gələ bilərik. Ən geniş istifadə olunan, aktual analiz-hesabat forması isə aşağıdakı kimidir.

Şəkil 2: Hesabat formaları



(http://www.academian.org/)



(http://www.academian.org/)

Nəticə və təkliflər

Xərclərin qısa təsnifatını vermək üçün qeyd etməliyik ki, xərclər – mülkiyyətçilər arasında kapitalın bölüşdürülməsiylə əlaqəli olmayan və kapitalın azalması ilə nəticələnən, hesabat dövrü ərzində aktivlərin kənara axını yaxud azalması və öhdəliklərin artması hesabına baş verən iqtisadi səmərənin azalmasıdır. Əvvəlcə,uçotdakı xərclərlə iqtisadi xərcləri bir-birindən fərqləndirmək vacibdir. Beləliklə, sahibkar sərf etdiyi hər bir vəsaiti özü üçün xərc hesab edir (Соколова, 2007.). Hərçənd ki, mühasib həmin əməliyyatı xərc kimi deyil, alış əməliyyatı, yəni aktivlərin yerdəyişməsi kimi qeyd edir. Misal üçün, mal-materialların alınması, uzunmüddətli aktivlərin və s. alınması. Bu qeyd olunan aktivlər istifadə olunduqca, yəni müəssisə tərəfindən istehlak olunduqca mühasib xərc kimi qeyd edəcəkdir. Yaxud sahibkar ofisində oturduğu yerdə ona kommunal borclar üzrə hesab faktura gəlir. O bu pulu ödəmədiyi üçün hələ ki, özündə xərcin baş vermədiyini düşünür. Lakin mühasib həmin fakturaya əsasən artıq xərcin baş verməsi barədə qeydlər aparır. Deməli iqtisadi xərc müəssisə fəaliyyəti zamanı maddi istehlak nemətlərinə sərf edilmiş vəsaitlər hesab olunur. Bu cəhətdən iqtisadi xərci həmçinin məsrəf də adlandırmaq olar (Webster, Noah, 1922).

Uçot xərci isə artıq müəssisə tərəfindən istehlakı baş vermiş nemətlərin dəyəridir. Misal üçün, əsas vəsaitin əldə olunması xərc hesab olunmur. Xərc yalnız bu aktivin dəyəri silindikdə, yəni ki, istismar

nəticəsində amortizasiya olunduqda yaranır.

Digər misal müəssisə mal-material ehtiyatları əldə etdikdə, ona çəkilən məsrəflər xərc hesab olunmur. Bu ehtiyat yalnız hazır məhsula çevrilərək satıldıqda və müəssisə ona artıq sahib olmadıqda, xərcə silinir (http://www.academina.org).

Məhsulların (xidmətlərin, yerinə yetirilmiş işlərin) təqdim olunması nəticəsində aktivlərin azalması üzrə məbləğlər isə xərc hesab olunur.

Xərclər pul vəsaitlərinin xaric olmasıyla nəticələnməyən əməliyyatlar hesabına da yarana bilərlər. Buna misal olaraq amortizasiya xərclərini göstərmək olar. Yuxarıda qeyd etdiklərimizdən aydın şəkildə görünür ki, xərclə məsrəf arasında müəyyən fərqlər mövcuddur. Beləliklə, xərc müəssisədə baş verən elə bir prosesdir ki, nəticədə müəssisənin aktivlərinin istehlakı artır və qarşılığında müəssisədə başqa bir məhsul formalaşmır. Məsrəf aktivlərin elə sərf edilməsidir ki, nəticədə o başqa bir aktivə (məhsula) çevrilir. Başqa bir aktivə çevrilən vəsait pul, mal-material, əsas vəsait və s. da ola bilər.

Pul ifadəsində material xərclərinin kəmiyyəti istehsal edilmiş məhsulun, göstərilmiş xidmətin, yerinə yetirilmiş işin hər vahidinə sərf edilmiş materialların miqdarından asılıdır (Webster, Noah, 1922). Maliyyə uçotu və hesabatı sistemində material xərclərinin, həmçinin material ehtiyatlarının, bitməmiş istehsalın və məhsuldarlığının qiymətləndirilməsinin müxtəlif metodları mövcuddur. Həmin metodların əksəriyyəti maya dəyəri və bazar qiymətlərinə əsaslanır. Hər iki yanaşmadan həm maliyyə uçotu, həm də idarəetmə uçotu sistemində istifadə etmək olar, çünki onların köməyi ilə xərcləri və nəticələri müəyyənləşdirmək, onların müqaisəsini aparmaq mümkündür. Material resurslarının maya dəyəri ilə qiymətləndirən zaman onu nəzərə almaq lazımdır ki, il ərzində onların qiymətləri dəyişə bilər. Eyni cins və növdən olan materialları müxtəlif qiymətlərlə əldə etmək olar.

İstehsalatda sərf olunan material ehtiyatlarının dəyərinə, onların alınıb gətirilməsindən başqa, emalına və hazır məhsul (iş, xidmət) vəziyyətinə gətirilməsinə xərclər də daxil edilir və nəticədə, məhsulun (işin, xidmətin) istehsal maya dəyəri formalaşır. Normativ metodla qiymətləndirmə uçot işlərinin səmərəli şəkildə aparılması, onlara çəkilən xərclərə qənaət edilməsi məqsədləri ilə tətbiq oluna bilər. Kütləvi və seriyalı istehsalat növlərində bitməmiş istehsal qalıqları da normativ metodla qiymətləndirilə bilər (Соколова, 2007).

Deyilənlərin reallığı əks etdirməyini görməmək olmaz və deməli, inkar etmək də olmaz. Ancaq onu da inkar etmək olmaz ki, müəssisənin özündən asılı olmayan səbəblər üzündən o, ləğv olunma haqqında qərar verə bilər, yaxud öz fəaliyyətinin həcmini əhəmiyyətli dərəcədə azaldar. Təbiidir ki, vəziyyətin pisləşdiyi bir şəraitdə ləğv olunma niyyətinin vaxtında bəyan edilməsi müəssisəni daha ağır vəziyyətlərdən xilas edə bilər (Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, 2007). Pulla ölçmə prinsipi demək olar ki, pulun yaranması tarixindən başlayaraq tətbiq olunur. Bu mənada qeyd edə bilərik ki, həmin prinsip ikili yazılış prinsipindən əvvəl meydana gəlmişdir. Həmin prinsipə görə maliyyə hesabatının bütün elementləri, o cümlədən gəlirlər və xərclər dəyərlə ifadə olunmalıdır və buna görə də dəyərləndirməlidirlər. Pulla ölçmə prinsipi olmadan ilkin məlulumatların aqreqasiyasını həyata keçirmək, gəlirlərlə xərcləri müqayisə etmək, maliyyə nəticəsini hesablamaq və s. uçot prosedurlarını tətbiq etmək mümkün olmazdı. Pul ilə ölçmənin müxtəlif metodları tətbiq olunur. Pul ilə ölçmə, əslində, maliyyə hesabatı elementlərinin maliyyə hesabatında tanınması üçün onların

dəyərinin pul məbləğlərinin müəyyən edilməsi prosesidir, bu da qiymətləndirmə adlanır. Prinsiplərdə və Konseptual əsaslarda maliyyə hesabatı elementlərinin qiymətləndirilməsinin aşağıdakı metodları təsbit edilmişdir:

- ✓ faktiki maya dəyəriylə qiymətləndirmə;
- ✓ bərpa dəyəriylə qiymətləndirmə;
- ✓ xalis satış dəyəriylə qiymətləndirmə;
- ✓ diskontlaşdırma dəyəriylə qiymətləndirmə.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. Bakı, “Qanun”, 2006. 704 s.
2. Azərbaycan Respublikasının “Mühasibat uçotu haqqında Qanun”-u. Bakı, 2004.
3. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi. “Hüquq ədəbiyyatı” nəşriyyatı. Bakı, 2007. 288 s.
4. "ANALYSIS OF FASB 117 (Financial Accounting Standards Board) "FINANCIAL STATEMENTS OF NOT-FOR-PROFIT ORGANIZATIONS"". Warren, Carl (2008). Survey of Accounting. Cincinnati: South-Western College Pub. pp. 128–132.
5. Helfert, Erich A. (2001). "The Nature of Financial Statements: The Income Statement". Financial Analysis - Tools and Techniques - A Guide for Managers. McGraw-Hill. p. 40.
6. "Presentation of Financial Statements" International Accounting Standards Board. Accessed 17 July 2010. pp 90-91
7. Professional English in Use - Finance, Cambridge University Press, p. 10
8. Smith's financial dictionary. Smith, Howard Irving. 1908. Income is defined as, “Revenue; the amount of money coming to a person or a corporation (usually interpreted as meaning annually) whether as payment for services or as interest or other profit from investment.”
9. http://www.muhasib.az/Muhasibat/Muhasib_index.php
10. http://www.muhasib.az/Meqale/meqale.php?id=29

Xidmət Müəssisələrində Malların Uçotu

Rəşid Quliyev

rashidquliyev1996@gmail.com

Xülasə

Mal ehtiyatı mövcud olan bütün cəmiyyətlərdə ictimai məhsullarının yaranması, bu məhsulların həcmi, quruluşu, yerləşdirilməsi və onlardan istifadə edilməsi sözügedən cəmiyyətin mühüm iqtisadi qanunu ilə təyin edilir. Bu nöqteyi-nəzərdən də bazar iqtisadiyyatı olan mühitdə, malların rolu və faydası tamamilə dəyişir, o, ticarətin vacib tərkib hissəsi hesab edilir. Ona görə ki, zəruri mal ehtiyatı əmələ gəlmədən onun satışının fasiləsizliyini təmin etmək mümkün deyildir. Məqalənin əsas məqsədi malların uçotu təhlilinin mövcud vəziyyəti, onun qorunması üzərində operativ nəzarəti daha da inkişaf etdirmək və malların uçotunun inkişafı istiqamətlərini təyin etməkdir. Bununla yanaşı, əsas məqsəd ticarət kommersiya qurumlarında mal uçotunun həyata keçirilməsi qaydasında mövcud çatışmayan cəhətlərinin və qüsurlarının üzə çıxarılması və ləğv edilməsi, mal uçotunun həyata keçirilməsi zamanı ortaya çıxan əməliyyatların mühafizə edilməsi və onlardan əlverişli şəkildə istifadə edilməsinə, malların optimal səviyyəsinin təyin edilməsinə və iqtisadi analizlərin aparılmasına şərait yaradacaq nəzəri və praktiki təkliflərin və tövsiyyələrin verilməsindən ibarətdir. Bu səbəbdən də, araşdırmanın məqsədinə əsasən bir sıra vəzifələrin həll edilməsi zəruridir. Məqalədə mal əməliyyatlarının mahiyyəti müəyyən edilmiş və bu əməliyyatların müəssisələrin uçot registrlərinə təsiri göstərilmişdir. Əlavə olaraq qanunvericiliyin və beynəlxalq standartların mal əməliyyatlarının aparılmasına dair tələbləri, mal əməliyyatlarının uçotunun təkmilləşdirilməsi üçün hazırlanmış təlimat xarakterli sənədlər analiz edilməsi, bu qaydalara uyğun səviyyədə uçotun qurulması üçün müəssislərin atmalı olduğu addımların müzakirə edilməsi bu mövzunun əhəmiyyətini daha da artırmaqdadır.

Açar sözlər : **Müəssisə, Xidmət Ehtiyatları, Xidmət Ehtiyatlarının Hərəkəti, Uçot**

Giriş

Bazar iqtisadiyyatı ticarətin dinamik və davamlı inkişafının təmin edilməsinə istiqamətləndirilmiş mexanizmlərin yaradılmasını tələb edir. Ticarət təşkilatlarının ciddi rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərməsi mal resursları ilə düşünülmüş manevr edilməsini, qəbul edilmiş qərarların dəqiq arqumentləşdirilməsini və əsaslandırılmasını nəzərdə tutur ki, həmin məsələlər mühasibat uçotunda formalaşan informasiyalar əsasında həll edilə bilər. Bu da öz növbəsində, informasiya təminatının əhəmiyyətini, mal əməliyyatlarının uçotu və onlara nəzarətin müxtəlif forma və metodlarının təkmilləşdirilməsini tələb edir. Əksər xidmət müəssisələrində idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri olan nəzarət-analitik informasiyalar vaxtında daxil olmadığından özünün operativliyini və əhəmiyyətini itirir.

Xidmət müəssisələrinin müasir idarəetmə fəaliyyəti gələcək iqtisadi prosesləri görməyə və rəqabət şəraitində kommersiya və maliyyə risklərini minimuma endirməyə imkan verən informasiyalara ehtiyacı artır. Belə informasiyaları yalnız mühasibat uçotu və hesabatı məlumatlarından əldə etmək mümkündür. Ölkəmizdə iqtisadiyyatın sürətli templə inkişaf etməkdə olduğu müasir dövrdə müxtəlif təsərrüfatçılıq formalarında fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatların təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətinin idarə edilməsinin mühasibat uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun təşkili və müasir iqtisadi vəziyyətin tələb etdiyi uçot informasiyalarının toplanması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Buna görə də ölkəmizdə mühasibat uçotunun Maliyyə hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarının tələblərinə uyğun şəkildə yenidən qurulması və təkmilləşdirilməsi istiqamətində mühüm işlər aparılır.

Mal əməliyyatlarının uçotunun düzgün təşkili və qiymətləndirilməsi maliyyə hesabatı istifadəçilərinin dürüst informasiya əldə etməsini və buna müvafiq olaraq əsaslandırılmış idarəetmə qərarlarının qəbul olunmasını təmin edir. Bütün bunlar, xidmət sferası müəssisələrində mal əməliyyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsi məsələləri milli mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsi sahəsində xüsusi aktuallıq kəsb edir. Sözügedən məsələlərin həlli ximdət sferası müəssisələrində malların uçotunun daha səmərəli təşkilini təmin edəcəkdir. Buna əsasən qeyd etmək olar ki, mal əməliyyatlarının uçotu və təhlilinə həsr edilmiş məqalə işi müasir dövrün tələblərinə cavab verir.

Beləliklə, xidmət sferası müəssisələrində mal əməliyyatlarının uçotu prosesisinin beynəlxalq standartlarının tələbləri əsasında təşkil edilməsi, müəssisədə baş vermiş təsərrüfat əməliyyatlarının uçot registerlərində yenilənmiş qaydalarla əks etdirilməsi, yeni şəraitdə idarəetmə hesabatı formalarının tərtib edilməsi və mal əməliyyatlarına dair yeni mühasibat müxabirləşmələrinin uçot registrlərində yığılması məsələlərinin, eləcə də malların uçotunun modelləşdirilməsi və səmərəli istifadəsinin təhlil edilməsi və qiymətləndirilməsi mövzunun aktuallığını səciyyələndirir.

Metod

Azərbaycan Respublikasında və dünya miqyasında mal ehtiyyatlarının uçotunun təşkilinin nəzəri, metodoloji və praktik problemlərinin araşdırılması tədqiqatın metodoloji və informasiya bazası sayılır. Tədqiqatın nəzəri-metodoloji və metodiki əsasını Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, Mühasibat uçotu haqqında qanunu, sahibkarlıq və müəssisələr haqqında Qanunlar, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin və Hökümətinin müvafiq sərəncamları və qərarları, Maliyyə Nazirliyinin təlimat xarakterli sənədləri, habelə tədqiq olunan problem üzrə xarici ölkələrinin görkəmli iqtisadçı alimlərinin və yerli alimlərin baxışları, elmi məqalələr və s. təşkil edir. Tədqiqat işində sosial-iqtisadi hadisələrin dərk olunmasında dünya elmi tərəfindən istifadə olunan iqtisadi təhlilin qruplaşdırma, müqayisə, amilli təhlil, sintez və digər üsullarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Müasir dövrdə uçot və təhlilin problemlərinin tədqiq edilməsi iqtisadiyyat sahələrinin və onların inkişafı xüsusiyyətləri nəzərə alınmadan mümkün deyildir. Ticarət milli iqtisadiyyatın mühüm sahələrindən və iqtisadi fəaliyyət növlərindən biri olmaqla malların tədavülünü, daha doğrusu, malların alqı-satqısını, eləcə də malların satışı prosesində alıcılara xidmət göstərilməsini, onların çatdırılmasını, malların saxlanması və satışa hazırlanmasını həyata keçirir. Məlum olduğu kimi, ticarət təşkilatlarının aktivlərinin böyük hissəsi mallardan ibarətdir, daha doğrusu, sonradan satış üçün alınmış maddi dəyərlərdir. Deyilən fikirlərlə yanaşı belə bir faktı unutmaq olmaz ki, həmin əməliyyatlar ticarət təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas hissəsini təşkil edir.

Ticarət təşkilatlarının fəaliyyəti malların malsatanlardan alınaraq müəyyən mal ehtiyatlarının formalaşdırılması və onların alıcılıra satılması ilə bağlı olan təsərrüfat fəaliyyəti növüdür. Təsərrüfat fəaliyyətinin bu növü davamlı bir proses olub, iqtisadi proseslərin içərisində çoxsaylı özünəməxsus xüsusiyyətlərə malik olması ilə fərqlənir. Məqalədə əsas analiz obyekti kimi ticarət təşkilatlarında mühasibat uçotunda mal əməliyyatlarının uçotu dairəsinə malsatanlardan (hüquqi və fiziki şəxslərdən) malların alınması, ticarət şəbəkəsinə daşınması və qəbul edilməsi, saxlanması, satış

məqsədi ilə qablaşdırılması, alıcılara göndərilməsi, ticarət təşkilatının daxilində yer dəyişmələri, malların hərəkətinə nəzarətin həyata keçirilməsi üçün inventarizasiyanın aparılması və bu qəbildən çoxsaylı təsərrüfat əməliyyatları daxildir. Mühasibat uçotunda sözügedən əməliyyatların vaxtında, tam və düzgün əks etdirilməsi ticarət təçkilatlarında malların idarə olunması və fəaliyyəti səmərəliliyinin təmin olunmasının mühüm şərtidir.

Hazırda malların uçotu zamanı onların iki təsnifatından istifadə olunur: fəaliyyət növləri üzrə (sintetik uçotun təşkili zamanı); texniki xarakteristikasına görə (analitik uçotun təşkili zamanı). Bununla əlaqədar fikrimizcə, malların fəaliyyət növləri, mülkiyyət hüququ, malgöndərənlər, saxlanma yerləri, maddi məsul şəxslər, vergitutma rejimi, qruplar, sortlar, dəst və partiyalar üzrə iqtisadi təsnifləşdirilməsi məqsədə uyğundur.

İqtisadi ədəbiyyatlarda ticarət fəaliyyəti iki istiqamətə bölünür: topdan ticarət və pərakəndə ticarət. Topdan ticarət malların iri partiyalarla alınması və iri partiyalarla satılması prosesini xarakterizə edir.Pərakəndə ticarət isə, malların irili xırdalı müxtəlif partiyalarla alınmaqla onların bir-bir, ədədlə, çəki ilə, ölçü ilə satışı səciyyələndirir. Qeyd edək ki, ticarətin bu iki növünü bir birindən fərqləndirən bir çox xüsusiyyətlərə malikdir. Belə ki, topdan ticarət təşkilatları istehsalçı ilə, pərakəndə ticarət təşkilatları isə istehlakçılarla daha yaxın təmasda olurlar. Pərakəndə ticarət sektoru alıcıların tələblərini daha yaxından öyrənmək imkanına malik olduqları halda topdan ticarət təşkilatları malsatanların iqtisadi potensialını öyrənmək imkanına malik deyillər. Lakin belə bir fikiri qeyd etmək yerinə düşər ki, topdan ticarət və pərakəndə ticarət sektorlarının hər biri öz imkan və fəaliyyətlərini vahid ticarət sferasında birləşdirməklə müştərilərin tələblərinin istehsalçıya çatdırılmasında mühüm rol oynayırlar. Beləliklə, istehlakçıların tələblərinin ödənilməsi məqsədi ilə topdan ticarət və pərakəndə ticarət sektorlarının özlərinə məxsus fəaliyyət sahələri formalaşmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, mal əməliyyatları ilə bağlı mikroiqtisadi səviyyədə uçot və hesabat məlumatları elə işlənməlidir ki, ehtiyac olduğu təqdirdə onların yekun informasiyalarını dünya miqyasında fəaliyyət göstərən müəssisələr və mütəxəssislər başa düşsünlər. Məsələyə bu mövqedən yanaşsaq, xidmət sferası müəssisələrində mal əməliyyatlarının uçotunun "Ehtiyatlar" adlı 2 saylı Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartına uyğunlaşdırılmasının vacibliyi başa düşüləndir. Azərbaycanda beynəlxalq standartların tam şəkildə tətbiq edilməsi üçün son dövrlərdə "Mühasibat uçotu haqqında" qanuna ciddi dəyişiklər qəbul edilmişdir və dəyişiklərin arasında 2018-ci ildə aparılan dəyişikliklər xüsusi yer tutur. Sözügedən standartda malların uçotu qarşısında duran vəzifələrlə bağlı olan bir sıra məsələlər verilmişdir. Burada ehtiyatların hansı aktivlərdən ibarət olduğu və onların tərkibinə malların da daxil edildiyi qeyd edilir:

Ehtiyatlara aşağıdakı aktivlər aiddir:

a) müəssisənin adi fəaliyyəti zamanı satış məqsədi ilə saxlanılan;
b) satış üçün istehsal prosesində hazırlanmaqda olan; və ya
c) istehsal və ya xidmətin göstərilməsi prosesində sərf edilən xammal və materiallar formasında çıxış edən

Funksional təyinat baxımında mal əməliyyatlarının uçotu qarşısında duran vəzifələri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- ticarət təşkilatının ümumi fəaliyyətinin idarə edilməsi üzrə;
- mal əməliyyatlarının idarə edilməsi və təşkili üzrə;
- mal ehtiyatlarının formalaşdırılması, səmərəli istifadəsi və saxlanması üzrə;
- mal əməliyyatlarının mühasibat uçotunda və maliyyə hesabatında əks etdirilməsi üzrə;
- mal əməliyyatlarının idarəetmə uçotunda əks etdirilməsi üzrə;
- mal əməliyyatlarının statistikası üzrə və s.

Ticarət təşkilatlarının fəaliyyətinin səmərəli idarə edilməsi məqsədi ilə mühasibat uçotunun qarşısında aşağıdakı mühüm vəzifələr qoyulur:daxil olan əmtəə-material dəyərlilərinin tam və vaxtında mədaxil edilməsi:

- mədaxil və məxaric sənədlərinin vaxtında və düzgün rəsmiyyətə salınması;
- mal və taralar üzrə müəyyən edilmiş əskikgəlmə, xarabolma və müqavilə şərtlərinə qarşı digər kənarlaşmalar üçün malsatanlara iddianın vaxtında təqdim edilməsi;
- mal və taraların inventarizasiyasının keyfiyyətlinin yüksəldilməsi və onun nəticələrinin vaxtında rəsmiyyətə salınması;
- satılmış, malsatanlara qaytarılmış və itki kimi müəyyən edilmiş malların vaxtında və əsaslandırılmış qaydada silinməsi;
- mal satışı planının icrası və malalanlarla hesablaşmaların vəziyyətinin qiymətləndirilməsi;
- mal dövriyyəsinin artırılması ilə əlaqədar təkliflərin hazırlanması.

Ticarət təşkilatlarında malların və taraların uçotun qarşısında duran vəzifələrin müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsi onların aşağıdakı prinsipləri əsasında təmin edilə bilər:

1. Uçot və plan göstəricilərinin vahidliyi;
2. Maddi-məsul şəxslər üzrə mal və digər maddi dəyərlilərin natural və dəyər ifadəsində uçotunun təşkili;
3. Malların mədaxili və məxaricə silinməsi zamanı vahid qiymətdən istifadə;
4. Mal və taraların hərəkəti və mövcudluğuna dair maddi-məsul şəxslərin hesabatlarının təyin edilmiş müddətdə təqdim edilməsi;
5. Mal və taraların qalığının inventarizasiya yolu ilə yoxlanması;
6. Vaxtaşırı aparılmış qarşılıqlı yoxlama yolu ilə maddi-məsul şəxslərin fəaliyyəti üzərində nəzarətin təşkil edilməsi.

Malların mədaxil edilməsi və satışı zamanı onların qiymətləndirilməsinin vahidliyi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Əks halda süni çatışmazlıq və ya malqalığı artıqlığı yaranır. (Salahov, 2014).

Mühasibat uçotunun daima inkişaf edən ölkələrin təcrübəsi və nəzəriyyəsi göstərir ki, iqtisadi subyektlərin idarə olunması üçün onun materiallarından istifadə olunmasına ənənəvi fikir və yanaşmaların yenidən nəzərdən keçirilməsini tələb edilir. Malların hərəkətinin təşkili formaları ticarət təşkilatlarında bütövlükdə mühasibat uçotunun təşkilinə ciddi təsir göstərir. Bunlarla yanaşı, vurğulamaq olar ki, malların pərakəndə hərəkətinin uçotunun təşkili və malların satışından maliyyə nəticələrinin formalaşması qaydası ticarət malların təşkilatının uçot siyasətində seçdiyi qiymətləndirmə variantlarından - satış qiymətindən, alış qiymətindən və əldə etmə qiymətindən istifadə etməsindən çox asılıdır.

Mallarla bağlı bütün əməliyyatlar qanunvericiliyin tələblərinə uyğun şəkildə sənədləşdirilməli və uçota alınmalıdır. Malların əldə olunması və təqdim edilməsi əməliyyatları zamanı, həmçinin yerdəyişməsi zamanı tərtib olunmalı sənədlər qanunvericilkdə özəksini tapmışdır. Rəsmiləşdirmə zamanı "Ciddi hesabat blanklarının forma və rekvizitlərinin təsdiq edilməsi haqqında" 2016-cı il tarixli qərarında dəyişikliklər edilməsi barədə qərarı, "Ticarət və ictimai iaşə fəaliyyəti sahəsində vergitutma məqsədləri üçün gəlirlərin və xərclərin uçotunun aparılması qaydaları", Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinin, Mühasibat uçotu haqqında qanunun tələbləri yerinə yetirilməlidir.

Mühasibat uçotunun hesablar planında malların da daxil olduğu ehtiyatlar aşağıda göstərilən mühasibat hesabları üzrə təsnifləşdirilir:

Cədvəl 1. Ehtiyatların təsnifatı.

20	**Ehtiyatlar**
201	Material ehtiyatları
202	İstehsalat (iş və xidmət) məsrəfləri
203	Tikinti müqavilələri üzrə məsrəflər
204	Hazır məhsul
205	Mallar
206	Satış məqsədi ilə saxlanılan digər aktivlər
207	Digər ehtiyatlar
208	Ehtiyatların dəyərinin azalmasına görə düzəlişlər

Mənbə : http://www.e-qanun.az/framework/34909 (30.01.2017)

Mallar- sözün geniş mənasında yenidən satış məqsədi ilə əldə edilən və saxlanılan dövriyyə ehtiyatlarıdır. Mallar iki kəmiyyətin ən aşağısı ilə qiymətləndirilməlidir: satışın maya dəyəri və satışın mümkün xalis qiyməti ilə. Malların maya dəyəri onların əldə edilməsi (alış qiyməti, idxal rüsumu, digər əvəzləşdirilməyən vergilər, nəqliyyat, ekspedisiya xərcləri, vasitəçilərə xərclər və bu qəbildən digər xərclər) və çatdırılması ilə əlaqədar xərcləri özündə birləşdirir. Malların maya dəyərinin müəyyən edilməsi zamanı aşağıdakı metodlardan istifadə edilir. (Жуков, 2013)

- faktiki xərclər;
- normativ xərclər;
- pərakəndə qiymət.

Malların sintetik uçotu 205 saylı "Mallar" hesabında aparılır və malların qalığını, daxil olmaları və məxarici özündə əks etdirir. Malların mövcudluğu və hərəkəti haqqında daha dolğun informasiya

əldə etmək məqsədi ilə onların analitik uçotunun aparılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. (İsmayılov, Əhmədov, Bədəlov və Həşimova, 2014).

Mallar xarakteristikasına görə 205 saylı hesabın subhesablarında uçota alınır:

Cədvəl 2. Malların xarakteristikasına görə subhesabları.

Subhesab	Adı	Qeyd
205.1	Topdanticarət anbarlarında mallar və tara	Topdan və bölüşdürücü bazalarda, anbarlarda, ictimai iaşə müəssisəsinin anbarında olan mallar və onların hərəkəti uçota alınır
205.2	Pərakəndə ticarətdə mallar	Pərakəndə ticarət müəssisələrində (mağazalarda, kiosklarda və b. olan mal qalıqları və onların hərəkəti uçota alınır
205.3	Mal altında və istifadə olunmuş taralar	Mal qalıqları altında olan və boş taraların (pərakəndə ticarətdə və ictimai iaşə müəssisəsinin bufetlərində olan şüşə qablar istisna olmaqla) mövcud olması və onların hərəkəti uçota alınır
205.4	Alınmış məmulatlar	Sənaye və digər istehsal fəaliyyətini həyata keçirən təşkilatlar malların mövcudluğunu və hərəkəti uçota alınır
205.5	İcarə əşyaları	İcarə əşyalarının mövcudluğu və hərəkəti uçota alınır

Mənbə : http://www.e-qanun.az/framework/34909 (30.01.2017)

Ticarət müəssisələrində əsaslandırılmış idarəetmə qərarlarınnı qəbul edilməsi məqsədi ilə malların mövcudluğunu və hərəkəti haqqında daha dolğun informasiya əldə etmək üçün onların struktur bölmələri, maddi məsul şəxslər və malların adları üzrə analitik uçotunu təşkil etmək məqsədə uyğundur.

Analitik uçot dövriyyə cədvəllərindən və ya qalıq metodundan istifadə etməklə hər bir anbar, bölmə, digər saxlanma yerləri, onların daxilində isə hər bir mal, mal qrupu, subhesablar və sintetik hesablar kəsiyində aparılır.

Qeyd etmək olar ki, dövriyyə cədvəllərindən istifadə edilməklə nomenklatura üzrə uçotun iki variantı tətbiq edilir:

- hər bir mal növünə mühasibatlıqda miqdar-dəyər kartoçkası açılır. Mühasib həmin sənəddə anbar və bölmələr tərəfindən mühasibatlıq xidmətinə təqdim edilən ilkin uçot sənədləri əsasında malların hərəkəti əks etdirilir (anbar uçotu təkrar edilir, lakin anbar uçotunda yalnız miqdar uçotu aparılır);
- müsibatlıqda analitik uçot aparılmır, bütün mədaxil və məxaric sənədləri nomenklatura nömrələri üzrə qruplaşdırılır, ay ərzində mədaxil və məxaric üzrə yekun çıxarılaraq dövriyyə cədvəlinə yazılır.

Mal və taraların sintetik uçotu 205 saylı "Mallar" sintetik hesabının müvafiq subhesabında aparılır. Bu hesab aktiv olub, mal və taraların daxil olması və onların dəyərini artıran digər əməliyyatlar onun debtində, satışı, buraxılışı, sair məxarici və dəyərini azaldan digər əməliyyatlar isə kreditdə əks olunur. (Николаева və Блицау, 2004).

Mal dövriyyəsinin təhlili prosesində pərakəndə mal dövriyyəsinin necə in¬kişaf etməsi, onun artım templərinin qənaətbəxşliyi, strukturunda əmələ gələn dəyişikliklərin ticarət təşkilatı üçün faydalılığı, bu əsas fəaliyyətinin effektliliyi, habelə obyektiv və subyektiv amillərin mal dövriyyəsi üzrə planın yerinə yetirilməsinə və dinamikasına təsiri öyrənilir.

Mal dövriyyəsinin təhlilinin əsas vəzifələri:

1. Mal dövriyyəsi üzrə planın yerinə yetirilməsini, ayrı-ayrı mallara alıcıların tələbatının ödənilməsini təyin etmək;
2. Mal dövriyyəsi üzrə planının reallığının və optimallığının qiymətləndirilməsi;
3. Mal dövriyyəsinin həcminə təsir edən amillərin və onlarının təsirinin müəyyən edilməsi;
4. Mal dövriyyəsi üzrə planın icrasında təşkilatın maddi-texniki bazasından, mal və əmək resurslarından istifadə dərəcəsinin qiymətləndirilməsi;
5. Mal dövriyyəsinin artırılması üzrə əməli təkliflərin hazırlanması.

Pərakəndə mal dövriyyəsinin təhlili prosesində plan məlumatlarından, müəssisənin biznes-planından, mühasibat (maliyyə) və statistik hesabatlardan, cari uçot məlumatlarından, təşkilatın iqtisadi və sosial inkişafına dair taktiki və strateji proqnozlardan, uçotdankənar informasiyalardan, müvafiq norma və normativlərdən, qüvvədə olan qanunverici və normativ aktlardan, malsatanlarla bağlanılan müqavilələrdən, şəxsi müşahidə və xronometraj məlumatlarından, idarəetmə qərarlarından, ümumi yığıncaqların materiallarından, dövri mətbuat materiallardan, qiymət indekslərindən inventarizasiya məlumatlarından, maddi məsul şəxslərin hesabatlarından və digər mənbələrdən istifadə edilir.

Mal əməliyyatlarının uçotu kifayət qədər detallı məlumatların toplanmasını və onların daim izlənməsini, hərəkətinin fasiləsiz uçota alınmasını tələb edir. Belə bir vəziyyətdə yalnız sistemli qaydada uçot aparan bir müəssisə bu məlumatları daim uçot registerlərindən əldə edə və analiz edə bilər.

Nəticə

Məqalədə şərh olunan məsələlərdən belə nəticəyə gəlmək olar ki, müasir dövrdə xidmət sferasının müəssisə və təşkilatlarında mal əməliyyatlarının uçotunun Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarının tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Xidmət ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olması, istifadəsi, qalıqları, məsrəf normaları haqqında məlumatlar bu sahədə nəzarət tədbirlərinin düzgün formada təşkil etməyə imkan verir. Çox təəssüf ki, bir çox sənaye müəssisələrində yuxarıdakı məlumatları operativ şəkildə əldə etmək demək olar ki, mümkün deyil. Buna uçotun avtomatlaşdırılması yolu ilə nail olmaq olar. Bu səbəbdən də müəssisələrdə mühasib uçotunun aparılması isə ilə məğul olan işçilərin və digər əlaqəli xidmət işçilərinin işi analiz edilərək tam avtomatlaşdırılması imkanları müəyyənləşdirilməli, yüksək hesablama texlogiyasının geniş yayıldığı bir vaxtda vahid informasiya bazası sistemi qurulmalı və əldə olunan məlumatlar bu bazada toplanmalıdır. Belə olan halda vahid bazada toplanmış elektron

formada olan informasiyanı istənilən vaxt analiz etmək və müxtəlif formada elektron hesabatları qısa zamanda əldə etmək olar.

Məqalədə xidmət müəssisələrində mal əməliyyatlarının sənədləşdirilməsi və uçotunun aparılmasında müasir komputer texnologiyalarının tətbiq edilməsi araşdırılmış, pərakəndə ticarət və ictimai iaşə müəssisələrində mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsi məqsədilə "Azmühasib" mühasibat uçotu proqramları paketinin tətbiq edilməsi imkanları araşdırılmışdır. Araşdırmalar nəticəsində müasir dövrdə pərakəndə ticarət müəssisələrində mal əməliyyatlarının sənədləşdirilməsi və uçotunun bu proqramın istifadəsi ilə aparılmasının məqsədəuyğun olduğu müəyyən edilmişdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov Q.Ə., Səbzəliyev S.M. və b. Mühasibat (maliyyə) uçotu. Dərslik. Bakı, "X.K.B. və Roliqrafiya", 2003, 580 səh.
2. Salahov Ə.S. Mühasibat uçotu və mühasibat tapşırıqları. Dərs vəsaiti. Azərbaycan Turizm Institutunun nəşriyyatı. Bakı, 2014
3. Ismayılov M., Əhmədov Y., Bədəlov Q., Həşimova S. Mühasibat uçotu üzrə praktikum və tapşırıqlar toplusu. Dərs vəsaiti. Bakı, "Mütərcim" nəşriyyatı, 2014, 368 səh.
4. Зайцев Н.Л. (2008) Экономика промышленного предприятия, Москва, -526 с
5. Иванов И.Н. (2010) Экономика предприятия, Москва., -456 с
6. Бухгалтерский учет: учебник / под ред. П.С.Безруких. –М. : Бухгалтерский учет, 2004. – 733 с.
7. Жуков В.Н. Основы бухгалтерского учета: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб. : Питер, 2013. – 336 с.
8. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учеб. пособие. – 3-е изд.,перераб.и доп. – М. : ИНФРА–М, 2001. – 635 с. s.261
9. Проскуровская Ю.И. Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие. – 3–е изд.,испр.и доп. – М. : Омега-Л, 2005. – 279 с.
10. Николаева Г.А., Блицау Л.П. Бухгалтерский учет в торговле. М.: ДИС, 2004. - 384 с.].
11. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin saytı: WWW.maliyye.gov.az
12. Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyi Normativ hüquqi aktların vahid internet elektron bazası: WWW.e-qanun.az

Müəssisənin Uçot Siyasətinin Mahiyyəti və Təkmilləşdirilməsi Əsasları

Əbilli Nurlan
nurlan.abilli1997@gmail.com

Xülasə

"Uçot siyasəti" ifadəsi iki anlamda başa düşülür: 1) dövlətin uçot siyasəti, 2) müəssisənin uçot siyasəti. Dövlətin uçot siyasəti dedikdə, ölkədə bir mikroiqtisadi idarəetmə aləti kimi mövcud olan mühasibat uçotu sistemlərinin müvafiq iqtisadi və sosial məqsədlərə uyğun yönləndirilməsi sahəsində dövlət tərəfindən formalaşdırılan və yeridilən ölkədaxili iqtisadi siyasətin tərkib hissəsi başa düşülür. Müəssisənin uçot siyasəti dedikdə isə ölkədə dövlət tərəfindən yeridilən uçot siyasəti şəraitində və onun təsiri ilə formalaşmış olan mövcud mühasibat uçotu mühitində, mühasibat uçotunun təşkili və aparılmasına dair qüvvədə olan normativ-hüquqi aktların müəssisəyə verdiyi müstəqillik çərçivəsində müəssisənin özü tərəfindən həmin normativ-hüquqi aktların tələblərinə uyğun onun öz maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin uçotda əks etdirilməsinin bir sıra xarakterik xüsusiyyətlərini əhatə edən konkretləşdirilmiş müddəaların məcmusu başa düşülür. Müəssisənin uçot siyasəti müəssisənin özü tərəfindən müstəqil olaraq təyin edilir və formalaşdırılır. O, müəssisədə mühasibat uçotunun aparılmasının bir sıra elə müddəalarını özündə ehtiva etdirir ki, onlar mühasibat uçotunun təşkili və aparılmasına dair qüvvədə olan normativ-hüquqi aktların müəssisəyə verdiyi müstəqillik çərçivəsində müəssisənin öz maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətlərinə uyğun şəkildə konkretləşdirilmiş və bununla da müəssisə tərəfindən normativ-hüquqi aktlarda göstərilən bir neçə üsul arasında seçim edilmişdir. Bu məqalədə müəssisənin uçot siyasətinin mahiyyətinin nəzəri və nomativ-hüquqi məsələlərindən bəhs edilir.

Açar sözlər: uçot siyasəti, qaydalar, yanaşmalar.

Giriş

Ölkəmizin iqtisadiyyatının tərkibini çoxsaylı müəssisələr təşkil edir. Bir sıra digər yanaşmalardan imtina etsək, ölkə iqtisadiyyatının çoxsaylı müəssisələrin məcmusundan ibarət olduğunu demək olar. Hər bir müəssisənin də özünəməxsus olan maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti vardır ki, onları da birləşdirilmiş axın formasında təsəvvür etdikdə, ölkədə baş verən iqtisadi prosesləri görmək olur. İqtisadi proseslər daimi idarəolunan bir axındır. Onları idarə etmək iqtisadi inkişafın idarə edilməsinin və ölkə iqtisadiyyatının məlum hədəflərə doğru yönləndirilməsinin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bütövlükdə ölkə miqyasında baş verən iqtisadi proseslərin idarə edilməsinin mexanizmi ayrı-ayrılıqda hər bir müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin idarə edilməsi ilə birbaşa bağlıdır. Müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin idarə edilməsində isə mühasibat uçotu vacib alət rolunu oynayır. Müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin gedişatının mühasibat uçotunda necə əks etdirilməsinin bir sıra məsələləri isə müəssisənin uçot siyasəti ilə müəyyən edilir. Bu baxımdan müəssisənin uçot siyasəti onun maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin mühasibat uçotunda əks etdirilməsi alətlərindən biri kimi qəbul edilir.

Müəssisənin uçot siyasətinin formalaşdırılması əsasları

Ölkəmizdə müəssisənin uçot siyasəti mühasibat uçotunun təşkili elementi kimi formal olaraq keçən əsrin 90-cı illərindən istifadə olunmağa başlamışdır. Müəssisənin uçot siyasəti haqqında "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 1994-cü ildə qəbul edilmiş variantında göstərilmişdir (Qanun, 1994). 23 yanvar 1997-ci il tarixdə Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin İ-5 №-li əmri ilə "Müəssisələrin Uçot Siyasəti haqqında Əsasnamə" təsdiq edilmiş və bir müddət müəssisənin uçot siyasəti həmin təlimat sənədi ilə tənzimlənmişdir. Azərbaycan

Respublikası Maliyyə Nazirliyi tərəfindən qəbul edilmiş "Müəssisələrin Uçot Siyasəti haqqında Əsasnamə" nümunəvi əsasnamə funksiyasını yerinə yetirməklə, Azərbaycan Respublikasında mühasibət uçotu sisteminin tənzimlənməsi üçün yaradılmış hüquqi normativ sənədlərdən biridir və bu sahədə yaradılmış digər hüquqi normativ sənədləri nəzərə almaqla, mühasibat uçotu sisteminin tənzimlənməsinin ən ümumi əlaqə formalarını özündə əks etdirir və həmçinin, "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununa və qüvvədə olan digər mühasibat uçotu standartlarına əsaslanmaqla, müəssisələrdə mühasibat uçotunun aparılması üsullarının ən ümumi əlaqə formalarından bəhs edir (Qanun, 2004). 2006-cı ildən sonra isə müəssisənin uçot siyasəti mühasibat uçotunun milli və beynəlxalq standartları ilə tənzimlənməyə başlamışdır. Hal-hazırda bu tənzimləmə "Uçot siyasəti, uçot qiymətlərində dəyişiliklər və səhvlər üzrə" Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartı ilə aparılır (11 №-li Standart, 2006). Bununla yanaşı, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi tərəfindən qəbul edilmiş "Müəssisələrin Uçot Siyasəti haqqında Əsasnamə" bir nümunəvi əsasnamə səviyyəsində təlimat sənədi olmaqla, öz əhəmiyyətini itirməmişdir (Müəssisələrin Uçot Siyasəti haqqında Əsasnamə).

Müəssisənin uçot siyasətinə yanaşmalar

Müəssisənin uçot siyasətinin mahiyyətinin araşdırılmasında ona müxtəlif iqtisadçı alimlərin necə yanaşdıqları uçot siyasətinin mahiyyətinin dərk edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Mühasibat uçotu sahəsində ciddi tədqiqatların müəllifləri olan məşhur iqtisadçı alimlərin müəssisənin uçot siyasətinin mahiyyətinə dair fikirlərinə nəzər salmaq tədqiq edilən məsələyə xeyli aydınlıq gətirir.

Mühasibat uçotu sahəsində bir çox araşdırmaların, dərslik, dərs vəsaitləri və monoqrafiyaların müəllifi olan məşhur iqtisadçı alim V.P.Astaxova görə (Astaxov, 2014, s. 475) müəssisənin uçot siyasəti əsasən əmlakın və öhdəliklərin təyin edilməsi zamanı təsərrüfat fəaliyyətinin xüsusiyətlərini nəzərə alaraq təqdim edilmiş bir neçə variantlardan münasib bir variantın seçilməsindən ibarətdir.

N.N.Balaşova görə müəssisənin uçot siyasəti mühasibat uçotunun aparılması üçün müəssisələr tərəfindən seçilmiş təlimat və qaydaların məcmusudur (Balaşova, 2005).

Y.A. Babaev müəssisənin uçot siyasətini onun maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin mühasibat uçotunda real əks etdirilməsi üçün unikal vasitə adlandırmış və ona 3 aspekdən yanaşmışdır: birincisi, uçot işinin keyfiyyətcə dəyişməsində həqiqi liberallaşmaya nail olmaq; ikincisi, yeni standartların tətbiqinə və mühasibat işinin təkmilləşdirilməsinə şərait yaratmaq; üçüncüsü, köhnə sistemdən yeni sistemə keçid zamanı bir çox məsələlərin həllinə və beynəlxalq təcrübənin tətbiqinə nail olmaq (Babaev, 2011).

A.İ.Qomola və V.E.Kirilova görə müəssisənin uçot siyasəti elə bir qaydalar, təlimatlar, göstərişlər, direksiyalar və metodların məcmusudur ki, onların köməyi ilə mühasibat və vergi uçotunun aparılması istiqamətləndirilir.

V.V.Anosovun fikrincə, müəssisənin uçot siyasəti mühasibat uçotunun təşkilində təqdim edilmiş üsul və ya variantlardan istifadə edərək aktiv və öhdəliklərin qiymətləndirilməsi və uçotunun aparılması qaydalarıdır (Anosov, 2005).

Müəssisənin uçot siyasətinin mahiyyəti və məzmununa dair tanınmış iqtisadçı alimlərin təyin etdikləri anlayışların məzmunundan göründüyü kimi, müəssisənin uçot siyasəti ilə mühasibat

uçotunun məlum metodları arasında sıx qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Bizim fikrimizcə, müəssisənin uçot siyasəti həmin müəssisədə tətbiq edilən mühasibat uçotunun metodlarının daha konkret şəkildə tətbiq edilməsinə xidmət göstərən alətdir.

Müəssisədə uçot siyasətinin formalaşdırılmasının əsas məqsədi və şərtləri

Bizim fikrimizcə, müəssisənin uçot siyasətinin əsas məqsədi dəqiq göstərilmiş təlimat və metodların məcmusuna əsaslanaraq, təsərrüfat əməliyyatlarının iqtisadi məzmununun sadələşdirilmiş formada ifadə ediləsinə və tipikləşdirilərək, mümkün qədər eyniləşdirilməsinə, onların uçotunun aparılmasında reqlamentləşdirmə üsullarının tətbiqinə, müəssisədaxili sənəd dövriyyəsi sxeminin hazırlanmasına, müəssisənin aktiv və öhdəliklərinin tanınması və qiymətləndirilməsinə, maliyyə hesabatının müasir standartların tələbləri əsasında formalaşdırılmasına əvəzsiz yardım etməkdən ibarətdir. Həmçinin, yuxarıda göstərilən məsələlərin həllində və mühasibat uçotunun aparılmasında istifadə edilən çoxsaylı metodların aşağıdakı məzmunda bölüşdürülməsinə istiqamətləndirilmişdir:

- Təsərrüfat fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və aktivlərin dəyərinin ölçülməsi;
- Sənəd dövriyyəsinin təşkili və inventarizasiya;
- İşçi hesablar planının tətbiqi və uçot sistemlərinin istifadə edilməsi;
- Informasiyanın daxil edilməsi, emalı və yekunlaşdırılması ardıcıllığı və digərləri.

Müəssisədə uçot siyasətinin formalaşdırılmasının əsas şərtlərinindən biri maliyyə hesabatlarında müəssisənin gələcək fəaliyyətini şərtləndirən və düzgün qərarların verməsində rəhbərliyə kömək edən, əlavə məlumatların və aidiyyatı informasiyaların daxil edilməsinə və seçilməsinə olan tələb və sərbəstlikdir. Bu təkcə maliyyə hesabatlarının dəqiqliyi və şəffaflığı məsələsi deyil, həm də bu hesabatda əks etdirilən informasiyalara münasibətdə maraqlı tərəflərin etibarının artması və qərarların qəbulunda onların istifadəsi deməkdir.

Müasir uçot siyasətinin qəbul edilməsində digər əsas məqamlardan biri müəssisə və təşkilatlarda mühasibat uçotunun və maliyyə hesabatının Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına keçirilməsi ilə əlaqədar olaraq bir çox məsələlərin öz əksini tapmasıdır. Bu məsələdə göstərmək lazımdır ki, adətən milli mühasibat uçotu sistemlərində uçot siyasəti daha sərt reqlamentləşdirilmiş olduğundan, bəzi məsələlər onların mahiyyətindən çox, formal olaraq qəbul edilməsinə üstünlük verilməsinə istiqamətlənir, bu isə mühasibat uşotunun ümumi qəbul edilmiş prinsipləri ilə ziddiyyət təşkil edir. Bu məsələdə çıxış yolu olaraq, mühasibat uçotunun hər iki sistemlərinin, yəni beynəlxaq və milli mühasibat uçotu sistemlərinin bir-birinə yaxınlaşdırılmasının vacibliyi vurğulanır. Yəni, müəssisədə mühasibat uçotu siyasətinin hazırlanmasında əsas olaraq müəssisəyə faydalı məlumatların yığılmasına və şəffaflıq məsələlərinə diqqət verilməlidir ki, əks təqdirdə vacib qərarların qəbulunda problemlər yarana bilər.

Müəssisənin uçot siyasətinin muhasibat uçotunun beynəlxalq standartlarının tələblərinə uyğunlaşdırılması

Ümumilikdə götürüldikdə isə müəssisənin uçot siyasəti Muhasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarının tələbləri ilə tənzimlənir. Ancaq uçot siyasəti üzrə daha çox istinad edilən standartlar “Uçot siyasəti, uçot qiymətlərində dəyişiliklər və səhvlər üzrə” Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartı və “Maliyyə hesabatlarının təqdimatı üzrə” Kommersiya

Təşkilatları üçün 1 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartıdır. Belə ki, "Uçot siyasəti, uçot qiymətlərində dəyişiliklər və səhvlər üzrə" Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartını incələsək görərik ki, bu standartın əsas məqsədi və başlıca istiqaməti daha çox uçot siyasətinin təyin edilməsi deyil, artıq təyin edilmiş uçot siyasətində baş verəcək və ya baş vermiş dəyişikliklər zamanı uçot siyasətinin seçilməsi üçün istifadə olunan meyarların təyin edilməsidir. Bəs müəssisə uçot siyasətini təyin etdikdə hansı standarta müraciət etməlidir? Bu suala elə 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartı özü cavab verərək göstərir ki, "uçot siyasətində dəyişikliklərə aid açıqlama tələbi istisna olmaqla, uçot siyasəti üzrə açıqlama tələbləri "Maliyyə hesabatlarının təqdimatı üzrə" Kommersiya Təşkilatları üçün 1 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartıda təqdim edilmişdir" (11 №-li Standart, 2006).

"Maliyyə hesabatlarının təqdimatı üzrə" Kommersiya Təşkilatları üçün 1 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartı konkret şəkildə təyin edir ki, muəyyən standart xüsusi olaraq hər hansı əməliyyata, digər hadisə və ya şərtlərə tətbiq edildikdə, həmin əməliyyat, hadisə və ya şərtlərə tətbiq ediləcək uçot siyasəti müvafiq Milli Mühasibat Uçotu Standartında göstərilən uçot siyasəti olmalıdır. Lakın uçot siyasətinin tətbiq edilməsinin nəticəsi əhəmiyyətli olmadıqda, həmin siyasətin tətbiq edilməsi tələb olunmur. Müəssisənin maliyyə vəziyyətinin, maliyyə nəticələrinin və ya pul vəsaitlərinin hərəkətinin muəyyən səviyyədə təqdim ediməsi məqsədilə Milli Mühasibat Uçotu Standartlarından əhəmiyyətli olmayan kənarlaşmalara yol vermək və ya onları düzəldilməmiş saxlamaq məqbul sayılmır.

Bəzən elə olur ki, müəssisələrdə hər hansı əməliyyat, digər hadisə və ya şərtlərə xüsusi olaraq tətbiq edilə biləcək standart mövcud olmasın. Onda muəssisə rəhbərliyi aşağıdakı meyarlara cavab verən məlumatların təqdimatı ilə nəticələnəcək uçot siyasətinin hazırlanması və tətbiq edilməsi üçün şəxsi mühakimələrinə əsaslanmalıdır: a) məlumat, istifadəçilərin iqtisadi məqsədli qərarlar qəbul etməsi tələblərinə müvafiq olmalıdır; və b) maliyyə hesabatlarının aşağıdakı meyarlara cavab verməsi baxımından etibarlı olmalıdır:

- muəssisənin maliyyə vəziyyətini, maliyyə nəticələrini və pul vəsaitlərinin hərəkətini ədalətli şəkildə əks etdirməlidir;
- əməliyyatların, digər hadisə və şərtlərin yalnız hüquqi formasını deyil, iqtisadi mahiyyətini əks etdirməli və tamlıq prinsipinə uyğun olmalıdır;
- neytral, yəni qərəzsiz olması ilə yanaşı, həm də ehtiyatlılıq prinsipinə uyğun olmalıdır;
- bütün əhəmiyyətli baxımlardan tamamlanmış olmalıdır.

"Uçot siyasəti, uçot qiymətlərində dəyişiliklər və səhvlər üzrə" Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartında uçot siyasətinin seçilməsi ilə əlaqədar olaraq göstərilir ki, yuxarıda adı çəkilən düşüncələri tətbiq etdikdə, muəssisə rəhbərliyi aşağıdakı mənbələrə gostərilmiş ardıcıllıqda istinad etməli və onların tətbiq edilməsi mümkünlüyünu nəzərdən keçirməlidir:

- Milli Muhasibat Uçotu Standartlarında oxşar məsələlər üzrə nəzərdə tutulan tələblər və gostərişlər;
- Konseptual Əsaslarda açıqlanmış aktivlər, öhdəliklər, gəlir və xərc anlayışları, onlar üzrə tanınma meyarları və qiymətləndirilmə konsepsiyaları.

Müəssisə, hər hansı Standartın müəyyən maddələri qruplaşdıraraq onlara müxtəlif uçot siyasətini tətbiq etməyi tələb etməsi və ya icazə verməsi halı istisna olmaqla, müvafiq uçot siyasətini qəbul edərək, oxşar əməliyyatlar, digər hadisə və şərtlər üzrə ardıcıl şəkildə uçot siyasəti tətbiq etməlidir. Əgər hər hansı Standart muəyyən maddələrin bu məqsədlə qruplaşdırılmasına icazə verərsə və ya tələb edərsə, onda müvafiq uçot siyasəti seçilməli və həmin maddələr qrupuna ardıcıl şəkildə tətbiq edilməlidir. Konseptual Əsaslar uçot siyasətinin tətbiqi zamanı "ardıcıllığın" vacib olduğunu vurğulayır, lakin bu, o demək deyil ki, nə vaxtsa qəbul edilən uçot siyasəti heç zaman dəyişdirilməməlidir. Bəzən, yeni Milli Mühasibat Uçotu Standartı müəssisədə tətbiq olunan cari siyasətdən fərqli siyasətin tətbiq olunmasını müəyyən etdiyi halda, və ya mövcud siyasətin köhnəldiyi və yeni siyasətin maliyyə hesabatlarının istifadəçilərinə daha uyğun maliyə məlumatları təmin edəcəyi səbəbindən, müəssisənin uçot siyasətində dəyişiklik etmək zərurəti yarana bilər.

Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartının məqsədinə aid olan 2-ci maddəsində göstərilir ki: "Bu Standartın məqsədi uçot siyasətində və uçot qiymətlərində edilən dəyişikliklərə və səhvlərin düzəldilməsinə dair məlumatın açıqlanması və uçot qaydaları ilə yanaşı, uçot siyasətinin seçilməsi və dəyişdirilməsi üçün istifadə olunan meyarların müəyyən olunmasından ibarətdir (11 №-li Standart, 2006). Bu məqsəd aşağıdakı istiqamətlər üzrə genişləndirilə bilər: "Uçot siyasətini seçmək tələb olunduğu zaman müəssisəni təlimat, yəni lazım olan prosedurlar və mülahizələr ilə təmin etmək; Müəssisənin mövcud uçot siyasətinin dəyişdirilməsinə yol verən şərtlər; Uçot siyasətinin dəyişdirilməsi zamanı aparılacaq uçot; Müəssisə uçot qiymətini dəyişdirməli və ya keçmişdə buraxılmış səhvi düzəltməli olduğu zaman aparılacaq uçot; Uçot siyasətində hər hansı dəyişikliklər, uçot qiymətlərinin və keçmişdə buraxılmış səhvlərin düzəldilməsi üzrə hesabatlara qeydlərdə ediləcək açıqlamalar" (11 №-li Standart, 2006).

Müəssisələr hər zaman Milli Mühasibat Uçotu Standartları tərəfindən tələb olunan xüsusi uçot siyasətini tətbiq etməlidirlər. Milli Mühasibat Uçotu Standartları uçot siyasətinin seçilməsinə yol verərsə, müəssisə, yalnız Milli Mühasibat Uçotu Standartları tərəfindən icazə verilən uçot siyasətləri arasından seçim edə bilər.

Nəticə və təkliflər

Nəticə etibarı ilə qeyd etmək olar ki, müəssisənin uçot siyasəti mühasibat uçotunun yeni standartların tələblərinə uyğun təşkil edilməsində əvəzedilməz təşkiledici alət olmaqla, onun beynəlxalq standartlara uyğun formalaşdırılması və düzgün tətbiq edilməsi mühasibat uçotunun həmin standartların tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsini təmin edəcəkdir. Ona görə də ölkəmizdə fəaliyyət göstərən çoxsaylı müəssisə və təşkilatlarda mühasibat uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsi üçün bütün müəssisələrdə uçot siyasətinin düzgün formalaşdırılmasına və onun müasir standartların tələbləri çərçivəsində tam gücü ilə tətbiq edilməsinə hərtərəfli dəstək verilməsini təklif edirik.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu. Bakı, 1994
2. "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu. Bakı, 2004

3. “Uçot siyasəti, uçot qiymətlərində dəyişikliklər və səhvlər üzrə” Kommersiya Təşkilatları üçün 11 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartı. Bakı, 2006
4. Müəssisələrin Uçot Siyasəti haqqında Əsasnamə. (Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi tərəfindən qəbul edilmişdir)
5. V.P. Astaxov. Теория бухгалтерского учета: Учебник для вузов. М.: Финансы и статистика, 2014. -351 с.
6. Балашова.Н.Н. Как упростить работу и сэкономить с помощью учетной политики // Главбух. - 2005. - №2. - с. 60-74.
7. Бабаев Ю.А. Теория бухгалтерского учета: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. -304 с.
8. Hacıyev N.Z., Cəfərov N.İ. Müəssisənin uçot siyasəti və onun əsas istiqamətləri. Bakı, 2008. -247 s.
9. Аносов В.В. Учетная политика. Какие новшества? // Двойная запись. - 2005. -№12. - с. 22-23.

Azərbaycanın İstehsal Müəssisələrində Maliyyə Axınlarının İdarə Edilməsinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili

Pərvin İbrahimova

ibrahimovaa_pervin@mail.ru

Xülasə

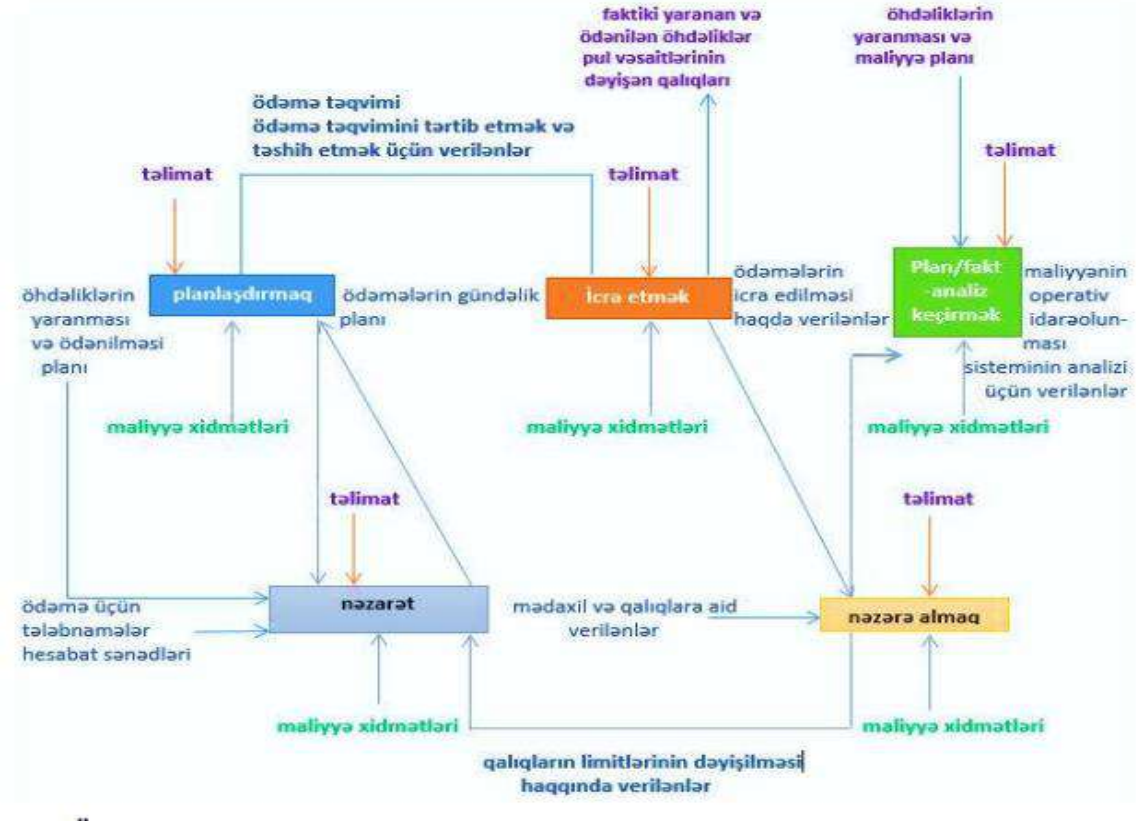
Məqaələnin əsas məqsədi istehsal müəssisələrində maliyyə menecmentinin təkmilləşdirilməsi məsələlərinin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Eyni zamanda maliyyə menecmentinin nəzəri metodoloji əsaslarının formalaşması və təkmilləşməsi istiqamətində müxtəlif təkliflərin verilməsi nəzərdə tutulmuşdur.İstehsal fəaliyyətinin idarə edilməsi konsepsiyasının işlənib hazırlanması mütəxəssislərin və rəhbərlərdən yüksək peşəkarlıq, eyni zamanda menecment sahəsində dərin nəzəri biliklərin olmasını tələb edir. Hazırki dövrdə menecment müəssisə və təşkilatlarda həyata keçirilən müxtəlif sosial-iqtisadi proseslərə geniş şəkildə tətbiq olunur.Dünya təcrübəsində olduğu kimi Azərbaycanda menecmentin xüsusi formaları yayılmışdır.Buna misal olaraq maliyyə menecmeti, innovasiya menecmenti,işçi heyətinin menecmenti və s. misal göstərmək olar.İstehsal müəssisələrində maliyyə menecmenti maliyyə sisteminin bütün elementlərinə nüfuz edir və bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə strukturunun ən mühüm tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Maliyyə menecmentinin əsası qısamüddətli və uzunmüddətli dövrdə maliyyə axınlarının səmərəli təşkili, istifadə edilməsi amillərinə əsaslanan və maliyyə xidmətlərinin fəaliyyət istiqamətlərini müəyyənləşdirən maliyyə siyasətidir.İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə investisiyaların qoyuluşu Azərbaycan iqtisadiyyatının sürətli inkişafının zəruri şərtlərindən biri sayılır. İstehsal müəssisələrinə maliyyə axınlarının təşkili zamanı iqtisadiyyatın təşəkkülü və inkişafı təmin edilir, müəssisələr modernləşdirilir, yeni əmtəə və xidmətlərin istehsalının mənimsənilməsi təmin edilir. Lakin müasir investisiya prosesinin bütün müsbət cəhətlərinə baxmayaraq, bir çox mütəxəssislər tərəfindən Azərbaycanda investisiya mühitinin hələ də lazimi səviyyədə olmamasının əsas səbəbləri aşağıdakılar hesab edilir: investisiya qanunvericiliyinin nöqsanları, bank sisteminin qeyri-sabitliyi; mülkiyyətçilərin hüquqlarının müdafiə olunmaması; investisiya siyasətinin xarici investorlara yönümlülüyü; idarəetmə strukturlarının potensial yerli investoru maraqlandırmaq arzusunda olmaması və ya bunu bacarmaması.

Açar sözlər: Maliyyə, İstehsal, Müəssisə

Giriş

Maliyyə idarə olunmasının kompleks sistemi dedikdə müəssisənin strateji, taktiki, operativ səviyyədə maliyyə idarəolunması nəzərdə tutulur.

Sxem 1. İstehsal müəssisələrində maliyyə axınlarının operativ idarəolunması sisteminin funksional strukturu və mexanizmi



Mənbə: OvciyechukM.F.(2016), s.45

Qeyd etmək lazımdır ki, maliyyənin operativ idarəolunma sistemi müəssisənin işlədiyi bir ay intervalı ərzində qəbul etdiyi məsələlərin həllini əhatə edir. Bununla əlaqədar olaraq, nəzərə almaq zəruridir ki, daha yüksək səviyyəli maliyyə planlaşdırmasının inkişafının kifayət olmadığı səviyyəsində, maliyyənin operativ idarəolunma sisteminin girişində kifayət qədər informasiya olmur.(Cloutier, George., 2019).

Təcrübə göstərir ki, müəssisənin menecmenti bir qayda olaraq, maliyyə sahəsində idarəetmə mexanizminin modifikasiyasına məhz operativ funksiyalardan başlayır. Belə halda maliyyənin operativ idarəolunma sistemini qurarkən bir tərəfdən zərurilik yaranır ki, məsul şəxslərin aylıq interval kəsiyində pul vəsaitlərinin və öhdəliklərin hərəkətinin son qiymətlərini almağa imkan verən müvəqqəti planlaşdırma mexanizmi qurulsun. Əks halda məsul şəxsin ödəmələrinin limitini müəyyən etmək mümkün olmayacaq. Digər tərəfdən, perspektivdə taktiki səviyyədə maliyyənin operativ idarəolunma sisteminin təkmilləşdirilməsinə baxmaq zəruridir. Maliyyənin operativ idarə olunma sistemindən qurulan strukturun şərtləri ilə zidiyyətlərin yaranmasının mümkünlüyünü kənar etmək zəruridir. (Ovsiyçuk M.F.,2016: s.45).

Müəssisələrinin inkişafına imkan yaradan maliyyə axınlarının idarə olunması sistemini yaratmaq məsələsini həll etmək üçün maliyyə xidməti strukturunda xəzinə yaradır. Onun köməkliyi ilə maliyyə direktoru vaxtında rentabelliyin aşağı düşməsinin, likvidliyin, biznesin qiymətinin mümkün problemlərini proqnozlaşdıra bilər, səbəblərini tapa bilər, uyğun arzu olunmayan proseslərin qarşısının

alınması üçün və ya xəbərdarlıq edilməsi üçün tədbirlər təklif edə bilər.(Giacomino, Don E, Mielke, D.E, (2013).

İstehsal müəssisələrində xəzinə funksiyalarının mərkəzləşdirilməsi müəssisələr arasında maliyyə resurslarının effektiv olaraq yenidən bölüşdürülməsinə, dövriyyə aktivlərinin strukturunun idarəolunmasına, depozitlərdə daha sərfəli şərtlərlə pul vəsaitlərinin yatırılmasına və həmçinin törəmə müəssisələrinin işinin maliyyələşdirilməsi üçün, investisiya məqsədi üçün kreditlərin cəlb olunmasına imkan yaradır. Mərkəzləşdirilmiş maliyyə axınlarında holdinqin ümumi maliyyə riski aşağı düşür, bu isə kapitallaşmağa müsbət təsir edir. Şaquli inteqrasiya olunmuş struktur xərcləri minimallaşdırmağa və gəlirlərin artırılmasına imkan yaradır.(Bee, Judy, 2015: s.102).

Müəssisə səviyyəsində maliyyə axınının düzgün idarə edilməməsi nəticəsində Azərbaycan iqtisadiyyatının ayrı-ayrı sahələrində zərərlə işləyən müəssisələrin sayının artması meyili müşahidə olunur.

Cədvəl 1. Azərbaycan iqtisadiyyatının ayrı-ayrı sahələrinin zərərlə işləyən müəssisələri. Sahənin müəssisələrinin ümumi sayında xüsusi çəkisi, faizlə

Sahələr	**2010-cu il**	**2018-ci il**
Sənaye	6,1	42,0
Kənd təsərrüfatı	2,1	9,0
Tikinti-quraşdırma təşkilatları	2,5	26,6
Nəqliyyat	1,0	37,8
Rabitə	0,4	54,0
Ticarət	**7,9**	62,0

Mənbə: https://www.azstat.org/MESearch/details?lang=az&type=3&id=5873&departament=15 (01.01.2019)

Adı çəkilən istehsal sahələrinin maliyyə fəaliyyətinin nəticələrinin təhlili göstərir ki, bütövlükdə Azərbaycan iqtisadiyyatı üzrə zərərin miqdarı 2018-ci ildə 802,7 milyon manat və ya 2010-cu ildəkindən 3,6 dəfə çox təşkil etmişdir.

Cədvəl 2. Müəssisə və təşkilatların bank ssudaları və qarşılıqlı hesablaşmalar üzrə vaxtı keçmiş borcları, milyon manatla

Vaxtı keçmiş borclar	**2010-cu il**	**2018-ci il**
Bank ssudaları üzrə	68,2	492,9
Qarşılıqlı hesablaşmalar üzrə	792,0	1313,1

Mənbə: https://www.stat.gov.az/menu/6/catalogue_st_p/catalogue_2018.pdf (01.01.2019)

Azərbaycan Respublikasında müəssisə və təşkilatların bank ssudaları və qarşılıqlı hesablaşmalar üzrə vaxtı keçmiş borcları 2018-ci ildə 1806 milyon manat və ya 2010-cu ildəkindən 2,4 dəfə çox təşkil etmişdir.

İstehsal müəssisələrində aparılan yenidənqurma, genişləndirmə, texniki təminatın genişləndirilməsi, avadanlıq və texnologiyaların alınması, informasiya-kommunikasiya vasitələrinin tətbiq edilməsinə çəkilən xərclərin məcmusu isə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar adlanır.

Cədvəl 3. Azərbaycanda investisiyadan maliyyə mənbələri üzrə istifadə edilməsi (fəaliyyətdə olan faktiki qiymətlə)

Maliyyə məntəqələri	2015		2016		2017		2018		2019	
	Həcmi min. manat	Ümumi həcmdə Xüsusi çəkisi,%	Həcmi min. manat	Ümumi həcmdə Xüsusi çəkisi,%	Həcmi min. manat	Ümumi həcmdə Xüsusi çəkisi,%	Həcmi min. manat	Ümumi həcmdə Xüsusi çəkisi,%	Həcmi min. manat	Ümumi həcmdə Xüsusi çəkisi,%
Əsas kapital investisiyaların cəmi	967.8	100	3786.4	100	4922.8	100	5769.8	100	6234.5	100
O cümlədən maliyyə mənbələri üzrə										
Müəssisə və təşkilatların öz vəsaiti	689.2	71.2	3108.1	82.1	4213.7	85.6	4767.0	82.6	4407.6	70.7
Əhalinin şəxsi vəsaiti	45.3	4.7	122.2	3.2	216.1	4.4	331.8	5.7	239.1	3.8
Bank kreditləri	131.9	13.6	187.3	5.0	268.3	5.4	372.1	6.4	425.0	6.8
Büdcə vəsaitləri	284	2.9	110.6	2.9	118.5	2.4	193.6	3.4	883.5	14.2
Başqa təşkilatların borc vəsaitləri	12.3	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-
Büdcədən kənar fondların vəsaiti	8.3	0.9	26.5	0.7	13.2	0.3	72.7	1.3	257.7	4.1
Sair vəsaitlər	52.6	5.4	231.8	6.1	93.0	1.9	32.8	0.6	21.5	0.4

Mənbə: www.stat.gov.az (01.01.2019)

Ölkəmizdə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların texnoloji quruluşuna qiymət verərkən aydın olur ki, 2001-ci ildə həmin investisiyaların 50,4%-i tikinti- quraşdırma işlərinə, 31,7%-i maşın, avadanlıq və inventarların alınmasına və 17,9%-i isə sair işlərə sərf edilmişdir. 2019-cu ildə həmin nisbət uyğun olaraq: 42,6%; 23,5% və 33,9%; 15,9% və 51,3% təşkil etmişdir. Son iki ildə sair xərclərə yönəldilən investisiyaların xüsusi çəkisinin artması bütünlükdə əsas vəsaitlərin aktiv hissəsinin yeniləşməsinə öz mənfi təsirini göstərmişdir.

Metod

Məqalənin metodunu iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, qrafik tədqiqatlar, ekonometrik təhlili, E-views programı əsasında hesablamalar, Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller: ADF) testi təşkil edir.

Analiz

Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələri təyinatlı üç müəssisənin: «SƏBA ASC», «Milk Pro MMC» və "Karmen" istehsal müəssisələrinin maliyyə hesabatlarından istifadə edərək onlarda müəssisələrdə maliyyə axınlarının təşkilinin müasir vəziyyətini araşdıraq.

Cədvəl 4. «SƏBA ASC» Müəssisəsi, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC balans aqreqatlarının strukturu, min manat (2016-2019-ci illər)

Balansın maddələri	"SƏBA ASC"		«MİLK PRO MMC»Süd Zavodu		"Karmen" MMC	
	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Dövriyyə kapitalı	333,5	476,7	286,8	297,5	325,3	423,3
Əsas kapital	56,0	103,1	100,4	119,0	130,1	169,3
Xüsusi kapital	81,9	203,5	143,4	200,4	258,8	326,2
Pul vəsaitləri	103,4	143,0	114,7	129,0	81,3	105,8
Öhdəliklər	295,6	376,3	243,8	226,1	125,6	163,4
o cümlədən:						
uzunmüddətli öhdəliklər	125,3	186,1	154,9	182,6	175,1	194,2
qısamüddətli öhdəliklər	198,1	124,2	80,5	74,6	125,6	163,4
Sair Öhdəliklər	110,1	252,1	105,2	151,5	103,5	145,3
Məhsul satışından gəlir	1591,3	1973,6	573,6	2082,5	2602,4	2751,5
İstehsal xərcləri	335,4	1263,1	372,8	1457,8	1665,5	1595,9
Mənfəət	187,9	179,3	101,8	273,7	494,5	522,8

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi, istehsal müəssisələrinin maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərin artması meyli müşahidə olunur. Bərabər bazar münasibətləri şəraitində işləmələrinə baxmayaraq istehsal müəssisələri öz maliyyə vəsaitlərini müxtəlif cür idarə edirlər. Maliyyə axınlarının təşkilinə cəmiyyətlərin fərqli yanaşmaları xüsusi kapital və borc kapital arasındakı nisbət ilə müəyyən edilir.

Metodologiya və Dəyişənlər

Müəssisənin maliyyə axınlarının düzgün təşkili şirkətin gəlirliliyinə birbaşa təsir edir. Maliyyə idarəçiliyində tətbiq olunacaq strategiyalar şirkətin gəlirliliyinə müsbət və ya mənfi təsir göstərə bilər.

Müəssisənin maliyyə axınlarını idarə etmək istehsal müəssisələri üçün çox əhəmmiyyətli strategiyalardan biridir. Tədqiqatımızda analizləri aparmaq üçün şirkətlərin illik balans hesabatlarından əldə edilmiş dəyişənlər istifadə edilmişdir. Bu dəyişənlər, xalis pul vəsaitləri, cəmi aktivlər, cəmi kapital, cəmi öhdəliklər, cari likvidlik və cəmi gəlirlərdir.(Thomas. M. Hill və Myron J. Gordon, Accounting: A, 2018: s.60).

Ekonometrik model və empirik nəticələr

Tədqiqatımızın bu bölümündə illik dövriyyələrinin 500 min manata yaxın və üzərində olan Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 3 şirkətin «SƏBA ASC», «Milk Pro MMC» və "Karmen" istehsal müəssisələrinin 2016-2019-cu il aralığını əhatə edən datalardan istifadə edilmişdir. Tədqiqatımızda əsasən böyük şirkətlərin ələ alınmasında məqsəd sahibkarlıq və yönətim ayrımı olmayan şirkətləri ələ almaqdır. Datalar şirkətlərə mail ataraq, şəxsi müraciətlər edilərək və eyni zamanda rəsmi saytdan hesabatlar əldə edilmişdir. Ümum Daxili Məhsul dataları isə Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika saytından əldə edilmişdir.

Analizlər aparmaq üçün dəyişənlər olaraq, cəmi aktivlər, cəmi kapital, cəmi məcmu gəlir, xalis pul vəsaitləri, cəmi öhdəliklər və cari likvidlik dəyişənləri istifadə edilmişdir.

Tədqiqatımızda hipotez olaraq aşağıda göstərilən hipotezlər üzərinə analizlər aparılacaq.

Hipotez 1: Müssisənin maliyyə axınlarının dövriyyə əmsalı ilə şirkətin xalis gəlir marjası arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 2: Cari likvidlik nisbəti ilə şirkətin xalis gəlir marjası arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 3: Borclanma əmsalı ilə şirkətin xalis gəlir marjası arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 4: Maliyyə axınlarının dövriyyə əmsalı ilə şirkətin aktivlər üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 5: Cari likvidlik nisbəti ilə şirkətin aktivlər üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 6: Borclanma əmsalı ilə şirkətin aktivlər üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 7: Maliyyə axınlarının dövriyyə əmsalı ilə şirkətin kapital üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 8: Cari likvidlik nisbəti ilə şirkətin kapital üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Hipotez 9: Borclanma əmsalı ilə şirkətin kapital üzərində geri dönüş nisbəti arasında pozitiv əlaqə vardır.

Tədqiqatımızın nəticəsi Azərbaycanda müxtəlif şirkətlər üzərində tətbiqi baxımından önəmli hesab edilir. Bunun əsas səbəbi aparılmış analizlərlə bağlı olaraq gələcəkdə şirkətlərin strategiyaları müəyyənləşdirilməklə birlikdə maliyyə axınları strategiyasının müəyyənləşdirilməsində tədbiq ediləcəkdir. Analizlər zamanı Haussmann testindən istifadə edilmişdir. Haussmann testindən əlavə olaraq reqressiya analizləri aparılmışdır. Analizlərin nəticələri aşağıda verilmişdir.

Cədvəl 5. Empirik nəticələr

Haussmann Testi		
Variable	Fixed	Random
İncome margin	0,1868	0,0206
Returns of assets	0,0000	0,0000
Capital returms	0,0000	0,0000

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Yuxarıdakı cədvəldə haussmann testi nəticələri verilmişdir. Burada istehsal müəssisələrinin maliyyə vəsaitlər əsas dəyişən, xalis gəlir marjası, aktivlər və kapital dəyişənləri isə asılı dəyişən olaraq ələ alınmışdır. Nəticələrə baxacaq olduqda sabit və random olmaq üzrə iki fərqli test nəticəsi görülməkdədir. Burada əsas məqsəd modelimizdə sabit model və ya random modelinin daha effektli olacağını tətqiq etməkdir. Nəticələrin probilitə dəyərlərinə nəzər yetirdikdə random modelinin daha effektli olduğunu görməkdəyik. Belə ki, Random modelində üç asılı dəyişənin probilitə dəyərləri 0.05-dən kiçikdir. Buradan da müəssisənin maliyyə axınları ilə kapital, gəlirlər və aktivlər arasında pozitiv bir əlaqə olduğunu söyləmək mümkündür.

Cədvəl 6.Haussmann testi (gəlirlər və aktivlər arasında)

Haussmann Testi		
Variable	Fixed	Random
Returns of assets	0,9986	0,9910
İncome margin	0,0000	0,0000
Capital returms	0,9962	0,8359

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Yuxarıdakı cədvəldə Haussmann testi nəticələri verilmişdir. Burada cari likvidlik əsas dəyişən, xalis gəlir marjası, aktivlər və kapital dəyişənləri isə asılı dəyişən olaraq ələ alınmışdır. Nəticələrə baxacaq olduqda sabit və random olmaq üzrə iki fərqli test nəticəsi görülməkdədir. Burada əsas məqsəd modelimizdə sabit model mi yoxsa random model mi daha effektli olacağını araşdırmaqdır. Nəticələrin probilitə dəyərlərin nəzər yetirdiyimizdə hər iki modeldə də aktivlər və kapitalın probilitə dəyərlərinin 0.05-dən böyük, gəlirlərin probilitə dəyərlərinin isə 0.05-dən kiçik olduğunu görməkdəyik. Belə ki, bu nəticələrə görə cari likvidlik ilə kapital və aktivlər dəyişənləri arasında neqativ bir əlaqə olduğu görülməkdədir. Ancaq likvidlik ilə gəlirlər arasında pozitiv bir əlaqə olduğu müşahidə edilmişdir.

Cədvəl 7. Haussmann testi (likvidlik və gəlir arasında)

Haussmann Testi		
Variable	Fixed	Random
Returns of assets	0,0000	0,0000
İncome margin	0,2590	0,0000
Capital returms	0,5323	0,0000

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Yuxarıdakı cədvəldə Haussmann testi nəticələri verilmişdir. Burada borclanma əmsalı əsas dəyişən, xalis gəlir marjası, aktivlər və kapital dəyişənləri isə asılı dəyişən olaraq ələ alınmışdır. Nəticələrə baxacaq olduqda sabit və random olmaq üzrə iki fərqli test nəticəsi görülməkdədir. Burada əsas məqsəd modelimizdə sabit modelmi yoxsa random modelmi daha effektli olacağını araşdırmaqdır. Nəticələrin probilitə dəyərlərin nəzər yetirdiyimizdə random modelinin daha effektli olduğunu görməkdəyik. Belə ki Random modelində üç asılı dəyişənin də probilitə dəyərləri 0.05-dən kiçikdir. Buradan da Random modeli nəticlərinə əsasən borclanma əmsalı ilə akitvlər, kapital və gəlirlər dəyişənləri arasında pozitiv bir əlaqə vardır. R^2, tənzimlənən R^2, Durbin-Watson testi, reqressiyanın standart həddi kimi digər analiz statistikası aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir:

Cədvəl 8. Reqressiyanın standart həddi

Variables	**Coefficients**	**Std. errors**
CONSTANT	0,9863	2461682,0000
	(-42255,2700)	
AKTİVLƏR	0,0000	0,0059
	(0,0322)	
BORCLANMA	0,0001	0,0376
	(-0,1475)	
GƏLİR	0,9360	5,8315
	(-0,4685)	
KAPİTAL	0,0000	0,0490
	(0,5351)	
LİKVİDLİK	0,9942	5,8308
	(0,0426)	

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Sabit əmsalı 0,9863 olaraq müsbət çıxmışdır. Bu dəyərlərə görə aktivlərdə olan yüzdə birlik 1 artım müəssəsənin nağd vəsaitlərində 0.0322 faiz artacağını, borclanmada olan yüzdə 1 artım nağd vəsaitlərdə 0.1475 faizlik bir azalmaya səbəb olacaqdır. Digər bir dəyişən kapital və likvidlikdə də 1 faizlik bir artım zamanı nağd vəsaitlərdə 0.5351 və 0.0426 faizlik bir artım gözlənməkdədir. Gəlir dəyişəninə baxdığımızda 1 faizlik bir artım zamanı nağd vəsaitlərdə 0.4685 faizlik bir azalma olacağı görülməkdədir. Teori olaraq bu dəyişən müəssisənin maliyyə axınlarına pozitiv təsir etsə də statistik olaraq tədqiqatımızda neqativ təsir göstərmişdir.

Cədvəl 9. Statistika

Summary Statistics	
R-squared	0,6791
Adjusted R-squared	0,6708
S.E. of regressions	0,2889
F-statistic	0,0000
Durbin-Watson on Stat	1,1072

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

R2 dəyərinə baxdığımızda yüksək nəticə olduğu görülməkdədir. Ancaq F- statistik dəyəri probilitə dəyəri 0.05-dən kiçik olduğu görülməkdədir. Burdan da modelimizin mənalı olduğu görülməkdədir. Ancaq R^2 dəyərinə baxdığımızda modelimizdə reqressiya analizi nəticələrində dəyişənlər arasında reqressiya problemi olduğu görülmüşdür. Durib-Watson test statistikası isə qalıqlar arasında korelyasiya tapmaq üçün istifadə edilməkdədir.

Nəticə

Azərbaycanın istehsal müəssisələrində maliyyə axınlarının idarə edilməsinin analizi edərkən ümumilikdə aşağıdakı nəticələrə gəlmiş oluruq:

1.Maliyyə axınları müəssisənin istehsal-kommersiya fəaliyyəti prosesində baş verir və maliyyə fəaliyyətinin son nəticələrinə təsir edir. İstehsal müəssisələrində maliyyə axınlarının idarə edilməsi müəssisənin bütün maliyyə resurslarının idarə edilməsi sisteminin mühüm tərkib hissəsidir.

2.Bazar münasibətləri şəraitində istehsal müəssisələrində maliyyə axınlarının effektiv idarə edilməsi maliyyə menecmentinin təşkilinin mühüm alətinə çevrilib, çünki müəssisənin fəaliyyətinin yüksək son nəticələrinə nail olmağın əsas yolları istehlak bazarında cəmlənmişdirir.

3.İstehsal müəssisələrində maliyyəl axınlarının idarə edilməsi kontekstində buraxılmış ciddi nöqsanlar nəticəsində son illər Azərbaycan iqtisadiyyatının ayrı-ayrı sahələrinin zərərlə işləyən müəssisələrinin sayı, müəssisə və təşkilatlarının bank ssudaları və qarşılıqlı hesablaşmalar üzrə vaxtı keçmiş borcları xeyli artmışdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Səmədzadə Ş. Ə. (2013). İstehsal menecmenti, Bakı, Elm, 1-358
2. Giacomino, Don E, Mielke, D.E, (2013). Cash Flows: Another Approach to Ratio Analysis. Journal of Accountancy, March 2013, 55-57..
3. Bee, Judy (2015.). Keeping Tabs on Cash Flow: If you're not, your office could be leaking money. Medical Economics. 2 December , 1-210
4. Cloutier, George. (2019). Solve Your Cash-Flow Problem to Stay in Business. Business Week. July, 1-148.
5. Thomas M. Hill & Myron J. Gordon, Accounting: A (2018). Management Approach, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 56-72
6. Овсийчук М.Ф. (2016). Управление активами и методика финансирования. Аудитор, № 5,. 44-48

7. http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf
8. http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf,
9. http://senaye.gov.az/catalogue/Catalogueswf/assets/downloads/page0030.pdf)
10. http://www.esenaye.az/index.php?action_space=company_detail|144|main_page&company_id=144
11. https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3
12. https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3
13. https://www.azstat.org/MESearch/details?lang=az&type=3&id=5873&departament=15
14. https://www.stat.gov.az/menu/6/catalogue_st_p/catalogue_2018.pdf
15. www.stat.gov.az

İctimaiyyətlə Əlaqələr (PR) Fəaliyyətində İnternetin Rolu

Süleymanlı Zöhrə

suleymanlizohre@gmail.com

Xülasə

Bu gün firmanın imicinin formalaşmasında İctimaiyyətlə əlaqələr (İƏ) fəaliyyəti firmaların gözardı edə bilmədiyi xüsusi bir əhəmiyyətə malikdir. İctimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətində məqsədli auditoriyaya çatmaq və məlumat əldə etmək, rabitə texnologiyalarındakı inkişafla bağlı olaraq daha da asanlaşdı. Bu mühit firmalara, təşkilatlara rəqabətə davam gətirərək daim bir addım qabaqda olmağa imkan vermişdir. Bir çox kampaniyaların da uzunmüddətli uğuru marketinq kommunikasiyalarının inteqrasiyasından, İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyalarından (İKT) və xüsusi ilə son zamanlar ünsiyyət mərkəzi kimi sayılan internetdən səmərəli şəkildə istifadə edilməsindən irəli gəlir. Bu baxımdan da internet firma və hədəf auditoriya arasında qarşılıqlı əlaqə yarada biləcək ən vacib Kütləvi İnformasiya Vasitələrindən (KİV) biridir. İnternet vasitəsi ilə firmalar və şəxslər asanlıqla özünü tanıda, əlaqə yarada və lazımi məlumatları əldə edə bilərlər. İnternetin ucuzluğu, ondan istifadənin rahatlığı və məsafədən asılı olmayaraq asanlıqla yayılması İctimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyəti üçün əhəmiyyətli olan iki tərəfli, qarşılıqlı əlaqəni maksimum səviyyədə həyata keçirməyə şərait yaradır. İnternetdən və onun əsas qollarından biri olan sosial mediadan istifadə edən bir çox müəssisələr müsbət nəticələr əldə etsələr də, onların İƏ fəaliyyəti üçün verdiyi bir sıra mənfi cəhətləri də vardır. Bu məqalədə İctimaiyyətlə əlaqələr və internet haqqında anlayışlar, onlar arasındakı əlaqə və internetin İƏ üçün əhəmiyyəti, internetdən dünya üzərində istifadə statistikası, internetdən istifadə edərək ölkələrin əldə etdiyi gəlirlər haqqında geniş izah verilib.

Açar sözlər : İctimaiyyətlə Əlaqələr, Kütləvi İnformasiya Vasitələri, İnternet, Məqsədli Auditoriya

Giriş

Rabitə texnologiyalarının inkişaf etməsi həm firmalara həm də hədəf auditoriyaya təsir etmişdir. Son zamanlarda texnoloji sahələrdə inkişafın artması qloballaşmanın təsirlərini artırsa da, firmaların çata biləcəyi hədəf kütlələrin sayının artmasına, qlobal bazarların yaranmasına səbəb olmuşdur. Eyni zamanda İKT-nin inkişafı qısa müddət ərzində hədəf kütləni firma, məhsul və ya xidmət haqqında məlumatlandıracaq bir mühit yaratmışdır. İKT-nin inkişafı ilə yanaşı son illərdə İƏ fəaliyyəti də sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Xüsusilə firmalar tərəfindən İƏ fəaliyyətində hədəf kütlə ilə daha yaxşı əlaqə yaratmaq üçün internetdən istifadə artmışdır. İnternet layihələrin planlaşdırılması və həyata keçirilməsi, işçi heyətinin idarə edilməsi kimi bir çox fəaliyyət zamanı çox tez-tez istifadə edilən bir vasitə olmuşdur. (Cutlip, Center, & Broom, 2000)

İƏ fəaliyyətində internetdən istifadə edərkən diqqət edilməsi lazım olan 3 əsas xüsusiyyət var:

1. Sızdırma: məlumatların hədəf auditoriyadan kənara ötürülməsi
2. Şəffaflıq: firma daxilindəki fəaliyyətlər xaricindəki sistemlər vasitəsilə araşdırılmalıdır
3. Nümayəndəlik: internet şəkillərin və mesajların bir şəxsdən digərinə sürətlə yayılması üçün ən uyğun vasitədir. Bəzi internet saytlarının ön plana çıxması buna misaldır

İƏ fəaliyyətində internetdən istifadə bir çox üstünlüklərə malikdir. Həmin üstünlüklər aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Qısa müddət ərzində geniş hədəf kütlələrə çatmaq imkanı
2. Hədəf kütlənin firma ilə bağlı fikirlərini qısa müddət ərzində öyrənə bilmə imkanı
3. Hər hansı bir məhsula aid xüsusiyyətləri və ya məhsulla bağlı yeni məlumatları hədəf kütləyə çatdırmaq imkanı

4. Hədəf kütləni daha aşağı xərclərlə və qısa müddətə öyrənmə və məlumatlandırma imkanı

İƏ fəaliyyəti üçün internetdən istifadə zamanı vacib olanlar e-poçt, veb saytlar, sosial mediya, forumlar və xəbər qrupları, bloqlar, sponsorluq və axtarış sistemləridir.

Veb saytlar firmalar ilə əlaqə yaradan və bu əlaqəni davam etdirməyə görə ən çox istifadə olunan və ən təsirli vasitələrdəndir. Aparılan araşdırmalara görə internetdən istifadənin 75%-ni veb saytdan istifadə əhatə edir. İş dünyasının hər bir sektorunda internet və veb səhifələrin qurulmasını dəstəkləyən kampaniyaların tərtibatı ilə bağlı olan mövzularda İƏ üzrə mütəxəssislərə müraciət edən müştərilərin sayı artmaqdadır. İƏ agentlikləri arasında müştərilərin bu istiqamətdəki ehtiyaclarını ödəmək üçün xüsusi şöbələr quranlar da vardır. Veb saytlar müəssisələr arası, müəssisə daxili və müştər yönlü olaraq üç hissəyə ayrılır.(Babacan, 2008)

Veb saytın aid olduğu müəssisə və ya şəxsin özünü ən yaxşı tanıtması və lazımi məlumatların ən uyğun şəkildə təsnif olunduğu səhifələr yaradılmalıdır. Veb saytın ana səhifəsi asan, dizaynı yorucu olmamlıdır, məlumatlara ən qısa yollarla çatmaq və sürətli bir şəkildə giriş etmək mümkün olmalıdır. Bunlarla yanaşı qarşılıqlı əlaqə yaradılmasına xüsusi diqqət ayrılmalıdır. Bütün bunların düzgün şəkildə reallaşdırılması müəssisəyə qarşı bir güvənin yaranmasına səbəb olacaqdır.

İnternet texnologiyası və sosial əlaqələr sosial media anlayışını yaratdı. Həmçinin soaial media sosial şəbəkə və sosial ünsiyyət saytları olaraq da adlandırılır. Sosial mediya insaların fikirlərini və məlumatlarını internet vasitəsilə paylaşılmasıdır. Sosial media adında media olmasına baxmayaraq ənənəvi mediadan fərqlidir. Ən əsas fərqləri hər hansı bir fərdin sosial medianın məzmununu yaratmasıı, şərh yazması və ya töhfələr verməsidir. Həmçinin, mətn, səs, video paylaşmağa imkan yaratması da onun istifadəçilər tərəfindən seçilməsinə əsas verir. Sosial media əsasən bu alt başlıqlardan ibarətdir: “Bloq”; “Mikro-bloq”; “Forum”; “Sosial şəbəkə”.

Araşdırmalara əsasən müəyyən olmuşdur ki, sosial media İƏ mütəxəssisləri üçün aşağıdakı səbəblərə görə vacibdir:

- ✓ Yeniliyi və səmimiyyəti göstərir
- ✓ İctimaiyyət üçün təbliğat işləri aparır
- ✓ Fikirləri ortaya qoyur, yəni soial mediadan istifadə edən insanların məhsul, müəssisə və hər hansı bir şəxs ilə bağlı nə düşündüklərini başa düşmək olur
- ✓ İctimaiyyətlə dialoq yaradır
- ✓ Yeni münasibətlər qurur. Müəssisə və ya məhsulla əlaqəli bloggerlər və moderatorlar kimi liderlərlə münasibət yaradır

Elektron poçt daxili və xarici auditoriya ilə internet vasitəsilə ünsiyyət qurmaq üçün istifadə olunan və getdikcədə inkişaf edən bir vasitədir. Məlumatlar daha aşağı xərclərlə və surətlə texnologiyalar vasitəsi ilə insanlara ötürülür.

İƏ fəaliyyətində internet üzərindən istifadə olunan digər vasitələr forumlar və xəbər qruplarıdır. Forumlardan istifadə zamanı müxtəlif qruplara qoşularaq suallar cavablandırılır. Xəbər qruplarında isə mesaj göndərilərkən eyni anda yüzlərlə insanlara göndərilmiş olur. İƏ üzrə mütəxəssislər forumlar və xəbər qruplarından hədəf auditoriyalardan geri bildirim, rəy almaq üçün geniş istifadə edirlər. Həmçinin firma və onun məhsulu və ya xidməti haqqında yaranan anlaşılmazlıqları, müsbət və mənfi rəyləri almaq imkanı və qərəzli fikirləri aradan qaldırmaq üçün geniş istifadə olunur.

İƏ fəaliyyətində internet üzərindən istifadə olunan digər vasitələrdən biri də söhbət otaqlarıdır ki, internet üzırindən veb saytlarda yaradılan bir neçə insanlardan ibarət olan qruplardır. Mütəxəssislər hədəf auditoriyalarını məlumatlandırmaq üçün həmin söhbət otaqlarından istifadə edirlər.

İnternet vasitələindən ən əsas olanlarından biri də axtarış sistemləridir (google, yandex və s.), hansı ki, veb saytları internet üzərindən araşdırır və müvafiq olaraq onları sıralayır. Hər hansı bir təşkilatın veb saytını tanımaq və mövcud olmasını axtarış sistemləri ortaya çıxarır. Çünki hədəf kütlə müəssisənin veb saytlarına daxil olması üçün həmin axtarış sistemlərindən istifadə edirlər. Hər bir İƏ üzrə mütəxəssislər öz veb saytlarını axtarış sistemlərində hədəf auditoriyası tərəfindən asanlıqla tapılması üçün çalışmalıdır.

Sponsorluq fəaliyyətinin internet üzərindən istifadə olunması "internet mühitində sponsorluq" anlayışını yaratmışdır. İnternetdə sponsorluq firma, şəxs və ya hər hansı bir fəaliyyəti təmsil edən bir veb sayta dəstək olmaq və ya sponsorların veb saytda yerləşdirilməsidir. Bu tip sponsorluq müxtəlif şəkillərdə həyata keçirilir. Veb saytın yuxarı və alt hissəsində "sponsored by" və ya "powered by" sözləri və pəncərə reklamlarında sponsor olan şəxs və ya təşkilatın loqotipləri yer alır. Bu üsullarda reklamların və ya loqotiplərin üzərinə tıklamaqla sponsor olan tərəfin veb saytına keçmək mümkündür. Sponsorluq haqqında daha çox məlumat əldə etmək üçün veb saytda "sponsorlarımız" menyusu yerləşdirilir.

Metod

Müəssisə və təşkilatlar öz nüfuzunu artırmaq, imicini qoruyub saxlamaq, ictimaiyyət arasında yaranan şayələri aradan qaldırmaq üçün İctimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətindən istifadə edirlər. Hər bir firma əldə etdiyi nəticələri ölçməli və PR-nin səmərəlliliyini qiymətləndirməlidir. Bunun üçün müxtəlif tədqiqat metodlarından istifadə edirlər.

Firmanın nəticələrini qiymətləndirərkən iqtisadi təhlil, statistik təhlil, müqayisə metodu, SWOT alanizdən istifadə edilməlidir. İqtisadi təhlil müəssisələrin işinin hərtərəfli şəkildə öyrənilməsində, maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin və onun nəticələrinin düzgün şəkildə qiymətləndirilməsində, əmək və maliyyə resurslarının məqsədyönlü şəkildə hərəkətə gətirməklə gəlirlərin artırılması imkanlarının aşkar edilməsi, istehsal və qeyri-istehsal sahələrinin iqtisadi səmərəliliyinin daha da yüsəldilməsində istifadə olunur. Statistik metod zamanı lazımi məlumatlar toplanmalı və təhlil olunmalı, statistik məlumatlar analiz edilməli və buna əsasən qrafik və cədvəllərdən istifadə olunmalıdır. Müqayisə metodundan firmanın əldə etdiyi nəticələri ilə firmanın istehsal gücü, satışın həcmi, xidmətin səviyyəsi, mənfəətin məbləği, rentabellik səviyəsi ilə müqayisə edərkən stifadə olunur.

İctimaiyyətlə əlaqələrin həyata keçirdiyi tədbirlərin nəticələrini qiymətləndirmək üçün anket, sorğu, müşahidə, fokus-qrupları kimi metodlardan istifadə olunur. İnternet vasitələrinin tətbiqi zamanı nəticəni yoxlamaq üçün daha çox sorğu metodundan istifadə olunur. Sorğu metodu tədqiqatçının istehlakçı ilə yazılı və ya şifahi formada sorğu-sual prosesinin həyata keçirməsidir. Toplanılan məlumatlar ilə həyata keçirilən tədbirlərin insanlar üzərində nə dərəcədə təsirə malik olduğu müəyyən edilir.

Analiz

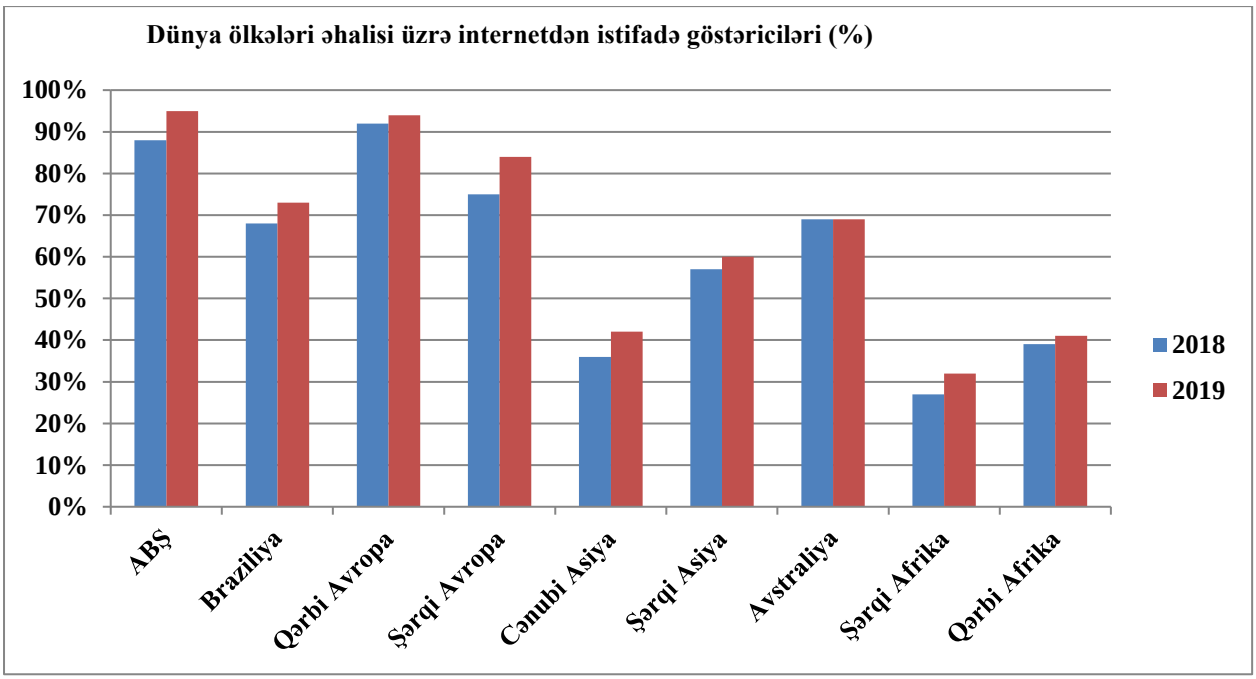
İƏ fəaliyyətində internetdən istifadə üzrə nəticələri əldə etmək üçün müxtəlif metodlardan istifadə olunur və analizlər aparılır. Həmin analizlər vasitəsi ilə əldə edilən nəticələr əsasında müəyyən edilir ki, internet insan həyatında nə qədər vacib rol oynayır.

Bir çox aparılan araşdırmalar nəticəsində statistik göstəricilər müəyyən olunmuşdur. 2019-cu il yanvar ayının göstəricilərinə görə dünya əhalisinin 57% yəni, 4,39 milyard nəfəri artıq internet istifadəçisi, 3,48 milyard nəfəri isə sosial media istifadəçisidir.

2019-cu ildə internet istifadəçilərinin sayı 2018-ci il ilə müqayisədə dünya əhalisi üzrə 366 milyondan çox olmuşdur. Orta hesabla internet istifadəçiləri internetdə hər gün 6 saat 42 dəqiqə vaxt keçirirlər.

Azərbaycanda da internet istifadəçilirinin sayı gündən-günə artmaqdadır. Mənbələrin məlumatlarına əsasən 7,72 milyon nəfər internet, 2,7 milyon nəfər isə sosial media istifadəçisidir. Əvvəlki illər ilə müqayisədə internet istifadəçilərinin sayı son bir ildə 3%, sosial media stifadəçilərinin sayı isə 29% artmışdır.

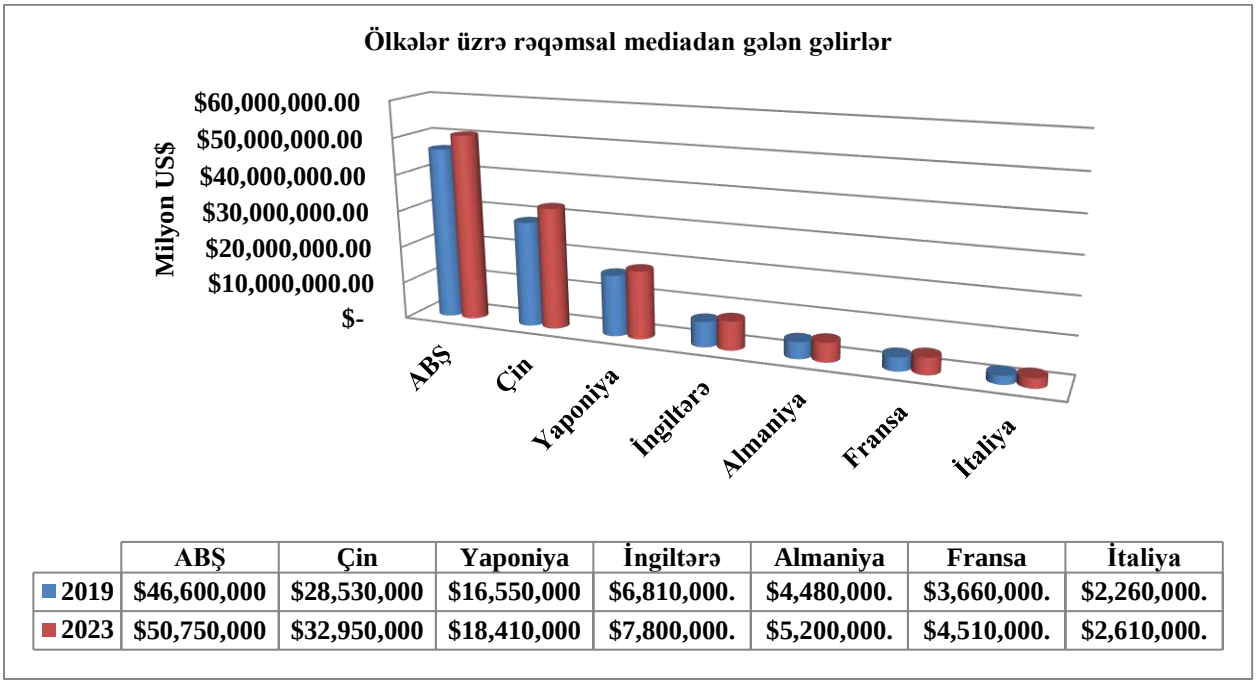
Qrafik 1: Dünya ölkələrinin əhalisi üzrə internetdən istifadə statistikası



Mənbə: https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates

Bütün bu göstəricilər əsasında bir çox firmalar artıq öz İƏ fəaliyyətində internetin tətbiqini yüksək səviyyədə həyata keçirirlər. Statistik göstəricilər əsasında rəqəmsal media bazarında ölkələr üzrə nə qədər gəlir əldə etdikləri müəyyən edilmişdir.

Qrafik 2: Dünya ölkələri üzrə rəqəmsal mediadan əldə olunan gəlirlər



	ABŞ	Çin	Yaponiya	İngiltərə	Almaniya	Fransa	İtaliya
2019	$46,600,000	$28,530,000	$16,550,000	$6,810,000.	$4,480,000.	$3,660,000.	$2,260,000.
2023	$50,750,000	$32,950,000	$18,410,000	$7,800,000.	$5,200,000.	$4,510,000.	$2,610,000.

Mənbə: https://www.statista.com/chart/19702/global-revenue-digital-media-market/

Nəticə

İnternetin yayılması və insan fəaliyyətinin ondan asılı olması internetin 1980-ci illərdən kommersiya fəaliyyətinə daxil olmasından başladı və hələ də davam edir. İnternetdən istifadə üstün cəhətlərə malik olsa da mənfi xüsusiyyətləri vardır. Lakin, bir çox fəaliyyət sahələrinin internetdən asılı olması onun mənfi cəhətlərinə görə qarşısını almağa imkan vermədi.

Araşdırmalara, analizlərə əsasən müəyyən olmuşdur ki, artıq hər bir firma və ya təşkilat öz fəaliyyətini inkişaf etdirmək, rəqiblərindən öndə olmaq üçün İƏ fəaliyyətini tətbiq etməli və xüsusilə də internetin son zamanlar surətlə inkişaf etməsi və insan həyatının bir parçasına çevrilməsi onun tətbiq edilməsində nə dərəcədə əhəmiyyətli olduğunu vurğulayır.

Ölkəmizdə hətta bir neçə iri müəssisə və təşkilatlar artıq ictimaiyyətlə əlaqələrin onların fəaliyyətinə necə təsir etdiyini, fəaliyyətlərinin daha uğurlu nəticələrlə sonlandığını müəyyən etmişlər və artıq öz fəaliyyətlərində ictimayyətlə əlaqələrdən geniş şəkildə istifadə etməyə başlamışlar. Digər müəssisə və təşkilatlar da getdikcə rəqabətin gücləndiyi mühitdə uğurlu nəticələr əldə etmək üçün ictimaiyyətlə əlaqələrdən öz fəaliyyət sahələrində tətbiq etməli və ondan yararlanmalıdırlar.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Amodu, L. (2007). Globalization: The challenges of public relations in a contracting world. International Journal of Communication, 6, 176–183. (May 2007).
2. Atayero, A. A., Oluwatobi, S. O., & Alege, P. O. (2016). An assessment of the internet of things (IoT) adoption readiness of sub-saharan Africa. Journal of South African Business Research, 2016, 1–13. doi:10.5171/2016.321563
3. Dozier, D., Shen, H., Sweetser, K., & Barker, V. (2016). Demographics and internet behaviors as predictors of active public. Public Relations Review, 42, 82–90. doi:10.1016/j.pubrev.2015.11.006

4. Evans, D. (2011). Internet of things: How the next evolution of the internet is changing the world. Retrieved from November 27, 2017
5. Herbst, D. G. (2014). Public relations in the digital world: Global relationship management personal information. Retrieved from November 26, 2017
6. Morley, M. (2004). Arrival of the global village. In S. M. Oliver (Ed.), Handbook of corporate communication and public relations: Pure and applied, 410–421. London: Routledge.
7. O'Neil, J., Hays, B., & Bagwell, V. (2013). An assessment of PR educators' perceptions of and approaches to teaching entrepreneurship. Public Relations Journal, 7(1), 1–26.
8. Babacan, E., vd.. (2008). Pazarlama İletişimi Ve Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternet Kullanımı: İzmir'de Yer Alan Seyahat Acenteleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 31: 5-24
9. Cangöz, K.. (2008). Kamuda Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Bilgi Edinme Yasası. Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, 5 (3): 141- 152.
10. Asna, A.. (2006). Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler (Public Realations). İstanbul: Pozitif Yayınlar
11. Vural Akıncı, B. ve Coşkun, G.. (2006). Yeni Teknolojiler ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında Internet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu 21.Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler Sorunlar ve Çözümler, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Dövlətin İnnovasiya Fəaliyyəti

Gülay Rasulova

gulay.unec@gmail.com

Xülasə

Məqalə müəssisələrin və bütövlükdə dövlətin innovasiya fəaliyyətinə həsr edilmişdir. Məqalədə innovativ proseslərin müasir inkişafı, dövlətin innovasiya proseslərinə təsir edən amillər, innovativ prosesin strukturu və innovativ infrastruktur kimi məsələlər açıqlanır. İnnovativ proses, elm, texnologiya, iqtisadiyyat, sahibkarlıq və idarəetmə sahələrini birləşdirən bir prosesdir. Yenilik əldə etməkdən ibarətdir və bir ideyanın başlanğıcından ticari həyata keçirilməsinə qədər davam edir.

İnnovasiya potensial elmi və texnoloji tərəqqinin,yeni məhsul və texnologiyalarda real olaraq təcəssüm etdirilməsidir. Beynəlxalq standartlara uyğun olaraq, innovasiya, bazara təqdim olunan yeni və ya təkmilləşdirilmiş bir məhsul şəklində, praktikada istifadə edilən və ya yeni tətbiq olunan texnoloji bir proses şəklində təcəssüm etdirilən və ya sosial xidmətlərə yeni bir yanaşma olaraq qoyulan yeniliyin son nəticəsi olaraq təyin olunur.

İnnovasiya fəaliyyəti - elmi tədqiqatlarla məşğul olan müxtəlif metodlar, amillər və idarəetmə orqanlarının, yeni məhsul növlərinin yaradılması, avadanlıq və əmək obyektlərinin təkmilləşdirilməsi, texnoloji proseslər və elmin, texnikanın ən yeni nailiyyətləri planlaşdırma, maliyyələşdirmə əsasında istehsalın təşkili formalarının mürəkkəb dinamik fəaliyyət sistemidir.

İnnovasiya menecmenti, bir idarəetmə növü olaraq, yeniliklərin yaradılması, inkişafı, yayılması və istifadəsi proseslərini idarə etmək üçün mexanizmlərdən istifadə etməklə müəssisənin lazımi həyat qabiliyyətliliyinə və rəqabət qabiliyyətinə nail olmağa və ya qorumağa yönəlmiş bir-biri ilə əlaqəli tədbirlər məcmusu kimi müəyyən edilir.

Bu gün innovasiyalar istehsal və xidmətlər sahəsində müasir iqtisadiyyatın inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi və iqtisadi artımın əsas amilləri hesab olunur. Qlobal rəqabət şəraitində, inovasiyalar yaratmaq və tətbiq etmək üçün inkişaf etmiş infrastruktur sahiblərini şərtsiz prioritetlərlə təmin edir. Məhsul istehsalı və satışı prosesində elm və texnikanın nailiyyətləri proses, təşkilati və marketinq innovasiyaları formasını alır.

Açar sözlər: yenilik, innovasiya prosesləri və infrastruktur.

Giriş

Hal-hazırda qlobal iqtisadiyyat yeni təhlükələr, problemlər, meyllər və ölkələr və ərazilər arasında qarşılıqlı fəaliyyət şərtləri ilə qarşılaşır. İqtisadi sistemlərin dayanıqlığını və sabitliyini təmin etmək milli hökumətlər üçün ciddi problemə çevrilir. Bu şəraitdə dinamik iqtisadi inkişaf, əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti konsepsiyası çərçivəsində nəzərə alınır. İqtisadiyyatın beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin əsas məqsədi ölkə əhalisinin rifah halının yaxşılaşdırılması kimi müəyyən edilmişdir. Rəqabətli iqtisadiyyatlar üçün uzunmüddətli böyümənin əsas mənbəyi məhsuldarlıqdır, bunun əsasında ölkə insan kapitalından, innovasiya, texnoloji, təbii ehtiyatlardan məhsul və xidmətlər istehsalı üçün istifadə edilməsində üstünlüklər qazanır.

Müasir iqtisadiyyatdakı innovasiyanın əhəmiyyəti rəqabət qabiliyyətinin artmasında güclü bir amil olması ilə əlaqədardır. Xüsusi aktuallıq bir sənaye müəssisəsinin innovativ rəqabət qabiliyyətini artırmaq problemidir.Məhz bu sahədə biliklərin sistemləşdirilməsi və artırılması zərurəti danılmazdır. Bu baxımdan təsərrüfat subyektlərinin təbiəti, əsas amilləri, metodik müddəalarının idarəedilməsinin əsaslarını, müəssisənin innovativ inkişaf proqramının formalaşdırılması və həyata keçirilməsi üçün metodiki tövsiyələrini inkişaf etdirərkən nəzəri aspektlərin və metodiki müddəaların daha da dərinləşdirilməsinə ehtiyac var.

İnnovasiya: Anlayışı və Mahiyyəti

Cəmiyyətin subyektlərinin və həyat fəaliyyətinin bütün sahələrinin müasir inkişafı müxtəlif innovasiyaların inkişafı ilə baş verir. Eyni zamanda, innovasiyalar, bir tərəfdən, mövcud vəziyyəti qorumağa yönəlmiş mühafizəkar hər şeyə ziddir, digər tərəfdən isə dəyişiklik strategiyası çərçivəsində bütün fəaliyyət növlərinin texniki və iqtisadi səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa yönəldilmişdir. Buna görə də bütün inkişaf etmiş ölkələrdə innovasiyaların tənzimlənməsi müxtəlif səviyyələrdə həyata keçirilir (Аньшин, 2003):

- bütövlükdə dövlət;

- ayrı bir bölgə;

- təşkilat və ya müəssisə səviyyəsində.

İnnovasiyanın dövlət tənzimlənməsinin ən vacib məqsədləri bunlardır:

- maddi istehsal sahəsində mütərəqqi dəyişikliklərin təmin edilməsi;

- milli məhsulun dünya bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması;

- ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması;

- Təhlükəsizlik və müdafiənin gücləndirilməsi.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu məqsədlərə elmi yaradıcılıq azadlığını, elmi fəaliyyət və təhsilin inteqrasiyasını, əqli mülkiyyətin hüquqi müdafiəsini, elmin, texnika və texnologiyanın inkişafı üçün prioritet sahələrdə ehtiyatların konsentrasiyası və beynəlxalq elmi əməkdaşlığın dünya səviyyəsində inkişafı ilə nail olunur.

İnnovasiya mövzusunu nəzərə alaraq aşağıdakı növlər ayırd edilir (Metcalfe, 2007):

- texniki və texnoloji yeniliklər yeni məhsullar, onların istehsal texnologiyaları, istehsal vasitələri şəklində özünü göstərir. Bunlar texnoloji tərəqqinin və istehsalın texniki yenidən qurulmasının əsasını təşkil edir;

- təşkilati yeniliklər istehsalın və əməyin təşkili və tənzimlənməsinin yeni forma və metodlarının mənimsənilməsi prosesləri, habelə struktur bölmələrin, sosial qrupların və ya şəxslərin təsir dairələri nisbətindəki dəyişikliklər daxil olmaqla yeniliklər;

- idarəetmə yenilikləri - müəssisəyə həvalə edilmiş vəzifələrin həllini sürətləndirmək, asanlaşdırmaq və ya yaxşılaşdırmaq məqsədi ilə idarəetmə sisteminin elementlərini (və ya bütövlükdə sistemini) əvəz etməyə yönəlmiş idarəetmə prosesinin funksiyaları, təşkilati strukturları, texnologiyası və təşkili, idarəetmə aparatının işləmə metodikasında məqsədyönlü dəyişiklik;

- sosial yeniliklər kadr siyasətinin təkmilləşdirilməsi sisteminin hazırlanması və tətbiqi ilə insan amilinin aktivləşdirilməsi şəklində özünü göstərir; işçilərin peşə hazırlığı və təkmilləşdirilməsi sistemləri; yeni işə götürülmüş şəxslərin sosial və peşəkar uyğunlaşma sistemləri; əmək haqqı və əmək nəticələrinin qiymətləndirilməsi sistemləri. Bu, həm də işçilərin sosial və məişət şəraitində, təhlükəsizlik və sağlamlıq şəraitində, mədəni fəaliyyətlərdə və boş vaxtın təşkili baxımından bir yaxşılaşdırmadır;

- hüquqi yeniliklər - bunlar bütün növ müəssisələri müəyyən edən və tənzimləyən yeni və düzəliş edilmiş qanunlar və normativ sənədlərdir;

- ekoloji yeniliklər - ətraf mühitə mənfi təsirini yaxşılaşdıran və ya qarşısını alan texnologiyada, təşkilati strukturda və müəssisə rəhbərliyində dəyişikliklər.

Qeyd etmək lazımdır ki, ilk növbədə innovasiyaları məhsullarda və texnoloji proseslərdə əhəmiyyətsiz dəyişikliklərdən (məsələn, rəngin, formanın dəyişməsi və s.) ayırmağı bacarmaq lazımdır; buna görə innovasiyanın əsas əlamətləri üzərində dayanmaq məntiqli olar (Матюхин, 2003).

• yenilik;

Bu dəyişiklik prosesini ən çox xarakterizə edən məhz yenilikdir. Yenilik səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, maddi və insan resurslarına qoyulan sərmayə bir o qədər çox olar.

• Qeyri-müəyyənlik və risklər.

Yenilik səviyyəsi, qeyri-müəyyənlik dərəcəsini də müəyyənləşdirir ki, bu da kifayət qədər təcrübə və yeni ideyaların həyata keçirilməməsi təhlükəsi ilə izah olunur. Risk, nəticələrin ya ümumiyyətlə əldə edilməməsi, ya da gec əldə edilməsidir.\

• Mürəkkəblik

İnnovasiyanı təcrid olunmuş hadisə kimi görmək olmaz. Müxtəlif iştirakçıların və innovasiya prosesinin ayrı-ayrı mərhələlərinin əlaqələndirilməsi zəruriliyi, idarəetmə üçün müstəqil təşkilati quruluş tələb edən mürəkkəbliyin əlamətidir.

• Münaqişə

Yuxarıda göstərilən innovasiya əlamətləri innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsində insanlararası və işgüzar qarşıdurmaların səbəbləridir, çünki bu, müəssisənin işçilərindən adi vəzifələrindən əlavə yeni funksiyaları yerinə yetirmələrini tələb edəcəkdir. Buna görə mümkün münaqişə vəziyyətlərinin həlli üçün tədbirlər sistemini hazırlamaq lazımdır.

Planın formalaşdırılması, yenilikçi dəyişikliklərin hazırlanması və tədricən həyata keçirilməsi innovasiya prosesi adlanır. İnnovasiya prosesi yenilikdən daha geniş bir anlayışdır. Müxtəlif mövqelərdən və fərqli dərəcələrlə nəzərdən keçirilə bilər:

- birincisi, tədqiqat, elmi, texniki, sənaye fəaliyyəti və innovasiyaların paralel ardıcıl şəkildə həyata keçirilməsi kimi qəbul edilə bilər;

- ikincisi, bir ideyanın yaranmasından tutmuş inkişafına və həyata keçirilməsinə qədər yeniliyin həyat dövrünün müvəqqəti mərhələləri hesab edilə bilər.

Ümumiyyətlə, bir innovasiya prosesi bir yeniləmənin bir ideyadan müəyyən bir məhsula, texnologiyaya və ya xidmətə keçdiyi və iş praktikasında yayıldığı ardıcıl bir hadisələr silsiləsidir. İnnovasiya prosesinin əsasını yeni elmi biliklər əldə etməyə və innovasiya yaratmaq üçün zəruri olan ən çox yayılmış nümunələrin müəyyənləşdirilməsinə yönəlmiş təməl tədqiqatlardan başlayan yeniliklərin yaradılması və mənimsənilməsi prosesidir. İnnovasiya prosesi fundamental elmi tədqiqatlara qədər elmi prosesin bu və ya digər mərhələlərini əhatə edə bilər, lakin əlbəttə ki, yeniliklərin yaradılmasında praktik istifadə üçün uyğun nəticələr əldə etməyə yönəldilmişdir.

İnnovasiya prosesi yeniliyin inkişafı və tətbiqi ilə bitmir. Bu proses tətbiq olunduqdan sonra da dayanmır, çünki yayıldıqca yenilik yaxşılaşır, daha səmərəli olur, yeni istehlak xüsusiyyətləri əldə edir, bunun üçün yeni tətbiq sahələrini, yeni bazarları açır və buna görə də bu məhsulu, texnologiyanı və ya texnologiyanı dərk edə biləcək yeni istehlakçılar qazanır. Beləliklə, innovasiya prosesi bir sifarişçi tərəfindən və ya bazarda kommersiya bazasında həyata keçirilməzdən əvvəl elmi və texniki ideyanın inkişaf dövrünü əhatə edir, çünki innovasiya bazara, müəyyən bir istehlakçıya və ya ehtiyaca yönəldilmişdir (Беленко, Белик, Ефременко, 2006).

Buna görə də innovasiya prosesi hədəflənmiş yeni biliklərin əldə edilməsindən istehlakçı tərəfindən bu yeni bilik əsasında yaradılan bir yeniliyin istifadəsinə qədər ardıcıl işlərin məcmusu kimi müəyyən edilir.

İnnovativ proseslərin inkişafına müxtəlif amillər qrupları təsir göstərir: iqtisadi, texnoloji, siyasi, hüquqi, təşkilati və idarəetmə, sosial-psixoloji, mədəni. Bəzi amillər yeniliyə kömək edir, digərləri isə müdaxilə edir. Məsələn, iqtisadi və texnoloji amillər qrupunda zəruri maliyyə mənbələrinin, maddi-texniki vasitələrin, qabaqcıl texnologiyaların, iqtisadi və elmi-texniki infrastrukturun olması müəssisənin innovativ fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir. Eyni amillər qrupunda innovasiyalara investisiya qoyuluşu üçün vəsaitin olmaması və kifayət dərəcədə olmaması, maddi və elmi-texniki bazanın zəif olması, mövcud istehsalın maraqlarının üstünlük təşkil etməsi mane olur.

İnnovasiya fəaliyyətinin mahiyyətindən asılı olmayaraq hər hansı bir innovasiya prosesinin quruluşunu bir sıra mərhələlərə bölmək olar (Управление инновационным бизнесом, 2001):

1. Fikirlərin yaranması - tədqiqat mövzusunu götürmək üçün şüurlu bir qərar;

2. İnnovasiya layihəsinin formalaşdırılması və təşkili aşağıdakı səviyyələrdə nəzərdə tutulur: innovasiya layihələri üzrə komitələrin yaradılması; hədəf qrupları; daxili innovasiya layihələri; daxili müəssisə layihələri sisteminin yaradılması; daxili müəssisə kapitalı vahidlərinin yaradılması; innovativ layihələrin həyata keçirilməsi üçün müstəqil müəssisələrin seçilməsi; yenilikçi konsorsium.

3. Vəsait təmin etmək

4. Yeniliyin tətbiqi və nəticələrinin qiymətləndirilməsi - bu mərhələdə müşayiət olunan investisiyalarla yeni bir məhsulun və ya istehsalda yeni bir texnologiyanın təşviqi və məhsulun bazara təqdim edilməsi.

5. Ümumi iş səmərəliliyinin artmasına töhfə verən yeni "gündəlik" şəklində effektiv fəaliyyətin birləşdirilməsi.

İnnovasiya fəaliyyəti

İnnovasiyanın inkişafına dövlət dəstəyinin ən vacib forması innovasiyanın qanunvericiliklə tənzimlənməsi, innovasiya üçün əlverişli hüquqi mühitin yaradılmasıdır.

Buna görə bir dövlətin, bölgənin və ya ayrı bir qurumun (təşkilatın) innovasiya siyasətinin əsas vəzifələri bazar şəraitində innovasiya, o cümlədən bu fəaliyyət subyektlərinin əqli mülkiyyətin, qanuni hüquqlarının və mənafelərinin qorunması üçün tənzimləmə bazasının formalaşdırılması; innovativ

məhsulların, qeyri-maddi aktivlərin dövlət, bölgə və ya müəssisə (təşkilat) mülkiyyətində birləşdirilməsi, bazar münasibətlərinə tətbiqi qaydasının müəyyənləşdirilməsidir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, intellektual fəaliyyətin bazar münasibətləri obyektinin müəyyən bir növü kimi bazara təxminən 200 il əvvəl daxil olmağa başlamışdır. Ölkələrin və xalqların, ayrı-ayrı təşkilatların və qurumların inkişafının təhlili göstərir ki, innovasiyalar yalnız insanların yaradıcılıq qabiliyyətlərinin ortaya çıxması üçün şərait yaradıldığı yerlərdə yaranır.

İnnovativ inkişaf yoluna keçidlə əlaqəli fəaliyyət şəraitindəki dəyişikliklər, bazar rəqabətində üstünlük əldə etmək üçün müəssisələrə yeni imkanlar yaradır. Bununla birlikdə, onlar da müəyyən çətinliklər yaradırlar, çünki müasir texnoloji həllər onların həyata keçirilməsi üçün digər təşkilati yanaşmalar tələb edir.

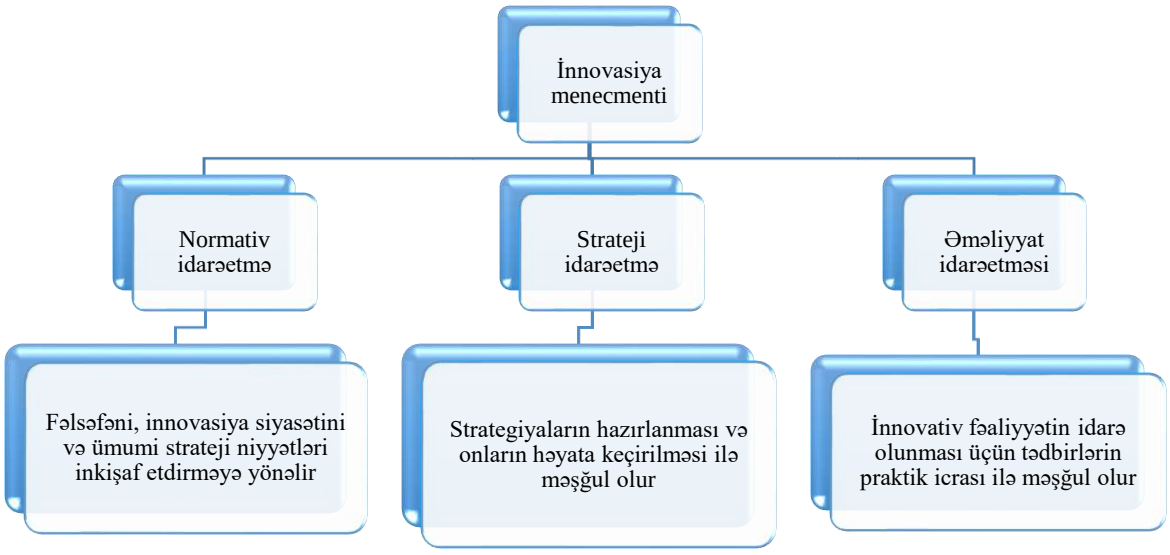
İnnovasiya idarəetmə sistemi qarşılıqlı əlaqəli və qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmağa yönəlmiş innovativ fəaliyyət prosesinə təsir göstərən elementlər toplusudur. Buraya texnoloji, təşkilati və sosial vasitələrin vəhdətini özündə cəmləşdirən bazar innovasiyalarının infrastrukturu daxildir.

Müəssisənin innovasiya idarəetmə sistemi hərtərəfli, sistemlidir və fəaliyyətin aşağıdakı mərhələlərini özündə birləşdirir: fikirlərin meydana gəlməsini stimullaşdırmaq, marketinq, planlaşdırma, tədqiqat, dizayn və texnoloji fəaliyyət, istehsal, təhvil vermə, bazar yeniliklərinin ticarəti, işçi heyəti və s. bir ideyanın yaranmasından tutmuş praktik həyata keçirilməsinə və marketinqinə qədər dövrü əhatə edir (Atakişiyev, 2014).

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində innovasiya yaratmaq proseslərini idarə etmək üçün təşkilati modellərin davamlı təkamülü mövcuddur.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin, şirkətlərin və sənaye sahələrinin çoxluğunun innovativ inkişafa cəlb edilməsi ilə iqtisadi artım modellərinin dəyişməsi idarəetmə funksiyaları və metodlarını, komponentləri arasındakı əlaqəni əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirir.

Sxem 1. İnnovasiya menecmenti



Mənbə: Аньшин В.М. (2003) “Инновационный менеджмент”. М., с. 31

İnnovativ sistemlər üç növ parametrə malikdir: vəziyyətlər, nəzarət və narahatlıq yaradan parametrlər. Dövlət parametrləri proseslərin qeyri-bərabərliyini, gedişatının qeyri-bərabərliyini xarakterizə edir. Nəzarət parametrləri, məlumat, investisiya qaynaqları, texnoloji təcrübənin toplanması asinxron bir səviyyədə olan qeyri-tarazlıq sistemlərini idarə etmək üçün hazırlanmalıdır (Яковец, 2004).

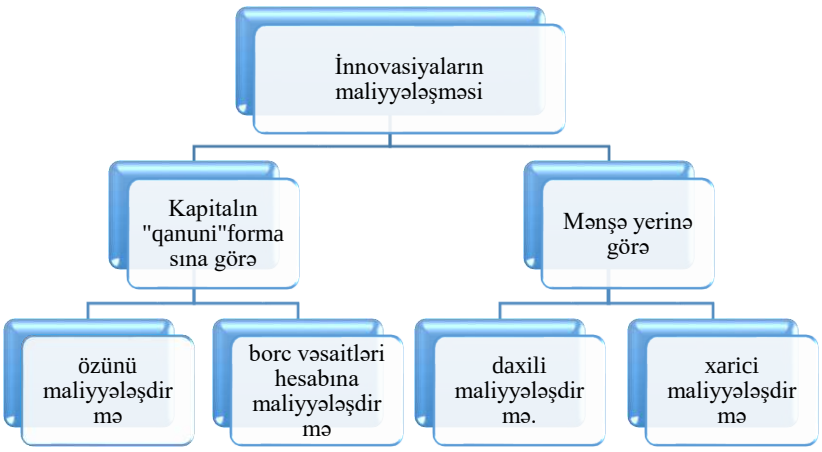
İnnovasiya menecmentində iki mərhələni ayırmaq olar: strateji və əməliyyat. İdarəetmə prosesinin strateji mərhələsinin vəzifəsi innovativ strategiyanın seçilməsi və həyata keçirilməsidir. Strateji innovasiya menecmenti, təşkilatın məqsəd və vəzifələrini vahid zəncirlə birləşdirir.

Strategiyanın həyata keçirilməsi üçün vəzifələr aydın şəkildə tərtib edilməli və hər bir strateji addımın ətraflı təsviri olmalıdır. Strateji mərhələnin həyata keçirilməsinin monitorinqi də özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir. Nəzarət tələblərinə onun xarakteri, tezliyi və əks əlaqə daxildir.

Ölkəmizdə bu proseslər hələ də kifayət qədər "gəncdir", buna görə Azərbaycanda innovativ mövzuların qanuni məzmununu doldurmağa ehtiyac var. Dövlətin innovasiya üçün yaratdığı hüquqi şərtlər arasında ilk növbədə innovasiya iştirakçılarının hüquq və mənafelərini, innovasiya ilə məşğul olan subyektlərin münasibətlərinin hüquqi bazasını və s. qorumaq lazımdır (Аньшин, 2003).

Əqli mülkiyyət obyektlərini və elmi-texniki fəaliyyətin digər nəticələrini iqtisadi dövriyyəyə cəlb edərkən dövlətin əsas vəzifələri yüksək texniki və istehlak xüsusiyyətləri ilə rəqabətə davamlı yerli məhsulların (işlərin, xidmətlərin) istehsalının inkişafı, maddi sahədə mütərəqqi struktur dəyişiklikləri əsasında əhalinin həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin yüksəldilməsi, istehsal, Azərbaycan iqtisadiyyatının ixrac potensialını artırmaq, yeni iş yerləri yaratmaq, genişləndirməkdir. Bu əsasda vergi bazasının təmizlənməsi, müdafiə, texnoloji, iqtisadi və ekoloji təhlükəsizliyin təmin edilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir (Atakişiyev, 2004: s. 265).

Sxem 2. İnnovasiyaların maliyyələşməsi növləri



Mənbə: Аньшин В.М. (2003) “Инновационный менеджмент”. М., с. 34

Maliyyələşdirmənin təşkili prinsipləri maliyyələşdirmə mənbələrinin çoxluğuna, sistemin ayrı-ayrı elementlərinin çevikliyinə və dinamikliyinə yönəldilməli və innovativ fəaliyyətlərdən maliyyə gəlirlərinin artımını təmin edən inovasiya fəaliyyətinin sonrakı ticarəti ilə sürətli və effektiv həyata keçirilməsini tələb etməlidir.

Bunun üçün iki əsas şərtə əməl etmək lazımdır (Aslanzadə, 2008):

1. Dövlət innovasiya, elmi, texniki və sənaye siyasətini gücləndirmək.
2. Müəssisələrin aktiv investisiya inkişafına keçməyə hazırlığı.

İnnovasiyanın nəticələri müəyyən bir maddi formaya malik və ya qeyri-maddi formada ola bilən innovativ məhsullar şəklində ifadə olunur. Yeniliklərin yaradıcıları müəllif hüquqları və əlaqəli hüquqları əldə edirlər. Bu konsepsiya 1967-ci ildə Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatını təsis edən Konvensiya ilə təmin edilmişdir.

Əqli mülkiyyət qeyri-maddi aktivlərə daxildir ve müəssisə və təşkilatlar tərəfindən gəlir əldə etmək üçün istifadə edilə bilər. İxtiralar üçün qoruyucu sənədlər patentlər, müəlliflik şəhadətnamələridir. Patentlər, innovativ menecer üçün bilikləri vacib olan ən yeni elmi və texnoloji nailiyyətlər haqqında məlumat mənbəyi rolunu oynayır.

İnnovativ məhsullar fərdiləşdirilməlidir. İxtiralara, ticarət nişanlarına və innovativ fəaliyyətin digər nəticələrinə hüquq lisenziya verilir. İnnovasiya fəaliyyətinin maddi nəticələri yeni maşınlar, avadanlıqlar, aparatlar, alətlər və avtomatlaşdırma avadanlıqları yaradılmış və mənimsənilmişlər şəklindədir. İnnovasiyanın effektivliyini yeni məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyi, daxili və xarici bazarlarda uğurlu təqdimatı sayəsində qiymətləndirmək olar.

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Analiz

Müasir iqtisadiyyatın inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi və iqtisadi artımın əsas amilləri hesab olunan innovasiyalar hər zaman aktual olmuşdur. Müxtəlif sahələrdə (məhsullar, texnologiyalar, satınalmalar, satış, kadrlar, mühasibat, planlaşdırma və s.) innovasiyalar rəqabət üstünlükləri və uzunmüddətli perspektivdə müəssisənin səmərəli fəaliyyətini təmin etdiyi üçün tədqiqat mühüm səciyyə daşıyır.

Nəticə

Bu gün bir çox sosial-iqtisadi problemlərin içərisində innovativ fəaliyyətin intensivliyi problemi ilk yerlərdən birini tutur. İnnovativ bazarın formalaşmasının bir çox problemləri dərin xarakter almışdır. İstənilən müəssisə innovativ fəaliyyət istiqamətlərini müstəqil seçmək və öz hesabına innovativ layihələr həyata keçirmək hüququna malikdir. Eyni zamanda dövlət bu proseslərdə əhəmiyyətli rol oynayır. Məhz dövlət, qanunvericilik bazasını tənzimləyir və ölkə üçün prioritet inkişaf istiqamətlərini seçən müəssisələrin innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaradır.

Ümumilikdə innovativ fəaliyyəti inkişaf etdirərək aşağıdakıları ayırd etmək olar:

- mövcud texnologiyaların inkişafı, yeni "texnoloji platformaların" inkişafı və tətbiqi;

- enerji səmərəliliyinin artırılması və resurs qənaət texnologiyalarının tətbiqi;

- yüksək sürətli və sürətli nəqliyyat da daxil olmaqla müasir nəqliyyat və logistika sistemlərinin yaradılması;

- müasir rəqəmsal telekommunikasiya və peyk texnologiyalarına əsaslanan nəqliyyatın intellektual idarəedilməsi prosesinə nəzarət sistemlərinin inkişafı;

- dünya standartlarının tələblərinə uyğun olaraq sahə və infrastrukturun əsaslı şəkildə yenilənməsi.

İnnovasiya proqramı şirkətin biznes inkişaf strategiyasına inteqrasiya olunmalı və istehsal proseslərinin əsas göstəricilərini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmaqla şirkətin modernləşməsinə və texnoloji inkişafına töhfə verməlidir.

Bu tədbirlərin görülməsi şirkətə xidmətlərinin rəqabət qabiliyyətini artırmağa və nəticədə qazancını artırmağa imkan verəcəkdir.

Ədəbiyyatlar

1. Aslanzadə İ.A, (2008) “İnnovasiyanın idarə ediIməsi”, Bakı, “Caşıoğlu”, 120 səh.
2. Atakişiyev M, Süleymanov Q., (2004) “İnnovasiya menecmenti”, Bakı 365 səh.
3. Atakişiyev M.C., Süleymanov Q.S, (2014) “İnnovasiya Menecmenti”, Bakı. “Təfəkkür NPA” ,136 səh.
4. Freeman C. (1988) Japan: A new national innovation system? // G. Dosi, C. Freeman, R.R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds.) Technology and economy theory. London: Pinter, 567 p.
5. Lundvall B.E. (1985) Product innovation and user-producer interaction, industrial development // Research Series 31. Aalborg: Aalborg University Press, 983 p.
6. Metcalfe J.S. (2007) Innovation Policy, in: Hanusch, H. and Pyka, A. (eds.), The Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics, Cheltenham, Edward Elgar, P. 943- 966.
7. The Economist Intelligence Unit Limited 2014 BER rankings Score2009-13a Global ranking 2009-13 Score 2014-18b Global ranking 2014-18
8. Аньшин В.М. (2003) “Инновационный менеджмент”. М.
9. Беленко О.Ф., Белик Т.В., Ефременко В.Ф. (2006) “От научной разработки до инновационного проекта .Томск - Хабаровск.
10. Квасов Д. (2008) Кризис в автопроме // Электронный журнал «Эксперт Online»
11. Матюхин А.Б. (2003) “Система процедур менеджмента малых предприятий вузовских технопарков: методические рекомендации”. СПб.
12. Райзберг Б. А., Фатхутдинов Р. А. (2009) «Управление экономикой»: Учебник /М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 784 стр.
13. Роман М.И. (2010) «Научные основы управления конкурентоспособностью. Учебно-методическое пособие» / Владимир, 465 стр.
14. Уляницкий Д. Сыру не дают визы // Журнал «Эксперт Украина», 2015 №33. стр.
15. Управление инновационным бизнесом: учебное пособие для вузов. (2001) М.
16. Яковец Ю.В. (2004) Эпохальные инновации XXI века. М.

İnnovasiyalı İdarəetmə Sisteminin Formalaşması

Tural Abdullayev

tural9636@gmail.com

Xülasə

İqtisadi ədəbiyyatda bəzən "yenilik" və "innovasiya" anlayışları eyniləşdirilir, bəzən isə bu anlayışlar bir-birinin sinonimi kimi işlədilir. Əslində yenilik istənilən fəaliyyət sferasında istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə dair fundamental, tətbiqi tədqiqatların, işləmələrin və yaxud təcrübi işlərin nəticəsi olduğu halda, innovasiya idarəetmə obyektinin dəyişdirilməsi, eləcə də sosial, elmi-texniki və s. növ səmərənin alınması məqsədilə tətbiq olunan yeniliklərin son nəticəsi kimi çıxış edir. Prinsip etibarilə, innovasiya dedikdə, kəşf, əmtəə nişanı, patent səmərələşdirici təklif kimi tətbiq olunan yeniliklərdən alınan nəticələrin məcmusu başa düşülür.

İnnovasiya bu gün qlobal dünyada ən çox işlənən terminlərdən biridir. Yenilik yalnız yeni ideya və metodları təqdim etmək təmsil olunmur. İnnovasiyanın tərifi, işlərin yeni yollarını açmaq üçün çoxsaylı fəaliyyətləri əhatə edən bir proses kimi müəyyən edilə bilər. Yaradılışla qarışdırılmamalıdır, çünki bu bir şey etmək, icad etmək və ya istehsal etmək kimi müəyyən edilə bilər. Bununla birlikdə yeni innovasiyalar yaradıcılıqla reallaşdırıla bilər. Bu anda texnologiyanın inkişaf etdiyi və qloballaşmanın getdikcə sürətlə inkişaf etdiyi bir mühitdə yer alırıq. Bu o deməkdir ki, məsafələr yalnız qısalır və nəticədə rəqabət artır. Rəqabət üstünlüklərini həyata keçirmək üçün bir iş və ya bir təşkilat dəyişən meyllərə və yeni nəsillərə uyğunlaşa və yenilik edə bilməlidir. İnnovasiyalar bütün səviyyələrdə, ölçüdə və bütün sahələrdə fəaliyyət göstərən idarəetmə və təşkilatlar üçün tətbiq olunur.

Açar sözlər : **İnnovasiya, İdarəetmə, İqtisadiyyat.**

Giriş

İnnovasiyalar daha böyük imkanlar yaradır və bir şirkətin yaşaması, iqtisadi böyüməsi və uğur qazanması üçün vacibdir. İnnovasiya orijinal konsepsiyaların inkişafına kömək edir və əməliyyatların optimallaşdırılmasının bir sürücüsüdür. İnnovasiya edən şirkətlər, mövcud problemləri həll etmək üçün yeni imkanlar və ən yaxşı metodları müəyyən etmək üçün təşkilatı fərqli bir paradiqma qura bilirlər.

İnnovasiyanı reallaşdırmaq üçün ölkə başçıları açıq fikirli əməkdaşlıq etməlidirlər. Qeyri-müəyyənlikdə dəyişiklikləri idarə edə bilmək bacarığı innovasiya üçün davranış komponentləridir. Digər tərəfdən, hamı bir novatordur, çünki yenilikçi qabiliyyət hamımızın içimizdədir.

İnnovasiya çaşdırıcı bir mövzu ola bilər, çünki orada çox sayda müxtəlif yenilik var və hər kəs fərqli şəkildə bu termini izah edir.

Texnologiya baxımından yenilik haqqında tez-tez eşitdiyinizə və texnoloji yeniliyin ən bariz təzahür forması olduğu və bundan sonra da olacağına dair həqiqət olmasına baxmayaraq, başqa formalarda da olur.

Əksər innovasiyalar daha kiçik, tədricən mövcud məhsullar, proseslər və xidmətlər üzrə təkmilləşdirmələrdir, bəzi yeniliklər sənayeni dəyişdirən əsas texnoloji ixtiralar və ya biznes modelləri ola bilər.

İnnovasiya sözü latınca "innovare" sözündən yaranmışdır və yeniləmə mənasını verir. İqtisadi baxımdan yenilik bir təşkilat və ya cəmiyyət üçün fayda gətirən yeni bir fikir və ya fəaliyyətdir.

İnnovasiya iqtisadi kateqoriya kimi yeniliyin istehsalı və reallaşdırılmasının daha ümumi xassələrini, əlamətlərini, əlaqə və münasibətlərini əks etdirir. İnnovasiyanın mahiyyəti özünü onun funksiyaları dövlətin iqtisadi sistemində onun təyinatını və təsərrüfat prosesində rolunu ifadə edir. İnnovasiyalar müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin, yüksəldilməsində xüsusi rol oynayır.

İnnovasiyaların təhlili göstərir ki, onlar sosial-iqtisadi xarakterli funksiyalar yerinə yetirirlər. İqtisadi ədəbiyyatda qeyd olunduğu kimi, iqtisadi kateqoriya olaraq innovasiya iki əsas funksiyanı-təkrar istehsal və stimullaşdırma funksiyalarını yerinə yetirir. Təkrar istehsal funksiyası onu göstərir ki, innovasiya geniş təkrar istehsalın mühüm maliyyələşdirmə mənbəyi kimi çıxış edir.

İnnovasiyaların bazarda satışından əldə edilən pul gəlirləri sahibkarlıq mənfəətini yaradır ki, bu da maliyyə resurslarının mənbəyi və eyni zamanda innovasiya prosesi səmərəliliyinin ölçüsü kimi çıxış edir. Sahibkarlıq mənfəəti istehsal-ticarət, investisiya, innovasiya və maliyyə fəaliyyəti həcminin genişləndirilməsinə yönədilə bilər.

Metod

İnnovasiyalı idarəetmə sisteminin formalaşmasını araşdırmaq üçün ilk növbədə innovasiya anlayışı və innovasiyalı idarəetmə təhlil edilməlidir. Bu araşdırmanın məqsədi innovasiyadan istifadəni, onun önəmini və innovasiyalı idarəetmənin bir sistem kimi formalaşmasını akar etməkdir. Bu zaman sistemli əlaqəlilik və müqayisəli təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

İnnovasiyalı idarəetmə sisteminin formalaşmasını başa düşmək üçün burada qurulan fərziyyələr vardır. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

1. İnnovasiya hər bir inkişafa təkan göstərir.
2. İnnovasiya hər bir inkişafın əsasını təşkil etdiyindən onun başlıca məqsədini öyrənmək əsas amildir.
3. İnnovasiya idarəetmədə həlledici rol oynayır.
4. Texnoloji yeniliklər və inkişaflardan xəbərdar olmağa innovasiyalar sistemli təsir edir.
5. İnnovasiyalı idarəetmə sistemində əsas yeri fikir və fəaliyyət tutduğundan onun təkmilləşdirilməsi olduqca mühümdür.

Tədqiqatın məqsədi innovasiyalı idarəetmənin və onun sistem kimi formalaşmasının mahiyyətini, önəmini başa düşməkdir. Bu məqsədlə, innovasiyalı idarəetmə, təşkilatlarda yenilikləri təşviq etmək və faydalar əldə etmək üçün bütün tədbirlər ilə məşğul olur, məsələn:

1.Yeni bazarları fəth etmək üçün yeni məhsullar və xidmətlər istehsal etmək.

2.Şirkəti içəridən gücləndirmək və ya xərclərə qənaət etmək üçün daxili proseslərin təkmilləşdirilməsi.

Analiz

İnnovasiya dünyanın mürəkkəb problemlərinə davamlı, genişlənə bilən həllər təqdim etmək üçün vacibdir. İnkişaf baxımından, innovasiyanın təsirini sürətləndirmək üçün transformasiya qabiliyyəti olan yeni bir həll yolu müəyyənləşdirir. İnnovasiya elm və texnologiya ilə əlaqələndirilə bilər, yeni

və müxtəlif tərəfdaşlarla işləmənin yaxşılaşdırılmış yollarına səbəb ola bilər və ya yeni sosial və biznes modelləri və ya siyasət, yaradıcı maliyyələşdirmə mexanizmləri və ya zəruri xidmət və məhsulların verilməsində irəliləyişlər diqqəti cəlb edə bilər.

Daha yaxşı siyasət və tənzimləmə çərçivələri, açıq məlumatlar və standartlar və innovatorların resurslara çıxış imkanlarının genişləndirilməsi daxil olmaqla əlverişli əlverişli şəraitin güclü ekosisteminin köməyi ilə innovasiya uğur qazanır. Qarışıq maliyyə hesabına kapital axınlarına daha təsirli şəkildə toxunmaq, məsələn, yoxsulluğun azaldılması üçün mövcud kapitaldan çox olan əlavə ehtiyatlardan istifadə edəcəkdir. Elm, texnologiya və innovasiya (STI) imkanlarının inkişafı yerli STI ekosistemlərinin inkişafını dəstəkləyən tənzimləyici, infrastruktur və insan potensialının təməllərini gücləndirməklə təşviq edildikdə ola bilər.

İnnovasiyaların idarə edilməsini menecment elmi öyrənir. İnnovasiyaların menecmenti (innovasiyaların idarə edilməsi) kimi adlanan bu sahə hazırda sürətlə inkişaf edir. Bu gün insan fəaliyyətinin bütün sahələrində innovasiyalardan geniş istifadə edilir. Əslində bəşər tarixində innovasiyalar həmişə olmuş, bəşəriyyətin inkişafı məhz innovasiyalar hesabına mümkün olmuşdur.

Əsrlər boyu innovasiya vahid məqsədə xidmət edən bir fenomen olmuşdur: insanlar üçün həyatı daha rahat etmək (Meissner, 2013). Bu fikri tamamlayan Leiponen və Helfat (2010), yeniliyin dəfələrlə təkcə fərdlərin deyil, bütövlükdə təşkilatların da yaşamasına töhfə verdiyini iddia edir.

Bu ifadəni nəzərə alaraq, innovasiya şirkətlərə rəqabət gücü vermək üçün bir vasitədir. Bu müddətdə görülən yeniliklər, yeni bazar tələblərinə cavab verən sahibkarlıq niyyəti ilə əsaslandırıla bilər; mövcud məhsul və xidmətlərə dəyər əlavə etmək; və yeni məhsul və ya xidmətlər yaratmaqdır. Bu cür hərəkətlər rəqabət gücünü yeniləyən və müəssisənin uzunömürlülüyünə töhfə verən təşkilati səriştələri əks etdirir (Helfat, 2010).

Kiçik və orta müəssisələrdə (KOM) yeniliyin necə baş verdiyini başa düşmək üçün iki zəruri proses göstərilir: yeni biliklərin əldə edilməsi və məhsul və xidmətlər istehsalı xətlərində yeni iş metodunun dizaynı. Buna görə, yeniliyin meydana çıxması üçün yeni bir istehsal prosesinə imkan verən təşkilati qaynaqlardan istifadə üçün tətbiq oluna bilən idarəetmə sistemlərini və subyektiv kapitalı kəşf etmək lazımdır/

Bu proseslərə əsaslanan yeniliyin meydana gəlməsini izah etmək üçün Myers və Marquis (1969), Kline (1978), Rotvell və Zeqveld (1985), Klayn və Rozenberq (1986), Rotvell (1992) və Çesbrou (2003) kimi bəzi müəlliflər inkişaf etdirdilər bu cür yeniliyi asanlaşdırmaq üçün biliklərin idarə olunduğu müxtəlif mərhələlərdən ibarət ekspektorativ modellər. Bu modellərlə işləməyin üstünlüklərindən biri tətbiqli tədqiqat, elmi tədqiqat və bazar ehtiyacları kimi yenilik üçün əsas kimi istifadə olunan biliyin mənşəyini ətraflı anlamaq imkanındadır/

İnnovasiyanın inkişafı prosesi müəssisədən müəssisəyə dəyişə bilər, digərləri ilə yanaşı fəaliyyət sahəsi və ya şirkətin ölçüsü. Bu nöqtədə KOB-larda innovasiya inkişafı proseslərinə gələn bu tədqiqatın maraq mərkəzi olur. KOM-lar iri şirkətlərlə müqayisədə daha səliqəli və daha çevik bir quruluş təqdim edir və mexaniki olaraq daha üzvi hesab edilə bilər.

İnnovasiyalı idarəetmə – bazar iqtisadiyyatına uyğun elm və texnikanın nailiyyətləri əsasında istehlakçıların tələbatını ödəmək məqsədi ilə yeni əmək məhsullarını təklif etmək üzrə tədbirlər olub, investisiyanın keyfiyyət tərəfini xarakterizə edir. İnnovasiya prosesini elmi biliyin innovasiya şəklinə düşməsi kimi yaxud ideyanın texnologiya, məhsul və ya xidmətə çevrilməsi prosesi kimi müəyyən etmək olar.

İnnovasiya sistemlərinin inkişafını tədqiq etmək məqsədilə innovasiya sistemlərinin məzmununa, mahiyyətinə, atributlarına, növləri və əlamətlərinə baxmaq lazımdır. İnnovasiya sisteminin mahiyyəti innovasiya fəaliyyətinin saysız elementlərinin, onların məkan və zamanda birləşdirilməsi, mikro və makro əhatəsinin, iqtisadi fəaliyyətinin məcmuu səmərə və keyfiyyətinin dəyişdirilməsinə nail olmaq üçün innovasiya layihə və proqramların işlənməsi və reallaşdırılmasıdır.

İnnovasiyalı idarəetmə sisteminin mahiyyəti dedikdə daxili və xarici müştərilərin mənfəətin alınmasına və hər an artmasına yönəlmiş yeniliklərə olan tələbatlarının ödənilməsinə istiqamətlənmiş innovasiya biznesi, həmçinin onun funksional və icrasına dəstək verməklə resurs, məlumat, normativ, yardımçı və metodik komplekslərin sistemi nəzərdə tutulur. İnnovasiya sisteminin kompleks xarakteri, açıqlığı, aktivliyi, təşkil olunan olması və nəticəliliyi onun istənilən səviyyədəki əsas atributlarıdır (Tağıyev, 2010).

İnnovasiyalı idarəetmə sistemi dedikdə təşkilatı inkişaf üçün hazırlanan və tətbiq edilən hər cür yeniliklər üzrə fəaliyyətini inteqrasiya və koordinasiya edən elementlərin məcmusu başa düşülür. İnnovativ sistem üçün vacib mərkəzi element yaradıcılıq fəaliyyətidir, belə ki, o təşkilatın daima artım və inkişaf tempini reaktiv edir.

İnnovasiyalı idarəetmə sistemi ilə əlaqədar olaraq ilkin fərziyyə istehsalda, ticarətdə və bilikdə ixtisaslaşma məsələsində milli innovasiya sistemlərinin fərqlilik kəsb etməsidir. İkinci fərziyyə iqtisadi performans üçün əhəmiyyətli olan məlumat ünsürlərinin yerli olduğu və asanlıqla bir yerdən başqa bir yerə aparıla bilməsidir.

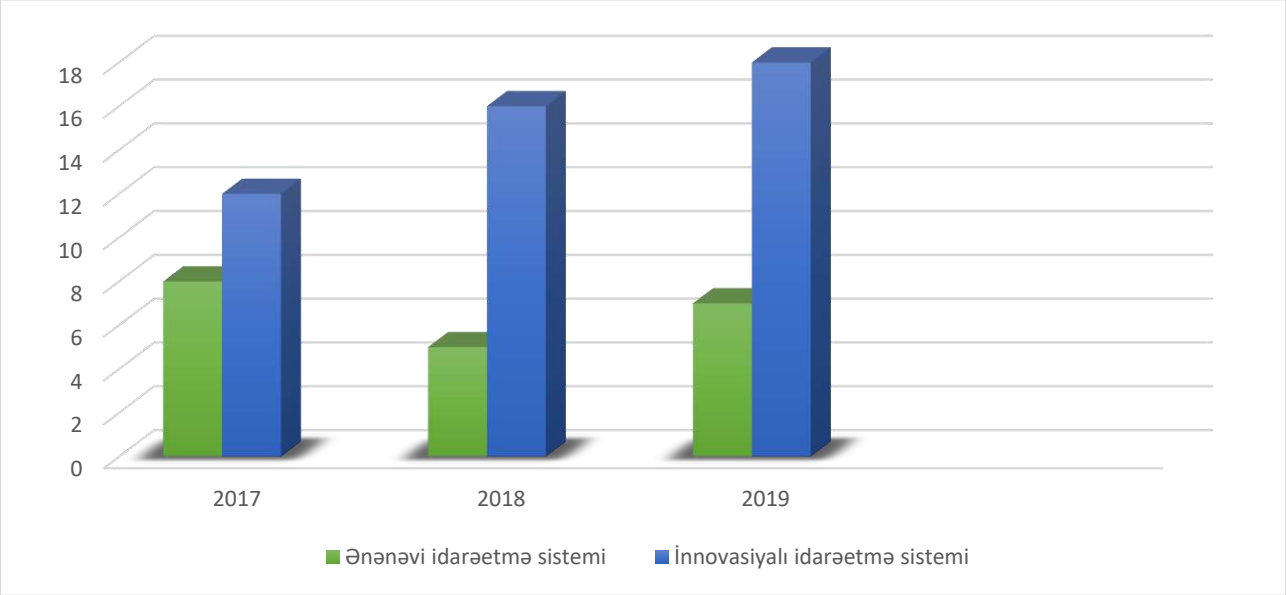
İnnovasiyalı idarəetmə sistemi yanaşmasının mərkəzində yerləşən üçüncü fərziyyəyə görə sistem firmalar və təşkilatlar arasındakı qarşılıqlı təsirlər və münasibətlər üzərinə yönəldilmişdir. Bu yanaşma İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, Avropa İttifaqı, Birləşmiş Millətlər Ticarət və İnkişaf Konfransı və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Sənaye İnkişaf Təşkilatı kimi beynəlxalq təşkilatların yanaşı, milli hökumətlər və regional tənqidçilər tərəfindən aparılan müxtəlif siyasət işlərində mühüm yer tutur.

İnnovasiyalı idarəetmə prosesi ideyanın yaranması, tətbiqi işləmələr, istehsal, satış, istismar proseslərinin qarşılıqlı əlaqələrinin yaradılması nəticəsində baş verir. Bu nəticələrin biri ondan ibarətdir ki, innovasiya prosesinin bütövlükdə səmərəliliyi hər bir mərhələnin səmərəliliyinə və yaxud bir mərhələdən növbəti mərhələyə keçid yerlərinin və ya vaxtlarının etibarlılığı ilə təmin olunur (Əliyev, 2007).

Fikrimizcə, elmi texniki və texnoloji tərəqqi sahəsindəki perspektivlərin tədqiqi zamanı əldə edilmiş nəticələr bazarda müəssisələrin ümumi strategiyasının işlənib hazırlanması üçün həlledici köhnəlmiş texnologiya ilə çıxmaq lazım olan anın müəyyən olunmasından asılıdır. Bazara yeni keyfiyyət parametrlərinə malik olan məhsullar ilə çıxan və yaxud maddi-enerji və digər növ resurslara qənaət

edən, məhsulun hazırlanmasında daha mütərəqqi texnologiya tətbiq edən hər hansı bir müəssisə müəyyən dövr ərzində başqa müəssisələrə nisbətən daha çox mənfəət əldə etmək imkanı qazanır.

Qrafik 1. Ənənəvi və innovasiyalı idarəetmə sisteminin qarşılıqlı inkişaf dinamikası



Mənbə: https://www.customs.gov.az/ (13.12.2019)

Nəticə

Nəticələrə görə, innovasiyanın anlayışı, mahiyyəti və innovasiyalı idarəetmənin önəmi və rolu müəyyən olundu. İnnovasiya, yeniliyin özündən çox nəticəsini, fərqliləşdirmək və dəyişdirməyə bağlı iqtisadi və ictimai bir sistemi ifadə edir. Məlumatın iqtisadi və ictimai faydaya çevrilməsi, dəyişməyə olan istək, yeniliyə açıqlıq və sahibkarlıq ruhu ilə qaynaşan bir mədəniyyətin məhsuludur.

İnnovasiyanın təkamülü sosial qəbulla nəticələnən qeyri-adi və inteqrasiya olunmuş düşüncə tələb edən hərəkətlərin yüksək mürəkkəbliyi ilə xarakterizə olunur. Beləliklə, yenilik termini mütləq bazara çıxmayan, iqtisadi mənada və birbaşa pul təsirinə məruz qalan, lakin tətbiq olunan və təşkilatlar daxilində istifadə olunan yeni texnoloji, iqtisadi, sosial və təşkilati həlləri əhatə edir.

Rahman və Ramos (2010) izah edir ki, proses baxımından innovasiya ideya, bilik, lisenziyalar, əqli mülkiyyət, patent və ixtiraların idarə olunması və toplanmasını əhatə edir. Müəlliflər əlavə edirlər ki, yenilik baxımından istifadəçi yeniliyi, marketinq yeniliyi, məcmu innovasiya və paylanmış yenilik hesab edilə bilər. Buna görə innovasiya nəzəriyyəsi, əsas elementi təşkilatın tədqiqat və inkişaf şöbələrindən kənarda yenilik edilən bir sıra innovativ yanaşmalara uyğundur.

İnnovativ idarəetmədə güclü maliyyələşdirməyə imkan verən iqtisadi resursların olması ilə bərabər, bu sistemi idarə edən intellektual və texnoloji potensiala da böyük ehtiyac var. İnnovasiya şəbəkəsinin iştirakçılarının sayının daim artması, bura yeni sosial qrupların cəlb edilməsi, innovasiya inkişafına istiqamətlənən institusional sistemin yaradılması bu sahədə əsas faktorlardandır.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.B., (2010) "Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri". Bakı, 365 s.
2. Abbasov A.B.,(2011) "Biznesin təşkili və idarəedilməsi"- Bakı, 258 s.
3. Əlirzayev, Ə. (2005). İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər, Bakı, Adiloğlu mətbəəsi.
4. Əliyev, A. (2007). Menecmentin müasir problemləri, Bakı, Şərq – Qərb mətbəəsi.
5. Həsənov H.N., (2016) "Biznesin inkişaf strategiyası" Bakı 412 səh
6. İmanov Ə.Ş., (2009) "Kiçik sahibkarlıq". Dərs vəsaiti. Bakı, "Elm"nəşriyyatı, 368 səh.
7. Tağıyev, A., Əmirov, İ.(2010). İnnovasiya menecmenti, Bakı, Təknur mətbəəsi.
8. Qasımov F.H., Nəcəfov Z.M. "İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri", Bakı: "Elm", 2009, 416 s.
9. Nəcəfov, Z.M.(2006). İnnovasiyanın əsas anlayışları, elmi-praktiki seminarın materialları, Bakı – Azərbaycan.
10. Candi, M., & Gemser, G. (2012). "Design Effectiveness Industry Report".

Brend Həlqəsinin Qurulması (Brand Wheel) və Brendləşmənin Təşkilati-İdarəetmə Xüsusiyyətləri

Fərhadov Bəxtiyar

farhadov97@mail.ru

Xülasə

Bazara çıxarılan istənilən məhsul özü ilə bağlı müəyyən təəssürat yaradır – müsbət və ya mənfi. Həmin təəssürat istehlakçının məhsul barədə xəbər tutması halında peyda olur. İstehlakçı təəssüratının kortəbii formalaşması şirkətin xeyrinə olmaya da bilər.

Belə ki, istehlakçılar malların üstünlüklərindən baş çıxara, onları lazımi şəkildə dəyərləndirə bilməzlər, çatışmazlıqlarını artıra və hətta yenilərini də düşünüb tapa bilərlər. Brend isə əksinə, malın digər oxşar məhsullardan və ya xidmətlərdən daha faydalı şəkildə təqdim edə bilər, onun üstünlüyünü istehlakçılara daha parlaq formada izah edə bilər. Brendin yaradılması prosesi və onun idarə olunması *brendinq* adlanır.

Brendinq bu – bir ticarət nişanının istehlakçıya ümumi güclü təsirinə əsaslanan bir fəaliyyətdir, məhsulu rəqiblər arasında fərqləndirən və imicini yaradan müəyyən bir fikir və eyni dizayn tərzi ilə birləşdirən qablaşdırmalar, reklam müraciətləri və reklamın digər elementləridir (AllahverdiyevaMüslümat.-2010).

Brendinqin köməyilə bir çox şeylərə çatmaq mümkündür. Xüsusilə, o, bunlara imkan yaradır: müəyyən bir bazarda planlaşdırılan satışı dəstəkləmək və istehlakçıların ağılında bir məhsulun və ya məhsul ailəsinin təsvirini yaratmaq və birləşdirmək üçün uzunmüddətli bir proqram həyata keçirmək; məhsulların çeşidinin genişləndirilməsi və kollektiv imic vasitəsilə tətbiq olunan ümumi unikal keyfiyyətləri haqqında biliklər nəticəsində faydalılığın artmasını təmin etmək; malların yerləşdiyi ölkənin, bölgənin, şəhərin və s. mədəniyyətini təşviqat materialları və kampaniyalarında əks etdirmək.

Bununla yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, brendinqdən səmərəli istifadə – heç də asan məsələ deyil. Onun səmərəliliyi əməkdaşlıq etdikləri reklam verənin və reklam agentliyinin yalnız peşəkar bilik və sahibkarlıq mədəniyyətindən asılı olmur, həm də intellektual mülkiyyət, mal nişanları, dizayn və mətnlərlə işləmək bacarığından, etibarından asılıdır, ona götə də reklam fəaliyyəti bu etibara hər cür yardım etməlidir.

Açar sözlər: Brendləşmə, İdentifikasiya, Brend-həlqə).

Giriş

Bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrin prioritet məqsədi dayanıqlı iqtisadi inkişaf, təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyindən birbaşa asılı olan təmin etmədir. Rəqabətin artması fonunda əksər bazarlara xas olan, istehsal olunan mallara və xidmətlərə artan istehlak tələbini və differensasiyanı təmin etmək bu firmalar üçün vacib problemdir, həlli real vaxtda həyata keçirilməlidir.

Məhsul kateqoriyalarının sayı artması və mallarla doyma halında bir şirkət iki mümkün marketinq strategiyasından birini seçə bilər: minimum xərc üzrə liderlik strategiyası və ya differensasiya strategiyası. Azərbaycanda şirkətlər getdikcə fərqli strategiya seçirlər, yəni məhsullarına əlavə funksional və simvolik üstünlüklər əlavə edirlər. Bu çərçivədə brend anlayışı məhsulun fərqləndirilməsi üçün təsirli bir vasitədir, qiymət rəqabətinə alternativ olur, çünki yeni istehlakçıları cəlb etməyə, həmçinin bazar payını və mənfəət marjasını artırmağa imkan verir.

Qloballaşan iqtisadiyyatda xalqların rifahının əsas hissəsi marka statusuna malik mal və xidmətlər ixrac etmək qabiliyyətinə görə formalaşır, çünki müasir şəraitdə istehsalçıların qazancının xeyli hissəsi əsasən bu statusa görə yaranan əlavə dəyərdən gəlir.

Bazarların inkişafının müasir şəraitində ölkəmizdəki müəssisələrin qarşısında duran ən vacib vəzifələrdən biri səhmlərinin dəyərini, investisiya cəlbediciliyini və rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün şirkətin qeyri-maddi aktivlərinin artırmasıdır. Bir şirkətin ən vacib qeyri-maddi aktivlərindən biri markalardır. Malların cəlbediciliyini və onların fərqliliyini artıran brendlərin mövcudluğu nəticədə bu brendlərin dəyərini yaradan əlavə pul vəsaitlərinin formalaşmasına səbəb olur.

Brendinq həm kommersiya, həm də kommersiya olmayan, sərbəst bazarda fəaliyyət göstərən və istehlakçıları üçün rəqabət aparan müəssisələrin marketinq fəaliyyətinin bir hissəsidir. Kapitalist iqtisadiyyatının inkişafı, bir çox firmanın mal və xidmətləri eyni tələbi və müvafiq olaraq istehlakçıların diqqətini ödəmək üçün mübarizə etdikdə təklifin tələbdən əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb olur.

Firmaların qeyri-maddi aktivləri kimi markaların mühüm xüsusiyyəti sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif risklərini azaltmaq və bu fəaliyyəti daha çox şaxələndirilmiş, sabit və etibarlı etməkdir. Markaların bu keyfiyyəti artan iqtisadi böhran qarşısında özünü müsbət göstərmişdir.

Brendlərin müəyyənedici və fərqləndirici keyfiyyətləri, həmçinin əlavə pul axını yaratmaq bacarığı marka menecmenti mütəxəssislərinə yaxşı məlum olsa da, brendlərin istehlakçı davranışlarına təsirinin təbiəti olduqca az diqqət almışdır. Buna görə, bu araşdırma korporativ brendin funksional roluna yönəlmişdir.

Bu, istehsalçıları mal və xidmətlərin keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa, müxtəlif istehlak seqmentləri üçün texniki şərtləri fərqləndirməyə, reklam xərclərini artırmağa, satış təşviqi tədbirlərini inkişaf etdirməyə, orijinal adlarla mövqe tutmağa və qablaşdırmağı yaxşılaşdırmağa məcbur edir. Brendinq dərsliyi müəlliflərinin yazdıqları kimi, "əksər rəqiblər eyni olduqda, qiymətsiz rəqabətin yeni təsirli yollarını axtarmalısınız və burada ən vacib yol güclü bir marka yaratmaq və inkişaf etdirməkdir" (Годин А.М.2004).

Brendləşdirmə, istehlakçı auditoriyasının beynində markanı müəyyənləşdirən vahid və davamlı bir imic yaratmağa yönəldilmiş müxtəlif təbliğat elementlərinin (reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, satış təşviqi, birbaşa marketinq, korporativ şəxsiyyət, xüsusi tədbirlər və s.) istehlakçıya hərtərəfli təsiridir. Əslində, D. Aakerin sözlərinə görə, mal istehlakının genişlənmiş bir kontekstini təklif edən bir brend, bir növ "əmtəə fetişizmi"-nin (K. Marks tərəfindən Kapitalda hazırlanmış bir anlayışdır) formasıdır. Brend, məhsulu əslində olduğundan daha çox bir şey kimi təqdim edir.

Bu araşdırmanın aktuallığını müəyyən edən digər vacib bir hal xarici istehlakçılara məlum olan güclü milli ticarət markalarının Azərbaycana ölkənin müsbət imicini formalaşdırmasına, turist cəlbediciliyinin artırılmasına və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına imkan verməsidir.

Metod

Tədqiqatda sistem yanaşması, müqayisəli, semantik, struktur, funksional analiz və s. kimi metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatda həmçinin abstraklaşdırma, təhlil və sintez, müqayisəli təhlil, induksiya və deduksiya metodlarından da istifadə edilmişdir. Müqayisəli təhlil metodu vasitəsilə güclü rəqabət şəraitində istehlakçıların qərarına təsir edəbiləcək amillərin müqayisəsi aparılmışdır.

Analiz

Brendin mövqeyi müəyyən edildikdən sonra markanın identifikasiyası və ya mahiyyətini inkişaf etdirməyə başlamaq lazımdır. Brend identifikasiyası, istehsalçıların nöqteyi-nəzərindən brend məzmununun istehlakçılar tərəfindən qəbul edilməsi gərəkli olan ideal məzmundur. Buna görə, bütün brendinqin iştirakçıları - potensial istehlakçılara ötürülməsi və minimal təhrif ilə qəbul edilməsi ilə əlaqəli bir vəzifə öhdəsinə götürürlər. Bununla birlikdə, brendin istehlakçılar tərəfindən qavranılması (marka görüntüsü) həmişə hazırlanmış təqdimatdan fərqlidir. Buna görə brendinqin vəzifəsi, brendin istehlakçı tərəfindən qavrayışını bacarıqla ölçmək və planlaşdırılmış və qəbul edilən brend görünüşləri arasında maksimum uyğunlaşma əldə etmək üçün marketinq kommunikasiyalarını məharətlə idarə etməkdir.

Brend identifikasiyasını inkişaf etdirmək üçün bir çox fərqli metod və tövsiyələr mövcuddur. Ən məşhur brend qurma modellərindən biri, İngilis şirkəti Bates Worldwide tərəfindən hazırlanan “Brend-Həlqə”-dir (Brand-wheel). Qeyd olunmuş model dünyanın aparıcı şirkətlərinin - 3M, Viski, Kit-e-Kat, Smirnoff, Zanussi, IBM və s.-nin təcrübəsində uğurla istifadə edilmişdir (А. А. Иванов. 2013). Bu modelə uyğun olaraq, bir brend, hər biri ayrı bir brend elementini təmsil edən dairələr toplusu şəklində təmsil edilə bilər (Əlavə 1).

Atributlar. Bir brend nədir? Brendin fiziki və funksional xüsusiyyətləri, istehlakçıların əvvəlcə müəyyənləşdirdikləri - rəng, dizayn, dad, qoxu, habelə tam dəstin xüsusiyyətləridir.

Üstünlükləri / faydaları. Bir brend mənim üçün nə edir? Brendi istifadə etməkdən hansı fiziki nəticə alacağam? Bunlar brendin müəyyən bir ehtiyacı qarşılamaq üçün təklif etdiyi bənzərsiz (arzuolunan) xüsusiyyətlərdir. Onlar atributlar əsasında hazırlanmışdır: məsələn, bir avtomobildə iki ehtiyat təkərin olması (atribut) yolda mümkün qəza barədə uzun müddət düşünməməyinizə imkan verir. Güvən hissinə ehtiyacı olan istehlakçılar üçün ikinci ehtiyat təkər təkcə əlavə seçim deyil, həm də əldə (üstünlük) lehinə vacib bir dəlil olacaqdır.

Bir brend müxtəlif növ faydalar təklif edə bilər. Məsələn, “1892 - ci ildə zirzəmilərə qoyulmuş spirtli içkilərdən hazırlanmış" Erto "seriyasından olan Courvoisier konyakının üstünlüklərini aşağıdakı kimi bölmək olar:

1. funksional - yaşı 100-dən yuxarı olan unikal konyak ən zəngin və ən çox zövq verən Grand Champaign əyalətinin seçilmiş içkilərindən ibarətdir;
2. sosial - konyak ən bahalılar kateqoriyasına aiddir, istehlakçıya konyakın bilicisi və varlı, uğurlu bir insan kimi özünü sübut etməyə imkan verir;
3. emosional - konyak istehlakçıya bu məhsula xas olan bütün emosiyaların qammasını, qiymətini əsaslandıraraq göstərir.

Brendlərin faydaları həmişə xüsusi ifadələrlə - həvəsləndirici motivlərlə (inanmaq üçün səbəblər) gücləndirilir. Onlar istehsalçı brendin üstünlüklərini sübut etdiyi məhsulun xüsusi xüsusiyyətlərini təmsil edir. Məsələn, istehlakçı özünü qorumağa ehtiyac hiss edirsə və yolda özünü təhlükəsiz hiss etmək istəyirsə, avtomobilin üstünlüyü "təhlükəsiz sürücülük" olacaq və bu üstünlüyə inanmaq üçün

səbəb "yolda sabitlik" və ya "əlavə qorunma" olacaqdır. Öz növbəsində, bu həvəsləndirici motivlər müvafiq marka atributları - ABS və "altı hava yastığı" əsasında hazırlanmışdır. Avtomobil brendlərini nümunə olaraq istifadə edərək, ehtiyaclara əsaslanan faydaları və həvəsləndirici motivlərin hazırlanmasını izləyə bilərik (Əlavə 2).

Dəyərlər. Bir brend istifadə edərkən hansı duyğuları yaşayıram? Brendi istifadə edən zaman özüm haqqında nə düşünürəm və başqaları mənim haqqımda nə düşünür? Dəyərlər istehlakçının brendin istifadəsindən emosional nəticələrini müəyyənləşdirir. Brend dəyəri məhsulun unikal xüsusiyyətlərinin və alıcının fərdi nəticələrinin birləşməsi ilə formalaşır və faydaların brendə olan nisbəti və məhsulun alınması və istismarı ilə əlaqədar çəkilməli olan bütün xərclər nisbəti kimi müəyyən edilir (Əlavə 3).

Brendi müəyyənləşdirən dəyərlər hədəf qrupu üçün aktual olmalıdır, yoxsa istehlakçılar onlara cavab verməyəcəklər. Başqa sözlə, dəyərlər həqiqətən dəyərli olmalıdır. Digər tərəfdən, dəyərlərin özləri və ya onların birləşməsi xüsusi və mümkün qədər unikal olmalıdır ki, bu dəyər sistemi eyni və ya əlaqəli məhsullar qrupundan olan digər brenlərin əhəmiyyətli keyfiyyətlərinə bənzəməsin. Yəni brendin dəyərləri onun fərdiliyini vurğulamalıdır. Məsələn, Electrolux markasının tərtibatçıları Electrolux, Zanussi və AEG markalarının ümumi dəyərlərini müəyyənləşdirirlər: etibarlılıq, dizayn, yenilik, ətraf mühit. Electrolux markasının bənzərsiz dəyərləri üç əsas konsepsiya ilə tərtib edilə bilər: qayğı, düşüncə, sadəlik.

Bir brend hansı dəyərləri daşımalıdır? İstehlakçıların hədəf qrupunu ən tam və dəqiq şəkildə səciyyələndirənlər. Bu baxımdan V.N. Domnin, brendi eyni adlı bir klubla müqayisə etdi, "Əsl brend bu brendi seçmiş bir qrup insanı birləşdirən şeydir. Bir marka dəyərlər baxımından açıq şəkildə yerləşdirilirsə, onları inamla və həvəslə elan edirsə, bu dəyərləri həm özləri, həm də bu dəyərlərin əhəmiyyəti olan istehlakçıları ifadə edən bir simvol və ya mədəni kod olur. Brendə sadiq insanların ümumi xüsusiyyətləri var və brendin əsas vəzifəsi bu xüsusiyyətləri ələ keçirmək və ifadə etməkdir ki, bu marka istehlakçı birliyinin simvoluna çevrilsin. Bundan sonra marka belə insanları bir araya gətirən "klub" olacaq " (Домнин В.Н.2004).

Fərdilik. Brend insan olsaydı, nə olardı? Təsəvvür edin ki, bir brend indi bu otağa girən adamdır. Görünür, cinsinə, yaşına, peşəsinə görə kimdir. Onu əhatə edəni, yaşadığı tipik vəziyyətləri təsvir edin. Bir brend sizə nə dedi?

Brendin (şəxsin) fərdiliyi və ya şəxsiyyəti onu insan fərdiyyətinin xüsusiyyətləri şəklində təqdim edir. "İsti" və "mehriban" görünüşlü markalar "uğurlu" və "məqsədyönlü" ilə ziddiyyət təşkil edir. Şəxsiyyəti izah edən epitetlər dəsti, bazarda brendin həyatı boyunca istehlakçılarla ünsiyyət təmin edə biləcək bir tanınan imic yaratmağa kömək edir. Məsələn, Ford Fusion avtomobilinin "şəxsiyyəti" "idman quran, qürurlu, inamlı, müasir bir şəhərdə tapıla biləcək hər şeyə hazır bir gənc" kimi təsvir edilə bilər.

Yeddinci seriya Renoult "moda hesab etdiyi şeyləri geyən, Cosmo oxuyan, Campari içən, pul haqqında düşünməyən və Demokratlara səs verən bir təcrübə sevən cəlbedici gənc qadındır."

Kiçik avtomobil Ford Ka “My Stylish Girlfriend” reklam kampaniyasının şüarı ilə xarakterizə edilə bilər. 1998-ci ilin yayında belə bir reklam şüarı altında bu avtomobilin Rusiya bazarına təqdim edilməsi baş tutdu.

Markanın mahiyyəti. İstehlakçıya təklif olunan mərkəzi fikir. Brend şəxsiyyəti inkişaf etdirildikdə və onun əsas xüsusiyyətləri müəyyən edildikdə, brendin bütün ideologiyası yalnız ən vacib olanı vurğulamaq olur. Bir brendin mahiyyəti ümumiyyətlə beş açar sözdən çox olmur.

Nümunələr:

1. Nike - "Həqiqi İdman Fəaliyyəti"
2. Post it - Sürətli dostluq ünsiyyəti
3. Disney - Əyləncəli Ailənin əyləncəsi
4. Nature Conservancy – Gözəl yerləri qoruyub saxlamaq
5. Ritz Carlton - "Xanımlar və cənablar xanımlara və cənablara xidmət edir"
6. Bang & Olufsen - Səliqəli zəriflik
7. Perm - "Böyük Perm Qərblə Şərqi birləşdirir"
8. Mercedes - Dizayn Mükəmməlliyi.

Aşağıda müxtəlif avtomobil markalarının brend-həlqələri göstərilmişdir:

Range Rover Brend-həlqə:

1. Xüsusiyyətlər- Mütəxəssis, 4x4 təcrübəsi.
2. Faydaları- Əla idarəetmə, güclü, sürücülük zövqü əladır.
3. Dəyərlər- Yolda əla, komanda mövqeyində üstünlük təşkil edir.
4. Şəxsiyyət- Düşüncədə inamlı və müstəqildir, imkanlarını başa düşür.
5. Brendin mahiyyəti- Əlavə səy olmadan usta.

Mercedes markalı Brend-həlqə:

1. Xüsusiyyətlər- Alman, elit, əziz, ən yüksək keyfiyyət, tarixi, kişi.
2. Faydaları- Etibar, prestij.
3. Dəyərlər- Təhlükəsizlik, mükəmməllik, usta.
4. Şəxsiyyət- Yetkin, möhkəm, mühafizəkar, avtoritar, Nordic.
5. Brendin mahiyyəti- Dizayn mükəmməlliyi.

BMW markalı Brend-həlqə:

1. Xüsusiyyətlər- Alman, lüks, bahalı, yaxşı dizayn edilmiş, keyfiyyətli, yüksək performanslı, irsi, kişidir.
2. Faydaları- Bir idman avtomobilinin performansı lüks bir avtomobilin rahatlığı ilə birləşdi.
3. Dəyərlər- Gənc, lakin təcrübəli; kapitallaşdırılmış sürücü.
4. Şəxsiyyət- Ciddi, lakin fanatizmsiz, xarizmatik, yarım alman, yarı adam (burada alman irqinə münasibətdə təkər yaradıcılarının istehzası).
5. Marka mahiyyəti- Sürücülük mükəmməlliyi (http: // www.brandaid.com.ua.)

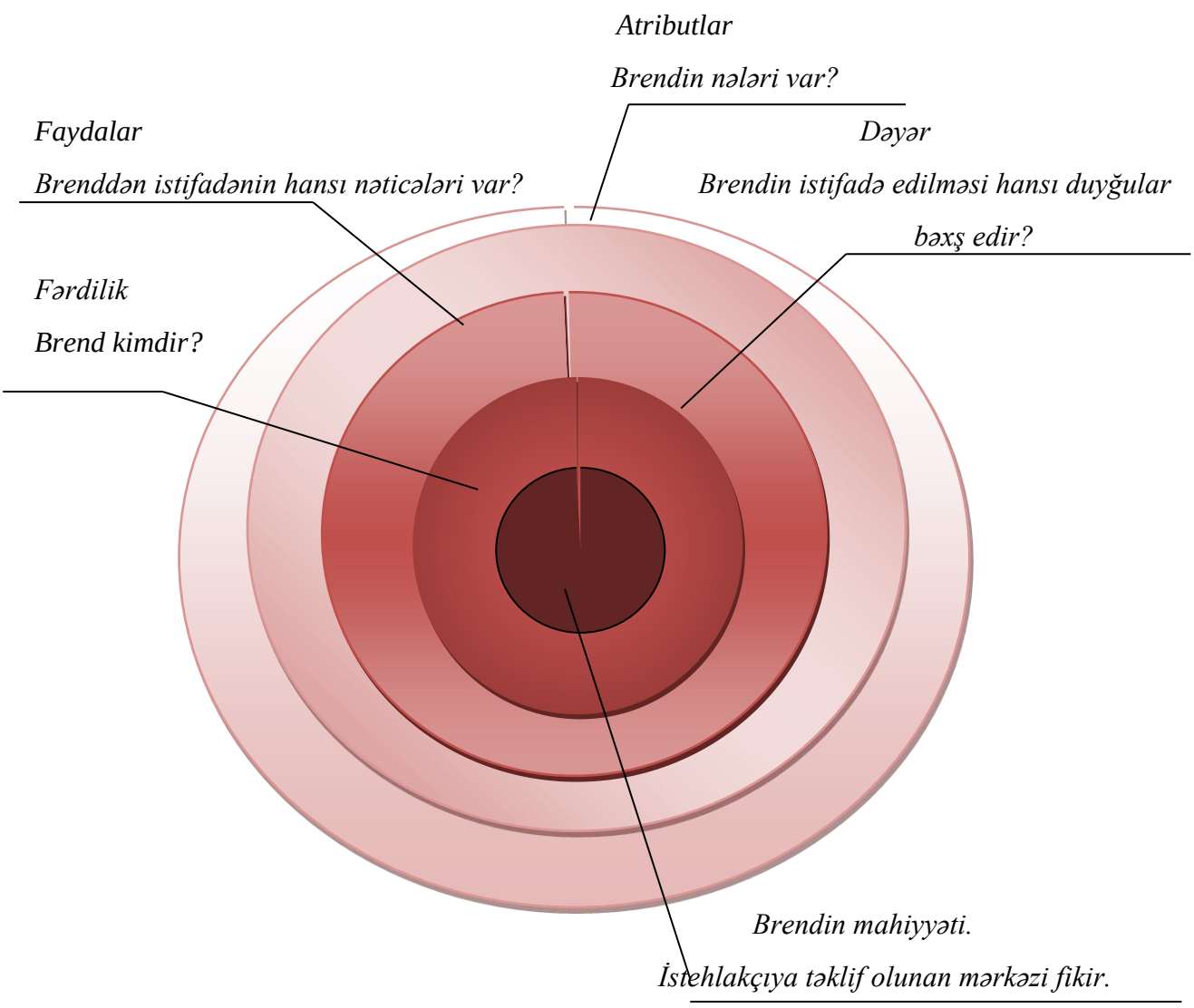
Markalaşma artıq bir məhsula dəyər əlavə etməkdən ibarətdir; markalaşma həyat tərzi və markaları təmsil edir və özlərini bir növ mədəniyyət halına gətirir. Brendlər hazırda istehlakçının inner və ya daxili həyatı, dəyərləri, inancları, siyasəti və ruhları üçün pay almağa çalışırlar.

Azərbaycanda brendləşmə strategiyalarını tətbiq edərkən dünyanın sənayecə inkişaf etmiş dövlətləri və Avropa dövlətləri vasitəsilə ölkəmizdəki xarici ticarətin böyüməsinə xüsusi fikir vermək lazımdır. Dünya bazarlarına çıxışda xarici istiqamətli brendləşmənin strateji və düşünülmüş yanaşmalarının optimal müvafiqliyininin işlənib formalaşması xüsusi əhəmiyyət kəsb etməlidir.

Dövlətimizin xarici bazarlara çıxış strategiyası xarici istiqamətli sferada müvafiq davranış qaydalarına istinad edir. Yəni, sonrakı proseslərdə düşünülmüş vəzifələrin də yerinə yetirilməsində əsas olaraq götürülən təşəbbüskarlıq qaydaları, başqa sözlə tələb və təklifin paralelliyinin qiymətləndirilməsi, mal və xidmətlərin keyfiyyət quruluşunun araşdırılması, eləcə də digər faktorlar uzunmüddətli vaxt intervalında kompleks şəkildə öyrənilməlidir. Məhz bu mənada ölkədə dünya təcrübəsinin mexaniki realizasiyası yolverilməzdir.

Azərbaycan inkişaf etmiş dövlətlərin təcrübəsindən yaradıcı tərəflə istifadə etməli və bu prosesi dövlətin təbii, social-iqtisadi və milli spesifikası vasitəsilə sıx uzlaşdırılmış qaydada həyata keçirməlidir.

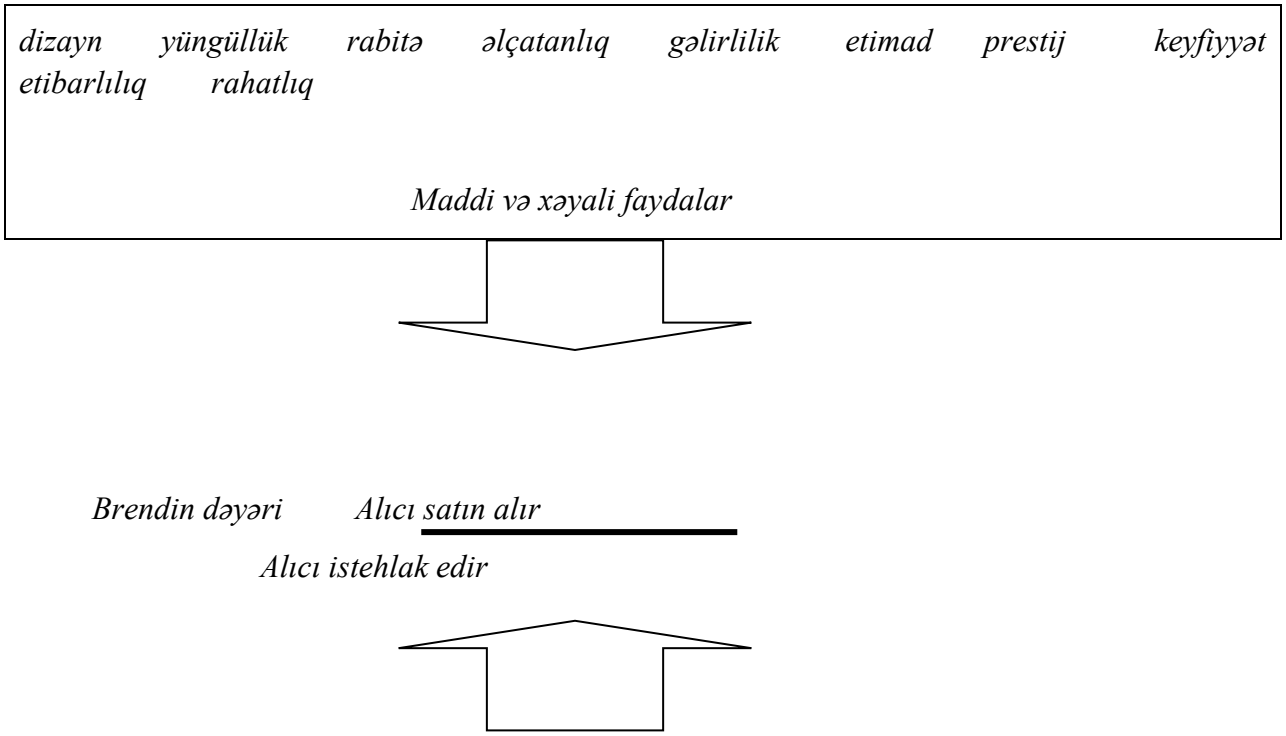
Sxem 1. "Brend-Həlqə" (А. А. Иванов. –, 2013)



Sxem 2. Brendin faydalarının hazırlanması (Рудая Е. А. 2006)

Hədəf auditoriyasının tələbatı	*Brendin üstünlükləri*	*Həvəsləndirici motiv*	*Brendin atrubutu*
Təhlükəsizlik	*Təhlükəsiz sürücülük*	*Yolda sabitlik*	*Anti-slip sistem*
		Əlavə qorunma	*Altı hava yastığı;* *Gücləndirilmiş bədən dirəkləri*
İnam	*Ona etibar edə bilərsiniz*	*Etibarlılıq*	*Alman keyfiyyəti;* *Dünya "Auto-Mobility"-nin yüzillik mirası*
		İstifadə rahatlığı	*Üç illik zəmanət;* *Xidmət mərkəzlərinin geniş şəbəkəsi*
Rahatlıq	*İstirahət etməyə imkan verir*	*Nəzarət rahatlığı*	*Hidrolik sükan*
		Erqonomik dizayn	*Çıxarıla bilən sükan sütunu;* *Tənzimlənən oturacaqlar;* *Rahat qatlama masası*

Sxem 3. Brendin dəyərinin formalaşması.



Nəticə

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq, brendinqdən istifadə edilmənin əsaslarının öyrənilməsi vacib amil kimi nəzərdən keçirilir. Bunun üçün çoxsahəli fəaliyyətinin təhlilinə yaradıcılıqla yaxınlaşmaq və digər dövlətlərin bu sahədə əldə etdiyi təcrübədən istifadə etmək tələb edilir.

Marka şirkətin ən qiymətli varlıqlarından biridir və bir çox şirkətin rəhbərliyi bu dəyərin təşkilatın xeyrinə istifadə oluna biləcəyini və istifadə edilməli olduğunu yaxşı bilirlər. Markalardan səmərəli istifadə sayəsində şirkətlər yüksək artım templərini təmin etməyə və yüksək imic yaradan mənfəət əldə etməyə müvəffəq olurlar. Buna görə də, şirkət menecerləri brendin identifikasiyasının formalaşdırılması zamanı istifadə edəcəyi metodları xarici ölkələrdə reallaşdırılan bu sahə üzrə praktikaları nəzərdən keçirərək həyata keçirməlidirlər.

Təkliflər ibarətdir:

1. Ölkəmizdə brendləşmənin daha çox inkişaf etməsi üçün bu istiqamət üzrə nəzəri biliklər genişləndirilməli;
2. Brendinq üzrə çağdaş məlumatlar təhlil edilməli və tətbiq edilməli;

3. Brendləşmə ilkin növbədə xarici istiqamətli reklam agentliyi şəbəkəsinin formalaşdırılmasını və bunun təməlində xarici istiqamətli təcrübənin öyrənilməsini tələb edir. Belə bir xarici istiqamətli agentliyin əsasının qoyulması sənaye şirkətlərinin xarici istiqamətli şirkətlərə çevrilməsi, xarici istiqamətli əlaqələrin genişlənməsi, kütləvi informasiya alətlərinin beynəlmiləlləşdirilməsinə şəraiti formalaşdırır;

4. Çağdaş şəraitdə effektiv reklamın ümumi icra fəaliyyətinə brendləşmə kommunikasiyasına əsas təsir edən göstəricilərin məcmuyu olaraq baxılmalıdır. Bu ünsiyyət əlaqələrinə birbaşa brendləşmə və pablik-rileyşinz aiddir. Mövcud şəraitdə birbaşa brendləşməyə şəxsi istehlakçıya istiqamətləndilmiş bazar icra fəaliyyətinin əsas növü olaraq baxılır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. AllahverdiyevaMüslümat. “Beynəlxalq marketing”. 2010. 2.
2. Axundov Ş.Ə. “Beynəlxalq marketing”. 2010
3. Епифанцев А.А. Проблема выбора стратегии продвижения российских товаров на зарубежные рынки // Российский внешнеэкономический вестник. 2007. № 8. 17 с. .
4. Капферер Ж.-Н., Бренд навсегда. создание, развитие, поддержка ценности бренда. Жан-НоэльКапферер - Москва - Санкт-Петербург: Вершина, 2009. - 442 с. .
5. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. - М.: Инфра, 2004. - С. 290 с. .
6. Лейни Т. А.,Бренд-менеджмент. учебно-практическое пособие. Т. А. Лейни, Е. А. Семенова, С. А. Шилина - М.: Дашков и К°- 2010 - 225 с. .
7. Набиев Р.Г. Стратегия разработки и управления брендом предприятия / Р.Г.Набиев // Транспортное дело России. - 2009. - № 10. - 55 с. . Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. От брендинга к бренд-билдингу. - М.: Гелла-принт, 2004. - 320 с.

İstehlakçı Davranışlarının İdarə Edilməsi Xüsusiyyətləri

Muminat Çopsiyeva

c.muminat@gmail.com

Xülasə

Məqalədə istehlakçı davranışının mahiyyəti, mal alışı ilə bağlı qərarların qəbulu zamanı onlara təsir edən amillərin tədqiqi, müasir cəmiyyətdə biznesin düzgün aparılması üçün bu amillərin araşdırılmasının vacibliyi məsələləri nəzərdən keçirilib. Müxtəlif müəllif mövqelərinə əsaslanan istehlakçı tipologiyaları təqdim olunub. İstehlakçı davranışının marketinq modeli təsvir olunub, istehlakçıları düzgün cəlb etmə strategiyasını seçmək üçün onların davranış mexanizmləri və həmin mexanizmlərin istifadə imkanları tədqiq olunub. Mal alarkən istehlakçıların motivasiyası məsələləri, istehlakçıların motivasiyasının tədqiq olunmasının müasir biznes üçün əhəmiyyəti, onların motivasiyasına təsir edən amillər araşdırılıb.

Eyni zamanda məqalədə ölkədə manatın devalvasiyası zamanı baş verən dəyişikliklər nəticəsində istehlakçıların davranışlarının necə dəyişdiyi, böhranın onlarda nə kimi psixoloji halların yaratdığı və bu psixoloji halların onların alış davranışına necə təsir etdiyi analiz edilib. Böhran zamanı hansı tip istehlakçı daha çox zərər çəkmişdir və bunlara səbəb olan amillər nələr idi, ümumi xərcləri azaltmaq üçün onlar hansı yolları seçmişdi, hansı tip istehlakçının davranışı heç dəyişməmişdir və bunun başlıca səbəbləri hansılar idi, yüksək və aşağı gəliri olan istehlakçıların davranışında baş verən dəyişikliklər və s. kimi məsələlər araşdırılıb.

Eyni zamanda məqalədə böhran zamanı və ya böhranın baş verməsi ehtimalı olduqda, habelə virusun yayıldığı bir dövrdə istehlakçıların gündəlik tələbat malları, ilkin seçim məhsulları, xüsusi tələbat məhsullarına olan tələblərində baş verən dəyişiklilər, onların səbələri nəzərdən keçirilmişdir.

Açar sözlər : istehlakçı davranışı nəzəriyyəsi, istehlakçı davranışının tədqiqat metodları, istehlakçıların motivasiyası.

Giriş

İstehlakçı davranışı adı verilən elm 1962-ci ildə ABŞ-da rəsmi olaraq tanınmışdır. Antonio Damasio-nun fərdlərin qərar qəbul edərkən sırf rasional deyil, həm də duyğusal davrana bildiyi haqqında irəli sürdüyü fərziyyə insan davranışları ilə əlaqədar aparılan elmi araşdırmalar əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir.

İstehlakçı davranışı bir çox şəxsi, sosial və psixoloji dəyişkənliyin təsiri altında baş verən mürəkkəb hadisədir. İstehlakçı davranışı nə qədər çox bilinərsə müəssisələrin bazarda uğur qazanma şansı o qədər yüksək olar. Müasir marketinq qərarları istehlakçı davranışları ilə əlaqədar əldə olunan məlumatlara və onların davranışlarına dair fərziyyələrə əsaslanır. İndiki vaxtda istehlakçı davranışı ilə əlaqədar məlumatları özündə əks etdirməyən bir marketinq qərarını düşünmək imkansızdır. Marketinq ilə bağlı qəbul edilən bütün qərarlar əslində istehlakçı davranışı ilə sıx bağlıdır. Məsələn, məhsulla əlaqəli qərarlar: məhsulun dizaynı, məhsulun fərqləndirilməsi, marka və markanın qavranılması, qablaşdırma, etiketləmə və s.; Qiymət qərarları: qaymaqyığma strategiyası,bazara nüfuzetmə strategiyası, psixoloji qiymət və s. ; Bölüşdürmə ilə bağlı qərarlar; marketinq kanalları və logistika idarəetməsi ilə bağlı bütün qərarlar; bu və ya digər marketinq komunikasiyasının seçilməsi ilə bağlı olan qərarlar və s. birbaşa istehlakçı davranışları ilə bağlı olan qərarlardır.

Müxtəlif şəkildə şərh olunan istehlakçı davranışının mahiyyəti fərdlərin və ya qrupların istək və ehtiyaclarının təmin edilməsi, mal, xidmət seçərkən, satın alarkən, istifadə edərkən və ondan xilas olarkən sərgilədiyi davranışlar kimi ifadə edilə bilər. Buradan da göründüyü kimi, istehlakçı davranışı

məfhumu sadəcə satınalma anındakı davranışları deyil, bir proses olaraq satışdan əvvəl başlayıb, satınalmadan sonra da davam edən bir çox davranışları, hərəkətləri özündə əks etdirir. Eyni zamanda istehlakçı davranışına istehlakçıların istehlak proseslərində etdiyi hərəkətlərə və təcrübələrinə münasibətdə hissləri və düşüncələri də daxildir.

İstehlakçıların motivasiyasının təhlili müasir biznes üçün artan əhəmiyyət kəsb edir. Şirkətlər istehlakçılar haqqında biliklərini istifadə etməklə, öz fəaliyyətinin effektivliyini artırmağın yollarını tapmağa çalışır. İstehlakçı davranışının motivasiya problemi ölkəmizdə də aktualdır, belə ki, Azərbaycanda iqtisadiyyatın inkişafı ilə şirkətlər arasında bu və ya digər alıcıya xidmət göstərmək uğrunda rəqabət güclənir. İstehlakçıların tələbatı əsasında öz ticarət markasına diqqət cəlb etmək, malı satıb mənfəət əldə etmək üçün şirkətlər istehlakçı ilə kommunikasiya yaratmağa çalışır.

Buna görə də bu məqaləni yazmağımda məqsəd istehlakçı davranışının mahiyyətini, əsas xüsusiyyətlərini açıqlamaq, mal alışı haqqında qərarların qəbulu zamanı ona nələrin və hansı istiqamətdə təsir edəcəyini müəyyənləşdirməkdir.

Metod

Elmi ədəbiyyatda təklif olunan tələblərdən irəli gələrək, tədqiqatın nəzəri modeli aşağıdakı kimi dəyişən və nəzəri anlayışları ehtiva edir: tələbat, maraq, dəyərlər, davranış motivləri, istehlakçının motivasiya amilləri (estetik, sosial-demoqrafik, iqtisadi, şəxsi, zahiri), eləcə də istehlakçı davranışının motivasiya problemləri və onların təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tövsiyələr.

Tədqiqatın empirik modelinə aşağıdakı anlayışlar daxildir: istehlakçının dəyərləri və tələbatı haqqında təsəvvür; istehlakçının seçiminə təsir edən təqdim olunan malın çeşidi, onun zahiri görünüşü, istehlakçının cinsi və yaşı, onun üstünlük verdiyi əlamətlər, istehlakçının şəxsi üstünlük verdiyi əlamətlər və malın dəyərinə münasibət kimi amillər haqqında təsəvvür.

Analiz

2015-cü ildə Azərbaycanda manatın devalvasiyasının baş verməsi və iqtisadi fəallığın azalması təşviş xarakterli kütləvi reaksiyalara səbəb oldu. Çoxsaylı tədqiqatlar nəticəsində müəyyən olundu ki, böhran istehlakçı strategiyasının dərindən dəyişməsinə səbəb oldu. Böhran dövründə istehlaklakçıların yaşadığı əsas psixoloji hallar pessimizm və inamsızlıq olmuşdur. İstehlakçılar bu dövrlərdə daha az istehlak etmiş və qiymət baxımından daha ucuz mal və xidmət tələb etmişlər. Bu səbəbdən alış-veriş vərdişləri dəyişmişdir. Əksər hallarda sorğuların nəticələrinə seçilmiş respondentlərin – iri şəhər sakinlərinin spesifikası təsir etmişdir. İstehlakçı reaksiyalarının müəyyən olunan tiplərini sistemləşdirək.

Bütün istehlakçıların üçdə birdən artıq hissəsi ərzağa çəkilən xərcləri azaltmaq hesabına ümumi xərclərini azaldıb. Nəzərdən keçirilən qrup üçün aşağı qiymət kateqoriyasına aid brendlərə keçmə, alış-veriş həcminin və tezliyinin azaldılması, daha aşağı kateqoriyadan olan mağazalara keçmə, əylənməyə meylli olan istehlakçıların daha çox qənaət etməyə və xərclərini mümkün qədər azaltmağa meylli olduğu görülmüşdür, eləcə də digər sərt iqtisadiyyat metodlarının tətbiq olunması səciyyəvidir. Buna səbəb isə gəlirləri qeyri-müəyyən olduqda, istehlakçıların qiymətə daha çox həssas olması və daha çox ucuz məhsullara üstünlük verməsidir. Bu kateqoriyadan olan insanlar iqtisadi cəhətdən böhrandan ən çox zərərçəkmiş şəxslərdir, əsas tələbatların təmin olunmasının mümkünsüzlüyü neqativ psixoloji halların inkişafına səbəb olmuşdur.

Vətəndaşların on faizi iqtisadi vəziyyətin pisləşməsinə ərzaq səbətində ciddi dəyişiklik etmədən reaksiya vermişdir. Təhlil olunan qrupun nümayəndələri üçün iqtisadi cəhətdən əlverişsiz situasiya bir çağırış kimi görünür. İnsanlar vəziyyətə uyğunlaşmağa çalışır və daima yeni iqtisadi mənbələr axtarışındadır.

Vətəndaşların dörddə bir hissəsi qeyri-rasional davranır. Məhz bu kateqoriyanın nümayəndələri investisiya məqsədilə qızğın surətdə iri məişət texnikasını alıb yığmaqla yaddaşlarda qaldı. Bu kateqoriya özünü təkrar sığortalamağa meylli olub, asanlıqla manipulyasiya olunur.

39% vətəndaşların böhran vəziyyətində davranışı demək olar ki, dəyişmədi. Gəlirlərin sabit yüksək səviyyəsi və qənaət edilib yığılmış vəsaitlərin yüksək həcmi onlara gələcəklə bağlı təşvişə düşməməyə imkan verdi. Onlar istehlakçı səbətinin qiymətinin artdığını hiss etsələr də, ümumilikdə öz vərdişlərini dəyişməli olmadılar. Bu qrupdakı istehlakçılar demək olar ki, heç bir xərcləri azaltmadılar və işsiz qalmadıqları təqdirdə istehlak qaydalarını dəyişdirmək haqqında düşünmədilər.

Məhsulla əlaqəli davranışda dəyişikliklərdə isə- ən az dəyişiklik istehlakçıların gündəlik tələbat məhsullarına olan tələblərində müşahidə edilmişdir. İlkin seçim məhsullarında daha çox funksionallıq, davamlılıq və daha ucuz qiymət axtarıldığı, xüsusi tələbat məhsullarında böhranın təsirlənməyən istehlakçıların davranışı dəyişmədiyi, böhrandan təsirlənən istehlakçıların tələbi isə bu məhsullara azaldığı görülmüşdür.

Beləliklə, böhran nəticəsində istehlakçıların yarıdan çoxu öz vərdişlərini dəyişməli oldu. Yaranmış vəziyyət müxtəlif neqativ psixoloji halların yaranmasına səbəb olur. Adət edilmiş həyat tərzini təmin etməyin mümkün olmaması bir sıra hallarda deprivasiya vəziyyətinə səbəb olur, bu isə öz növbəsində frustrasiyaya gətirib çıxarır. Frustrasiya həm deprivasiya nəticəsində, həm də müstəqil surətdə yarana bilər.

Frustrasiya vəziyyəti qıcıqlanma, təşviş, bir sıra hallarda isə hətta ümidsizlik kimi bütöv bir emosional proseslər kompleksi ilə xarakterizə olunur. Tədqiqatçılar tərəfindən müəyyən olunmuş ticarət obyektlərinə gedərkən neqativ emosiyaların güclənməsi məhz bununla izah oluna bilər.

Sadalanan psixoloji situasiyaların neqativ potensialı çox böyükdür. Bütün buna bənzər hallar təcavüzkarlığın (aqressiya) artmasına, münaqişələrin yaranmasına, özünü dəyərləndirmənin azalmasına və apatiyaya səbəb olur. “Deprivasiya – frustrasiya – təcavüzkarlıq” zəncirini qırmağa yalnız yaşam məqsədləri ilə fərdin cəmiyyətdəki yerini harmoniyaya gətirmək yolu ilə nail olmaq olar.

Təkcə böhranın baş verməsi deyil, eyni zamanda böhranın baş vermə ehtimalı da istehlakçıların davranışlarının dəyişməsinə səbəb ola bilər. Bunu hazırda covid-19 virusunun yayıldığı bir vaxda da müşahidə etmək mümkündür. İnsanları narahat edən, qorxudan bir duyğu da “qeyri-müəyyənlik”-di. Virus nə zaman bitəcək, bitdikdən sonra nə baş verəcək və s. kimi qeyri müəyyənlik şəraitində də onlar müxtəlif davranışlar sərgiləyirlər. (https://pazarlamasyon.com/covid-19dan-sonra-sosyal-hayat-nasil-olacak/, 2020). Belə ki, bu dövrdə bəzi istehlakçılar ehtiyac olmasa alış-veriş etməməyə çalışırlar, bəziləri onlayn alış-verişə üstünlük verirlər, əksəriyyətinin isə yığmağa, qənaət etməyə meyilli olduğu görüldü. Stoklama əsasən makaron, yumurta, qablaşdırılmış məhsullar, çay, düyü, un məhsullarında müşahidə edildi. Əvvəllər heç onlayn alış veriş etməyənlərin də onlayn alış-veriş etdikləri müşahidə edilir və bu fakt günü-gündən artır. Tədqiqatlar göstərir ki, dünyada covid-19 virusu səbəbi ilə onlayn market alış-verişləri də artdı. 11-15 Mart aralığında alınan sifarişlərdə əvvəlki həftəyə nəzərən 80%

artım görüldü.(https://www.campaigntr.com/tbwaden-reklam-endustrisi-icin-covid-19-ajandasi/, 2020). Ekspertlər qeyd edirlər ki, onlayn alış-veriş metodlarına yiyələnən istehlakçıların virus bitdikdən sonra belə onlayn alış-veriş etməyə davam edəcəkləri gözlənilir.

Hazırda istehlakçı davranışı nəzəriyyəsi bir addım irəliyə getmiş, və marketinq tədqiqatlarına daha çox diqqət ayrılmağa başlanmışdır ki, bunun əsasında müəssisələr müştəri cəlb etmək üçün gələcək strategiyalarını formalaşdırır. Belə ki, hazırda istehlakçının seçiminə yalnız büdcə məhdudiyyətləri deyil, həm də digər amillər təsir edir. Bu amillər fərdi amillər, sosial və mədəni amillərdir.

Motivasiya. Motivasiya fərdin davranışlarının səbəbini ortaya qoyur. Motivə edilmiş

hər hansı bir istehlakçı müəyyən davranışları yerinə yetirmək üçün hazırdı və könüllü olaraq hərəkət edir. İstehlakçılar hər hansı bir məhsul və satınalma ilə bağlı düşünməyə, məlumat toplamağa, qərar qəbul etməyə motivə ola bilər. Onların alış-veriş motivasiyası alıcılıq qabiliyyəti və imkanları ilə bağlı olur. (Okumuş, 2018: 74)

Dəyərlər və həyat tərzi. Həyat tərzi bir insanın boş vaxtını və gəlirini necə istifadə

edəcəyini göstərən seçimləridir. Fərdin qatıldığı fəaliyyətlər, fərdin maraqları, özü və ətrafındakı xarici aləm ilə bağlı düşüncələri həyat tərzini əks etdirir.

(https://www.slideshare.net/didosssssss/tketici-davranlarn-etkileyen-sosyal-ve-kltrel-faktrler, 2014) Dəyərlər insanın düşüncələri, inancları və prinsipləridir. Dəyər insan davranışlarını istiqamətləndirmək ilə yanaşı müəyyən vəziyyətləri digərlərinə görə üstün tutma meyilliyini göstərməkdədir. İstehlakçılar da satınalma prosesində dəyərlərinə görə hərəkət etməkdədirlər. (Okumuş, 2018: 139)

Sosial siniflər- eyni sosial dəyərlərə sahib olan, bir biri ilə çox yaxın münasibətdə olan və oxşar davranış gözləntiləri olan insanların əmələ gətirdiyi sosial qrupu təsvir edir. (Odabaşı, Erdoğan, Gegez, Torlak, Timur, Öztürk, Barış, ve Eroğlu, 2012: 58) Ölkəmizdə sosial siniflər üzərində tədqiqatlar az da olsa son illərdə həyata keçirilməyə başlanmışdı. Ölçmə problemləri, iqtisadi qeyri-sabitlik problemləri, tədqiqatın aparılmasının baha başa gəlməsi və s. bunun səbəbi kimi çıxış edir. Sosial sinif və gəlir arasında sıx bir əlaqə vardır amma bununla belə eyni gəlirə malik alıcıların bu və ya digər məhsula üstünlük verməsi, satış üçün çəkdiyi xərc baxımından fərqli davranışlar sərgilədiyi görülmüşdür. Bəzi situasiyalarda sosial siniflərin təsiri daha çoxdur.Məsələn, daha çox yüksək xərc tələb etməyən amma həyat tərzini əks etdirən məhsulların alınmasında sosial sinifin təsiri gəlirdən çoxdur. Elə situasiyalar da vardır ki, məhsulların alınmasında daha çox gəlir amili təsir göstərir. Məsələn, əhəmiyyətli xərc tələb edən lakin status ilə əlaqəli olmayan məhsulların alınmasında gəlirin təsiri daha çoxdur. Həm status ilə əlaqəli olan, həm də yüksək xərc tələb edən məhsulların satın alınması zamanı hər iki amil, həm gəlir, həm də sosial sinif bərabər təsir göstərir (Kotler, 2008: 154-155)

Ailə- istehlakçı davranışları üzərində çox böyük təsirə malikdir. Ailə həm qazanan

həm xərcləyən bir vahid oluduğundan istehlak ilə bağlı qərarlar bütün üzvlərə təsir göstərir. Ailəni əmələ gətirən fərdlərin məxsus olduğu rollar ailə ilə bağlı qərarların alınmasında önəmli bir faktordu. Bu amilin təsiri daha çox uzunmüddətli istehlak malları(ev, avtomobil, mebel,televizor və s.), müxtəlif xidmətlər(həyat sığortası,tətil, uşaqların təhsili və s.), investisiyalar kimi və s. digər iqtisadi qərarlarda özünü göstərir. (Durmaz ve Bahar, 2011: 65-66) Məhsullardan və cinsiyyətdən asılı olaraq ailədə satın

alma qərarlarına təsir edən üzvlər də fərqlənir.(Peterson, 2005: 349) Məsələn, həyat sığortası, televizor, avtomobil kimi yüksək xərclər tələb edən alışlarda ailədə kişinin rolu daha çoxdur, məhsul alınarkən qadının rolunun böyük olduğu situasiyalara misal olaraq təmizlik məhsulları, mətbəx əşyaları və s. göstərmək olar. Tətil yerinin seçilməsi, əyləncə, uşaqların təhslili və s. kimi məsələlərdə qadın və kişi bərabər rol oynayır.

Əvvəllər müəssisələr yalnız özlərinin lazım bildiyi məhsulları istehsal edir, istehlakçı isə başqa alternativlərin olmaması səbəbindən əldə olanlarla qane olmağa məcbur qalırdı. Lakin müasir cəmiyyətdə biznesin bu şəkildə aparılması çoxdan aktuallığını itirmişdir. İndi istehsalçılar kütləvi bazara istiqamətlənmir, hər bir istehsalçı öz malını reallaşdıra biləcəyi sərbəst bazar seqmentlərini müəyyən edir, bununla da yaranmış tələbatı təmin etməyə çalışır. (Məmmədov, 2007: 86). Odur ki, mövcud tələbatın analizi, istehlakçıların davranışının tədqiqi firmaya hansı istiqamətdə hərəkət etməsini anlamaqda kömək edəcək.

Nəticə

Beləliklə, tələbatlar davranışın xüsusiyyətləri və maddi vəziyyətlə əlaqədar olan müxtəlif davranış strategiyalarını nümayiş etdirir. Bir çox istehlakçılar öz tələbatını təmin etmək imkanının olmaması ilə bağlı güclü emosiyalar yaşadığı halda, əksəriyyət yeni şərtlərə uyğunlaşmaqda xüsusi çətinlik çəkmir.

İstehlakçı davranışının müasir nəzəriyyəsi bu və ya digər məhsulun seçimi zamanı hər bir insanın özünün müəyyən prinsipləri ilə hərəkət etdiyini anlamaq şansı verir. Lakin elə həmin prinsiplərə müəyyən amillər təsir edir. Hər zaman birbaşa deyil, dolayısı ilə olsa da, istənilən şəxs mədəniyyətin, ailənin, dostların və s. təsirini üzərində hiss edir. Buna görə də istehlakçıları düzgün cəlb etmə strategiyasını seçmək üçün bu amilləri də unutmamaq gərəkdir.

İqtisadi vəziyyət alıcı qərarlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdi. İqtisadi duğunluq psixoloji cəhətdən istehlakçı depressiyasını ifadə edir. Çünki bu vəziyyətdə istehlakçıların işlərini, yatırımlarını və ya hər ikisini itirməkdən qorxduğu görülür. Buna görə də şirkətlər təkcə maliyyə nəticələrini deyil eyni zamanda böhranın istehlakçılar üzərində psixoloji təsirlərini nəzərə almalıdırlar, bunu müxtəlif yollarla idarə etməlidirlər.

Ədəbiyyatlar

1. Yakup, D. ve Reyhan, B. (2011). Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde sosyolojik faktörlerin etkisinin incelenmesine yönelik bir çalışma. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, cilt:10, Sayı:37, 65-66
2. Prof. Dr. Abdullah, O. (2018). Tüketici Davranışları. Türkmen Kitabevi, İstanbul, 139
3. Məmmədov, A. T. (2007) Marketinqin əsasları. İqtisad Universiteti nəşriyyatı, 86
4. Kotler, F. (2008). Marketinq Menecment. Bakı Ekspress-kurs, 2-ci nəşr, 154-155
5. Odabaşı, Y., Erdoğan Z. B., Gegez, A. E., Torlak, Ö., Timur, M. N., Öztürk, S. A., Barış, G., Eroğlu, E. (2012) Pazarlama Yönetimi. Anadolu Üniversitesi, 1. Baskı, 58
6. Peterson, R. A (2005). Response Construction in Consumer Behavior Research. Journal of Business Research, 349
7. https://www.campaigntr.com/tbwaden-reklam-endustrisi-icin-covid-19-ajandasi/
8. https://pazarlamasyon.com/covid-19dan-sonra-sosyal-hayat-nasil-olacak/
9. https://www.slideshare.net/didosssssss/tketici-davranlarn-etkileyen-sosyal-ve-kltrel-faktrler

Banklarda Kredit Riski Və Risk Ölçmə Modelləri

Altun Məmmədli

altunmammadli@gmail.com

Xülasə

Kredit əməliyyatları bankların əsas gəlir gətirən aktiv əməliyyatlarıdır.Məhz kreditlərin rəsmiləşdirilərək əsas məbləğin üzərinə müəyyən əlavələr (faiz, kommisiya haqqı) almaqla banklar öz gəlirlərini formalaşdırır. Lakin kreditlərin verilməsi zamanı müəyyən risklər yaranır ki, bu risklərin dərəcələndirilərək onlardan çıxış yollarının tapılması banklar üçün əhəmiyyətli rola malikdir. Kredit verilən zaman müştərilər maksimum dərəcədə yoxlanılsa da, kreditlərin gecikdirilməsi və ümidsiz borcların yaranması demək olar ki bütün kommersiya banklarının üzləşdiyi əsas problemlərdən biri,bəlkə də ən vacibidir.Banklar kredit porfelini formalaşdıra bilmək üçün müəyyən qədər depozit hesabı yaradırlar.Banklar götürdüyü əmanətləri vaxtında qaytara bilməmək kimi bir şansları olmadığı üçün kreditlərə nəzarət etmək ,ümidsiz borcların təminatı üçün ehtiyat fondu yaratmaq, kredit verərkən təminatların maksimum dərəcədə yaxşı yoxlanılması və digər bu qəbildən olan işlərdə diqqətli olmalı və daimi nəzarətdə saxlamağa məcburdurlar.Risklərin idarə edilməsi bankların biznes fəaliyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bankların ümumi strategiyasına müvafiq olaraq , risklərin idarə edilməsi strategiyası bankın kreditəşmə fəaliyyətinin inkişafına nail olmaq və eləcə də risklərin idarə edilməsi məqsədilə keçirilən tədbirləri gücləndirmək üçün aparılır.İnkişaf etmiş banklar risk səviyyələrinin qiymətləndirilməsində risk ölçmə modellərindən geniş şəkildə istifadə edirlər.Son 20 ildə risk ölçmə modellərinin inkişafında müəyyən yeniliklər baş vermişdir.Dünya banklarının strategiyaları ilə ölkəmizdəki bankların kredit strategiyalarını müqayisə etsək belə ölçmə metodlarından Azərbaycan kommersiya banklarında çox az sayda istifadə olunduğunu görərik. Hal-hazırda banklar texniki kredit risklərini ölçüm modellərini inkişaf etdirmək üçün daha çox əmək ,vaxt və pul sərf edirlər. Bunun üçü müəyyən statistik hesabatlara nəzər salmaq lazımdır.Tədqiqat, xarici ölkələrdəki kredit risk ölçmə modellərini analiz edərək onların banklar üçün yaxşı və pis nəticələrini təhlil etmək və bu modellərin istifadəsinin zəruriliyini qiymətləndirmək yönümündə aparılmışdır.

Açar sözlər*:* kredit riski, risk ölçmə modelləri, statistik hesabatlar, bank strategiyası

Giriş

Kredit riski - kreditin banka uyğun olaraq yaratdığı təhlükəni, belə ki kreditin geri qayıtmaması ilə əlaqədar bankların yaranacaq itkilərini səciyyələndirir. Kredit riskləri banklar üçün kritik mövqeyə malikdir. Belə ki, kredit ödənişi zamanı yaranan gecikmələr, kreditlərin restrukuruzasiyası və ya borclunun iflas olması kimi hallar bankların likvidliyini əhəmiyyətli dərəcədə poza bilər. Bundan əlavə olaraq kredit dərəcələndirmə şirkətləri tərəfindən bu proses diqqətə alınır və kredit riskləri öz növbəsində aktiv əməliyyatlarında axsama hallarına, dəyər itirməsinə və s. kimi başqa hallara səbəb ola bilər. Kredit risklərini əvvəlcədən mövcud olan və sonradan yaranan kredit riskləri kimi təsnifləşdirə bilərik. Əvvəlcədən mövcud olan risklər müştərilərin kredit götürən zaman malik olduğu riskləri, sonradan yaranan risklər isə kreditin ödənilməsi əsnasında baş verən gözlənilməz hadisələrin təsiri nəticəsində baş verir.

Kommersiya banklarına kredit və digər kreditə bağlı əməliyyatlar zamanı kredit alanın kredit geri ödəyə bilib və ya bilməyəcəyini ehtimalını öyrənmək həmişə maraqlı olmuşdur.Bunu gerçəkləşdirmək bankların borclu ilə bağlı malik olduğu məlumatların kəmiyyət və keyfiyyəti birbaşa olaraq əlaqədardır. Kiçik həcmli kreditlərdə məlumatlar əldə etmək nisbətən daha çətin ola bilər, lakin korporativ kreditlərdə məlumatlar maliyyə hesabatlarından alındığı üçün daha dəqiq maliyyə analizi aparmaq mümkündür. Böyük şirkətlərlə kreditləşmə zamanı toplanan məlumatlar sadə və az xərc

aparması ilə həyata keçirilir. Banklar gecikmə risklərini dəyərləndirən zaman , kiçik müştərilərdə daha qarmaşıq kəmiyyətlə bağlı metodlardan istifadə edirlər.

Kreditlərin qayıtmama riskini incələmək üçün müxtəlif modellərdən istifadə edirlər. Bunlar kəmiyyət metodlarından tutmuş keyfiyyət metodlarına qədər geniş bir akseptdə tədqiq oluna bilər. Müasir dövrdə banklar kredit risk ölçmə metodlarını təkmilləşdirərək öz kredit strategiyalarında istifadə etmək üçün daha çox maliyyə vəsaitləri və əmək sərf edirlər. Ümumiyyətlə kredit riski həmişə mövcud olmuşdur, lakin riskə görə kredit verilməsə banklar çox az sayda kredit portfelinə malik olarlar. Kredit risk ölçmə metodlarının da mahiyyəti məhz bu risklərin dərəcəsini ölçərək mövcud risklərin həll yollarının tapılaraq aradan qaldırılmasını və ya nisbətən azaldılmasını təşkil etməkdən ibarətdir.

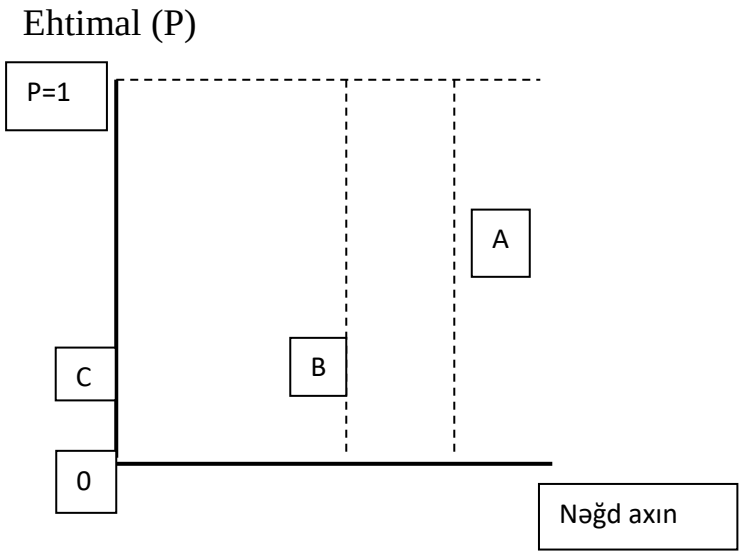
Metod

Tədqiqat işi dünya bank sektorunda kredit risklərini idarə olunma meodologiyası əsasında hazırlanaraq kəmiyyət metodlarından, bununla yanaşı müqayisə, təsvir, sistemli yanaşma, sintez, analiz kimi elmi metodlardan istifadə edilmişdir. Tədqiqat işinə dünyanın öndə gedən bank və kredit təşkilatlarının statistik göstəriciləri əsasında əlaqəli şəkildə öyrənilmişdir. Ölkəmizdə kredit risklərinin ölçülməsi metodları geniş şəkildə istifadə olunmadığına görə bu sahədə müvafiq olaraq elmi işlərdə azlıq təşkil edir. Buna görə də tədqiqat işinin hazırlanmasında yerli mənbələrlə yanaşı Dünya Bankı, Dünya İqtisadi Forumu və dünyanın aparıcı banklarının bu sahədə olan məlumat toplularından müqayisəli şəkildə istifadə olunmuşdur.

Analiz

Uzunmüddətli verilən kreditlər, qısamüddətli verilən kreditlərə nəzərən daha çox risk daşıyır. Verilən kreditlərin tam və vaxtlı vaxtında, əlavə olaraq faizi ilə birlikdə qayıtması zamanı banklar kredit riski ilə üzləşməyəcəkdir. Lakin belə bir halın baş verməsi çox çətindir. Aşağıdakı qrafikdə bankların işlətdiyi vəsaitə görə qarşı-qarşıya qaldıqları riskləri göstərən ehtimal bölgüsünə yer verilmişdir:

Şəkil 1. Kredit risk ehtimal bölgüsü



Mənbə: Hakan Ertürk (2010, Makale, s66) məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şəkildə A nöqtəsində verilən kreditlər üzrə əsas məbləğ və faiz borcunun toplanması ehtimalını, B nöqtəsi yalnız əsas məbləğin yığılması ehtimalını, C nöqtəsi isə həm əsas məbləğ həm də faizin toplana bilməməsi ehtimalını əks etdirir. Şəkildən belə bir nəticə çıxara bilərik ki, banklar tərəfindən verilən kreditlərin böyük əksəriyyətində həm əsas məbləğ həm də faiz toplana bilir. Az bir qismində isə hər ikisi (C) hər ikisinin qayıtmama ehtimalı vardır. Bununla belə verilən kreditdə qayıtmama riski həmişə mövcuddur və banklar buna görə də risk kateqoriyaları yaradaraq müştəriləri kateqoriyalar üzrə bölüşdürməli və risk kateqoriyalarına görə faiz təyin etməlidirlər.

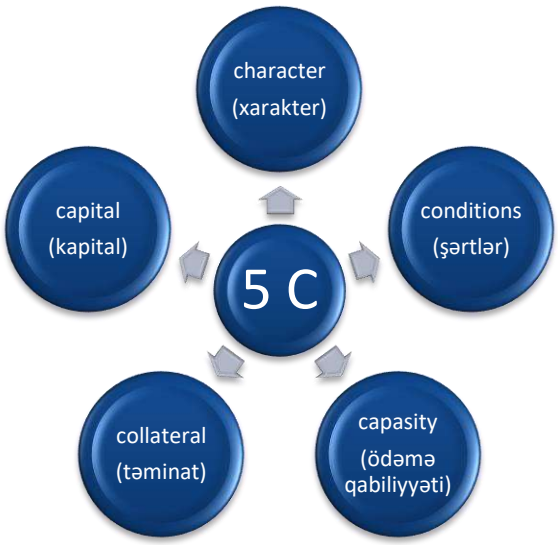
Kredit dərəcələndirmə modelləri , borclunun analiz edilə bilən vəziyyəti haqqındakı məlumatları vasitəsilə gecikmə olasılılığını hesablamaq və ya borcluları müxtəlif qruplara bölmək üçün istifadə olunur. Bu modellər vasitəsilə kredit risklərinin yaranmasında hansı faktorların rol oynadığını təyin etməklə yanaşı, bu faktorların əhəmiyyətlərini də öyrənmək mümkündür. Banklar kredit risklərini müəyyənləşdirərkən bir birini inkar etməyən bir və ya bir neçə modeldən istifadə edə bilərlər :

- ənənəvi modellər
- kredit ölçmə modelləri
- inkişaf etmiş modellər

Kredit riski ölçülməsində ənənəvi modellərdən biri ekspertiza modelidir. 1970-ci illərin sonuna qədər kredit riski ölçülməsində geniş şəkildə istifadə olunan modellərdən biri olmuşdur. Bu modelə görə kredit qərarlarını birbaşa olaraq kreditlərdə məhsuliyyətli şəxslər təsdiqləməlidir. Bir digər ənənəvi model isə 5 C modelidir. 5 C modeli, kredit verənlər vasitəsilə potensial borcalanların ödəmə qabiliyyətini ölçmək məqsədilə istifadə olunan modeldir. Bu model borclunun 5 özəlliyini və kredit şərtlərini dərəcələndirir, həmçinin gecikmə ehtimalını hesablamaq üçün nəzərdə tutulur. Hər hansı bir borclunun 5 C modeli onun həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət ölçülərini özündə birləşdirir. Banklar borclunun kredit tarixcəsinə, maliyyə hesabatlarına və maliyyə vəziyyəti ilə bağlı başqa məlumatlara baxaraq qiymətləndirmə aparır.

5 C modeli aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir :

Şəkil 2. 5 C modeli



Mənbə:https://www.liveoakbank.com/wine-and-craft-beverage-resources/the-5-cs-of-credit/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Xarakter - kredit tarixçəsi vasitəsilə müəyyən olunur. Borclunun məhz keçmişdə götürdüyü kreditlərin ödənişlərinə baxaraq müştərinin necə kredit ödəyicisi olduğunu demək olar. Bununla yanaşı borcalanın təhsilinə iş və digər nəticələrinə baxmaq da məqsədəuyğun olar. Hal-hazırda ölkəmizdə borcalanların kredit tarixçəsinə baxa bilmək üçün Mərkəzi Kredit Reyestri (MKR) bürosunun məlumatlarından istifadə edilir. Bu sistem vasitəsilə kredit üçün müraciət edən şəxslərin aktiv və bağlanmış kreditləri, o cümlədən kredit xətti və kredit kartlarının həcmini , aylıq ödəniş məbləğini, əsas və faiz borclarını gecikdirdiyi günlərin sayını və s. öyrənmək mümkündür

Kapital – banklar müştərilərini maliyyə təhlili edərkən onların kapitalına da nəzər salırlar. Kapital dedikdə borcalanın sərmayəsi, şirkətə yatırdığı yatırım, əldə olunmuş gəlir və biznes sahibinin malik olduğu digər varlıqlar hesab olunur. Banklar daha çox kapitalı olan borcalanlara üstünlük verirlər. Borcu tərəfdən baxdıqda isə o varlığını itirmə təhlükəsi ona krediti gecikdirməmək üçün əlavə bir istək aşılayır.

Təminat – verilən kreditlərin bir növ geri qaytarılma qarantiyası kimi başa düşülür. Əgər borcalan hər hansı bir səbəbə görə götürdüyü öhdəliyi yerinə yetirə bilmirsə və ya yerinə yetirməkdən imtina edirsə, bu zaman kreditorun mülki hüquqlarının qorunmasını təmin etməyə ehtiyac yaranır. Kredit qaytarılmasının təminatı qismində zamin, girov mülkiyyət hüququnun ötürülməsi, kreditin sığortalanması və s. çıxış edə bilər.

Ödəmə qabiliyyəti – borclunun krediti ödəyə bilmə qabiliyyəti, yəni əldə etdiyi gəlirin götürdüyü kreditlə müqayisəsidir. Borcalanın krediti borclarını artıraraq və ya əsas vəsaitlərini pula çevirərək ödəməsi kreditin ödəmə qabiliyyətli olduğunun göstərgəsi deyildir. Ödəmə qabiliyyəti borcalamın gəlirlərinin xərclərini ödəyərək üstələməsi və əldə olunan mənfəətin bir hissəsinin krediti ödəməyə yönləndirilməsi kimi xarakterizə olunur.

Şərtlər – bankların kreditləşmə prosesində irəli sürdüyü bir sıra şərtlər vardır ki bu bankın müştəri ilə nə qədər müddətdə əməkdaşlıq edəcəyini təyin edir. Bundan əlavə banklar kreditin təyinatı üzrə istifadə olunmasında maraqlı olmalıdır.

Ən çox istifadə olunan kredit dərəcələndirmə modelləri aşağıdakılardır:

- lineer ehtimal modeli
- logit və probit modeli
- lineer diskrimnant modeli

Lineer ehtimal modeli – Asılı dəyişənin dəyərinin 0 və 1 arasında arasında olduğu və default ehtimalı ilə faktorlar arasında lineer bir əlaqənin olduğunu göstərən regresiyya analizidir. Lineer modeli hər hansı bir şirkətin keçmişdəki maliyyə göstəricilərini əsas götürərək,keçmişdə verilən kreditlərin geri qaytarılması ilə əlaqədar bir nəticəyə gəlməkdir. Modelin formulu aşağıdakı kimidir. (Allen, DeLong ve Saunders, 2003)

$$Zi = \sum bj\ Xij + \varepsilon$$

Zi - gecikməyə düşmə ehtimalı

$\sum bj$ – keçmişdə ödəmə asılılığı kimi qəbul edilən dəyişənin əhəmiyyət dərəcəsi

Xij – səbəbli dəyişənlər

Logit model – bir kreditin kumulyativ ehtimal olasılılığının 0 ilə 1 arasında olmasını varsayaraq, ehtimal olasılılığının funksional olaraq formal dağılım göstərdiyini əks etdirir. Probit modelə görə də Logit modeldə olduğu kimi 0 ilə 1 arasında qiymətləndirlməsindən ziyadə həmçinin normal dağılım da göstərdiyini varsayır. Logit modelin formulu aşağıdakı kimidir: (Carling Jacobson Lindé ve Roszbach, 2004).

$$F(Zi) = 1/(1 + e(-zi))$$

$F(Zi)$ – kreditin yığılan gecikdirilmə ehtimalı

$e(-zi)$ – lineer ehtimal modelinə bir dərəcə kimi eyni tutulan dəyər

Lineer diskriminant modeli – kredit analizinin ənənəvi modellərlə nəzərən daha obyektiv bir hala gətirməyi nəzərdə tutan Altmanın analizidir. Bu analizdə 5 maliyyə göstəricisindən istifadə olunur. Analiz nəticəsində alınan nəticə Altmanın qiymətləndirmə dərəcəsi ilə tutuşdurulur və nəticəsinə görə çox yaxşı, yaxşı, orta zəif və lap zəif olaraq dəyərləndirilir. Yekun diskriminant modeli aşağıdakı kimidir: (Kutman, 2001).

$$Z = 1.2X_1 + 1.4X_2 + 3.3X_3 + 0.6X_4 + 1.0X_5$$

X1 - dövriyyə kapitalı/ ümumi aktivlər

X2 – bölüşdürülmüş mənfəət/ümumi aktivlər

X3 – faiz və vergidən əvvəlki mənfəət/ümumi aktivlər

X4 – kapitalın bazar dəyəri/ümumi öhdəliklərin balans dəyəri

X5 – satış/ümumi aktivlər

Bunlarla yanaşı kredit dərəcələndirmə modellərinin çatışmayan tərəflərida vardır:

- Bu modellər korporativ kreditlərin risk ölçümündə yetərli olmayacaqdır
- Kredit qiymətləndirmə modellərində təxmin edilən və seçilən dəyişkənlərin çox qısa zamanda sabit qalacağı nəzərə alınarkən, makro-iqtisadi faktorlar nəzərə alınmamaqdadır
- Bu modellər gecikmə olub - olmayacağını dəqiqləşdirmək üçün analiz edilməsi vacib olan bəzi faktorlar vardır ki onları hesablaya bilmir

Banklarda kifayət qədər data olsa belə yuxarıda qeyd edilən səbəblərə görə, kredit risk ölçmə modelləri risklərin qiymətləndirilməsində yetərli olmayacaqdır.

Nəticə

Bankçılıq əsas etibarilə risk almaq üzərində qurulmuş bir sistemə dayanır. Hüquqi və fiziki şəxlərdən yığılan vəsaitlər, yenidən digər hüquqi və fiziki şəxslərə verilərkən risk faktoru daima ön plana çıxır. Çünki insanlar özlərinə aid olan vəsaiti geri almağa daha çox tələbkardırlar, nəinki banklardan aldığı kreditləri geri ödəməyə məhsulliyətlə yanaşsınlar. Kreditin klasik bankçılığın əsas gəlir gəlir gətirən sahələrindən biri olduğuna görə, kredit riski, bankçlıqda ən başlıca risk hesab edilir.

Kredit riskinin ölçülməsi ilə əlaqəli modellərdə son illərdə çox böyük dəyişikliklər baş vermişdir. Kredit riskini idarə etməyin məqsədi bankın verilən kreditlərdən geri ödənişləri ən münasib şərtlərlə həyata keçirilməsini təmin etməkdir. Bu məqsəd ilə də banklar, verdikləri kreditlərin risklərinə tək-tək diqqət edə bildiklərini nəzərə alaraq, kredit portfelinin hamısını bir yerdə izləyə bilərlər.

Kredit risklərinin ölçülməsində istifadə olunan modellər bir-biri ilə eynilik təşkil edən xüsusiyyətlərə malik olmaqla yanaşı, birbirlərindən fərqlənən dərəcələndirmə kriteriyalarına və ölçülərinə də malikdirlər. Analiz hissəsində yer verdiyimiz ölçmə metodlarının kredit riskini ölçən zaman birbirlərinə bəzi yönlərdən üstünlükləri olsa da, bəzilərinin kredit riskinin ölçülməsində zəyif tərəfləri də vardır. Banklar risklərini təhlil edərkən və ölçərkən , təhlil etdikləri sahəyə uyğun olaraq özlərinə ən uyğun modeli seçməlidirlər.

Hal-hazırda Azərbaycanda istifadə olunan modellər. 1) 5C 2) Credit Portfolio View 3) Mc Kinsey 4) Logit 5) Credit Risk +

Risk mütəxəssisləri bu modellərdən Azərbaycanda hələ tam şəkildə istifadə edilməsinin mümkün olmadığın bildirirlər. Bunun bir sıra səbəbləri var. İlk öncə qeyd etmək lazımdır ki, risk ölçmə metodları iqtisadi kriz dövründə bir o qədər də effektiv olmur. Modellərin istifadə etdikləri məlumatlar qarışıq hala gəlir ki bu da prosesi ləngidir. 2014-2017-ci illərdə baş verən neft qiymətində kəskin düşüşlər və 2015-ci ildə baş verən ardıcıl 2 devalvasiya nəticəsində bank sektoru böyük çətinliklərlə üzləşdi. Hələ də devalvasiyanın bank sektoruna vurduğu ziyanlar tam olaraq həll olunmamışdır.

Dünyada istifadə olunan bir çox model və prosedurlar ölkəmiz banklarında bir sıra səbəblərə görə (statistik göstəricilər, mühasibatlıq və maliyyə göstəriciləri və s.) tam olaraq istifadə oluna bilmir. Hal-hazırda bu modelləri istifadə etmək istənilən nəticəni verməyə bilər. İlk növbədə kommersiya banklarının kredit siyasətində bir sıra dəyişikliklər edilməsi lazımdır.

Kommersiya banklarının kredit risklərini dəyərləndirərkən dünyanın inkişaf etmiş banklarının bu sahədə istifadə etdiyi siyasətləri nəzərdən keçirib ölkəmiz üçün uyğun olan kredit siyasətlərinin həyata keçirmək bu sahənin inkişafında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. ALTMAN, Edward, (2000) “Predicting Financial Distress Of Companies: Revisiting The ZScore And Zeta® Models”,
2. Allen, Linda, Gayle L.DeLong ve Anthony Saunders, (2003), “Issues in the Credit Risk Modeling of Retail Markets”. NYU Stern School of Business Working Paper
3. Azərbaycan Banklar Assosiasiyası “Bank sektoru trendləri” http://aba.az/wp-content/uploads/2017/02/ABA_Bank-Sektoru (15.12.2017)
4. BESSIS Joel (2002). Risk Management in Banking, John Wiley&Sons Ltd, Wiltshire
5. Əliyev Elşad, (2007) “Azerbaycan’da Bankacılık Sektörünün Gelişimi, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
6. Hakan Ertürk (2010) “ Bankacılık Sektörünün Karşılaştığı Riskler Ve Risk Yönetimi” Makale, s 66
7. Məmmədov Z.F (2015) “Bank fəaliyyətinin əsasları” Dərs vəsaiti. Bakı, “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı
8. Saunders, Anthony ve Hugh Thomas, (2001), Financial Institutions Management. 2. Basım. Canada: McGraw-Hill Ryerson.
9. T.Əliyeva., T.Əsgərova (2016) “Dünya ölkələrinin bank sistemi” dərs vəsaiti Bakı. “EREN GROUP” nəşriyyatı
10. https://www.cbar.az/ - Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının rəsmi saytı
11. https://www.stat.gov.az/ – Azərbaycan Respublikası Statistika İdarəsinin rəsmi saytı
12. https://data.worldbank.org/country/azerbaijan -Dünya Bankı rəsmi saytı
13. https://www.liveoakbank.com/ - Dünya bankları xəbər saytı

Bank Sektorunda Əməliyyat Riskləri Üzərində Daxili Nəzarət Sisteminin Təhlili

Simran Kürdədehli

simrankurdadehli@gmail.com

Xülasə

Məqaləmizin əsas məqsədi Azərbaycanda bankların əməliyyat risklərinin idarəolunma dərəcəsini onların maliyyə göstəriciləri əsasında ölçmək və əldə olunan nəticələri təhlil etməkdir. Qloballaşma prosesi, bank əməliyyatlarının mürəkkəbliyi və saxta fəaliyyətlərin artması son zamanlarda bank sektorundakı daxili nəzarət sistemlərinə diqqəti daha da artırmışdır. Ümumilikdə daxili nəzarət sisteminin əsas məqsədi bank işçilərinin qanunlara, qaydalara, peşə fəaliyyəti standartlarına uyğunluğunu izləmək, kredit təşkilatının xarakterinə və həcminə uyğun müəyyən etibarlılıq səviyyəsini təmin etmək, habelə investorların, bankın və bank müştərilərinin maraqlarını qorumaq və yaranan risklərin minimuma endirilməsidir. Düzgün qurulmuş təsirli daxili nəzarət sistemi korporativ hədəflərə çatmaqda dayanıqlılığı təmin edir və qurumun inkişaf etdirilməsi funksiyalarını dəstəkləyən məsləhət xidmətləri üzərində cəmləşməyə imkan verir. Məqalədə isə əsas diqqət bankların məruz qaldığı əməliyyat riskləri üzərində olan nəzarətə cəmlənmişdir. Təhlil üçün 2020-ci ilin 1 Yanvar tarixinə olan maliyyə hesabatlarına əsasən ən yüksək kapital həcminə malik 10 bank seçilmişdir. Bu zaman əsas göstərici kimi Bazel komitəsinin göstərişlərinə əsasən bir çox bank tərəfindən istifadə olunan təməl göstərici yanaşmasının nəticələri istifadə edilmişdir. Bundan başqa, bankın əməliyyat nöqtələrinin sayı, ümumi işçi sayı, kadr axıcılığının da əməliyyat risklərinə məruz qalma ehtimalını artırdığı vurğulanmışdır. Əməliyyat risklərinin bankın qarşılaşdığı əsas risk növlərindən biri olduğunu, artan zərərləri, həmçinin bank və maliyyə mühitinin mürəkkəbliyini nəzərə alaraq, Azərbaycanda kommersiya banklarının əməliyyat risklərinə məruz qalma dərəcələri haqqında məlumatların əldə edilməsi üçün təhlil aparılmışdır.

Açar sözlər : **Bank, Əməliyyat Riski, Risklər, Nəzarət, Daxili nəzarət**

Giriş

Əməliyyat risklərinin idarə olunması problemi müxtəlif ölkələrin bank sektorunda ən çox müzakirə olunan məsələlərdən biridir. Artan maraq həm əməliyyat riskinin kredit təşkilatının maliyyə sabitliyinə təsiri amillərininin artması, həm də böhran səbəbi ilə maliyyə mühitinin pisləşməsi ilə əlaqələndirilir. Buna görə artan zərərlər, eləcə də bank və maliyyə mühitinin mürəkkəbliyi səbəbindən əməliyyat riskini idarə etmək zərurəti yaranmışdır. Beləliklə, mərhələsində daxili amillər, işçilərin ixtisas dərəcələri, təşkilati dəyişikliklər, xarici amillər, tətbiq olunan texnologiyalar nəzərə alınmaqla, Qərb ölkələrində olduğu kimi əməliyyat riski də kredit təşkilatlarının əsas risk növlərindən birinə çevrilməkdədir (Tsakaev A.Kh., 2011).

Metod

Tədqiqat materiallarının qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, metodoloji tədqiqat metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Çox vaxt əməliyyat riski yalnız daxili təhdidlərin, məsələn, bank işçilərinin səhvlərinin birləşməsi kimi qiymətləndirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, effektiv əməliyyat riskləri idarəetmə modelinin hazırlanmasında xarici amillər də vacibdir. Hazırlanmış tərifləri çatışmazlıqlarını nəzərə alaraq, 2009-cü ildə Bazel Kapital Sazişinin (Bazel II) ikinci nəşrində, 644-cü maddədə, əməliyyat riski "işçi

çatışmazlığı və ya məlumat sistemlərinin və texnologiyalarının daxili işləmə proseslərinə girərkən, habelə xarici hadisələr nəticəsində formalaşan səhvlər nəticəsində yaranan zərər riski" olaraq təyin edilmişdir. . Bundan əlavə, Bazel Komitəsi materiallarında əməliyyat riskinin hüquqi (hüquqi) risk də olduğu, lakin strateji və nüfuz risklərin istisna edildiyi vurğulanır. Bu tərif ümumilikdə istənilən maliyyə qurumu üçün uyğundur (Lyskov A.F., 2004).

Cədvəl 1-də maliyyə institutlarında əməliyyat risklərinin düzgün qiymətləndirilməməsi, dələduzluq və tam olmayan risk siyasətləri səbəbindən şirkətlərə dəyən ən iri miqyaslı itkilər ilə tanış ola bilərik. Bank daxilində fəaliyyət göstərən nəzarət orqanlarının uğursuz fəaliyyəti burada aydın müşahidə olunur. Nəticədə isə bu müəssisələrə böyük miqdarlarda zərər dəydi. Əsasən, bunlar birbaşa pul itkisinə və ya bankın nüfuzuna xələl gətirən zərərlərə, bəzən də ən böyük bankların iflasına (məsələn, Barings Bank timsalında) səbəb olmuşdur. (Hakan E., 2010).

Cədvəl 1. Banklara dəyən zərərlər, onların baş vermə səbəbləri

Hadisənin baş vermə ili	Maliyyə qurumunun adı	Zərərin miqdarı, ABŞ dolları	Təsvir
1995	BARİNGS PLC	1.3 mlrd	Ticarətçi Nik Leesonun icazəsiz ticarəti. Bank iflas etdi.
1995	Daiwa	1.1 mlrd	Bir treyder tərəfindən istiqrazların icazəsiz ticarəti. Bank müflis elan etdi
1996	Sumimoto	2.6 mlrd	Ticarətçinin sənədləri saxtalaşdırması və dələduzluq. Ciddi itkilər, bank nüfuzunu itirdi.
2005	Mizuho Securities	250 mln.	Mübadilə əməliyyatlarında texniki bir səhv (treyder 1 səhmi 620 min Yen-ə satmaq əvəzinə 620 min səhmi 1 Yen-dən satdı) - satılan səhmlər şirkətin dövriyyədəki səhmlərinin 4 qatı miqdarındadır.
2008	Societe Generale	4.9 mlrd EUR	İcazəsiz ticarət, saxta hedcinq, zəif nəzarət mexanizmləri; xəbərdarlıq siqnallarına məhəl qoyulmaması, treyderləri təşviq etmək.
2009	UBS	38 mlrd	Defolt olduqda zərərlərlə əlaqəli sub kredit borclarının silinməsi. Şöhrətini itirmək, reytinqin aşağı düşməsi.

Mənbə: Digital History Projects. URL: http://www.hsp.org/history-online/digital-history-projects

Bankın əməliyyat risklərinin effektiv idarə olunması, aşağıdakı vəzifələrin həllini özündə ehtiva edən inteqrasiya olunmuş bir yanaşma əsasında əldə edilə bilər:

- əməliyyat risklərinin idarə edilməsinin güclü siyasətinin formalaşdırılması;
- əməliyyat riskinin vəziyyəti və ölçüsü barədə operativ və obyektiv məlumat əldə etmək;
- əməliyyat riskinin keyfiyyət və kəmiyyət qiymətləndirilməsi (ölçülməsi).

Əməliyyat riskinin qüvvədə olan idarəetmə modeli əməliyyat risklərinin Bankın maliyyə nəticəsinə təsirinin minimallaşdırılması, eləcə də Bank tərəfindən qəbul edilmiş riskin Bankın şəxsi strateji vəzifələrinə müvafiq olaraq müəyyən edilmiş səviyyədə saxlanmasını nəzərdə tutur. Bu siyasət "Banklar və bank fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyi, Banklarda risklərin idarə edilməsi qaydaları və Maliyyə bazarlarına nəzarət palatası və Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının digər normativ aktları, eləcə də Bank nəzarəti üzrə Bazel komitəsinin banklarda əməliyyat risklərinin idarə edilməsi məsələlərinə dair tövsiyələrinə müvafiq olaraq işlənib hazırlanmalıdır.

Azərbaycan Bank sektorunda 2019-cu ilin nəticələrinə görə aktivlərin həcmi ən çox olan 10 bankın nəticələrini əsas götürərək əməliyyat risklərini hesablayaq. İlk öncə Azərbaycan bank sektorunda aktivlərin həcminə görə ilk 10 bankla tanış olaq:

Cədvəl 2. Aktivlərin həcminə görə Azərbaycan bankları, 01.01.2020 tarixinə

Reytinqdə yeri	Bank	Aktivlərin həcmi, mln manat
1-ci	ABB	9223.4
2-ci	PaşaBank	4767.5
3-cü	KapitalBank	4143.3
4-cü	XalqBank	2458.5
5-ci	Bank Respublika	1413.0
6-cı	ASB	985.2
7-ci	AccessBank	897.9
8-ci	Unibank KB	833.7
9-cu	Rabitəbank	740.0
10-cu	Muğanbank	660.8

Mənbə: Bankların maliyyə hesabatları əsasında müəllifin özü tərəfindən hazırlanmışdır

Bankın əməliyyat riskləri üzərində nəzarətin artırılması məqsədilə Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatası 2019-cu ilin noyabr ayının 30-dan etibarən qüvvəyə minmiş qaydalar toplusunu qəbul etmişdir. "Bank kapitalının və onun adekvatlığının hesablanması Qaydaları"-nda edilən dəyişikliklərə əsasən, sistem əhəmiyyətli banklar istisna olmaqla, digər banklar məcmu kapitalın adekvatlıq əmsalını 10 faizdən az olmayan səviyyədə saxlamalıdır. Sistem əhəmiyyətli bankların məcmu kapitalın adekvatlıq əmsalı 1 iyun 2019-cu il tarixindən 11 faizdən və 1 yanvar 2020-ci il tarixindən 12 faizdən az ola bilməz. Əməliyyat riski dərəcəsi üzrə ölçülmüş aktivlər əməliyyat riskləri üzrə kapital tələbinin bu Qaydalarda müəyyən edilmiş məcmu kapitalın adekvatlıq əmsalına bölünməsi yolu ilə hesablanır.

Hazırda Azərbaycan bankçılıq sektorunda əməliyyat risklərinin hesablanması Basel III göstərişləri və Mərkəzi Bankın Prudensial normativləri əsasında aparılır. Basel III yanaşmasına əsasən bankın

əməliyyat riskinin kəmiyyət qiymətləndirməsi aşağıdakı yanaşmalardan istifadə etməklə həyata keçirilir:

- Basic Indicator Approach (BIA)
- Standardised Approach (SA)
- Alternative Standardised Approach (ASA)

Əməliyyat riskinin hesablanmasında əsasən BIA metoduna istinad olunur. BİA ən sadə yanaşmadır və tənzimləyicisi tərəfindən daha mürəkkəb yanaşmalardan birini istifadə etmək tələb olunmayan bütün banklar tərəfindən tətbiq edilə bilər. Bu yanaşmada kəmiyyət indikatoru qismində bankın son üç il ərzində orta ümumi gəliri çıxış edir. Riskin həcmi baza indikatorunun 15%-i kimi hesablanır. Əməliyyat riskinin BIA metoduna əsasən hesablanması düsturu aşağıdakı şəkildədir:

$$ƏR = \frac{\sum_{t=1}^{n}(GI_t \times \alpha)}{n}$$

burada GI_t – t ili ərzində ümumi gəlirin qiyməti,

n – 3 illik dövr üzrə müsbət əməliyyat mənfəəti əldə edilmiş illərin sayı,

α = 15% - Bazel komitəsi tərəfindən müəyyən edilmiş əmsaldır.

Əməliyyat mənfəətinin mənfi və ya sıfıra bərabər olduğu il əməliyyat riskləri üzrə kapital tələbinin hesablanması zamanı surətdə həmin il üzrə əməliyyat mənfəəti, məxrəcdə isə həmin il nəzərə alınmır. Ötən 3 il ərzində hər il əməliyyat mənfəəti mənfi və ya 0 olduğu təqdirdə bankın əməliyyat riskləri üzrə kapital tələbi 0 kimi müəyyən olunur. Əməliyyat mənfəəti bankın xalis faiz və xalis qeyri-faiz gəlirlərinin və bankın faiz borcları üzrə yaradılmış məqsədli ehtiyatlarının cəminə bərabərdir. Əməliyyat mənfəətinin hesablanmasına gündəlik əsasda bankın məcmu gəlir haqqında hesabatında (mənfəət və zərərlər haqqında hesabat) nəzərə alınan qiymətli kağızlar istisna olmaqla digər qiymətli kağızların ticarətindən əldə edilmiş gəlir və zərər, habelə gözlənilməz fəaliyyət növlərindən, o cümlədən sığorta fəaliyyətindən əldə edilmiş gəlir daxil edilmir.

Əməliyyat itkilərinin səviyyəsi və Azərbaycan bank sektorunda əməliyyat riskinin idarə edilməsi səviyyəsinin yaxşılaşdırılması yolları haqqında bir fikir əldə etmək üçün müxtəlif kommersiya banklarının əməliyyat risklərinə məruz qalma dərəcələrini təhlil edəcəyik. Bu göstəricilər Azərbaycan və beynəlxalq mühasibat standartlarına uyğun olaraq bankların rəsmi hesabatları əsasında hesablanmışdır.

Azərbaycan banklarında əməliyyat riskinə məruz qalma səviyyəsini bir neçə mərhələdə təhlil aparılmışdır. Birinci mərhələdə əsas yanaşmaya görə, kommersiya banklarının əməliyyat risklərinin ölçüsünü hesablayırıq. Əsas göstərici metod, həyata keçirilmiş itkilərin miqyası üçün təxmini bir təlimat verir, çünki hesablama bu metodun çatışmazlığı olan real itkilərin həcmini nəzərə almır. Əməliyyat riski ilə kapital arasındakı əlaqəni də hesablayırıq. Bu dəyər nə qədər yüksək olsa, bank əməliyyat riskinə daha çox məruz qalır. Bank zərərləri ödəmək üçün daha çox mənbələrdən istifadə

edir və bu da bankın H1 standartının ölçüsünü azaldır. Cədvəl 3-də banklar üçün əməliyyat riskinin dəyərini hesablayaq.

Cədvəl 3. Bankların maliyyə göstəricilərinin ölçüsü

Bank	ÜG 2017, mln AZN	ÜG 2018, mln AZN	ÜG 2019, mln AZN	3 il üçün ÜG cəmi, mln AZN	Əməliyyat riski kapitalı 2019, mln AZN	2019 üçün əsas kapital, mln AZN	Bankın Kapitalında ƏR %-i	H1 2019 üzrə
ABB	1153.64	400.87	532.08	2086.59	104.33	1339.6	7.79 %	33.9 %
PaşaBank	194.77	200.50	297.33	692.6	34.63	475.8	7.28 %	12.6 %
KapitalBank	447.27	551.82	696.86	1695.95	84.80	425.1	19.95 %	15.3 %
XalqBank	104.84	136.97	128.70	370.51	18.53	419.7	4.41 %	14.7 %
Bank Respublika	48.70	76.06	140.70	265.46	13.27	77.9	17.04 %	10.96 %
ASB	27.97	24.42	38.76	91.15	4.56	99.7	4.57 %	15.1 %
AccessBank	74.03	57.68	227.30	359.01	17.95	94.3	19.04 %	14.1 %
Unibank KB	77.08	66.53	17.46	161.07	8.05	134.6	5.98 %	10.0 %
Rabitəbank	59.93	51.23	52.33	163.49	8.17	101.4	8.06 %	26%
Muğanbank	33.97	67.47	68.56	170	8.50	87.0	9.77 %	13.2%

Mənbə: Bankların maliyyə hesabatları əsasında müəllifin özü tərəfindən hazırlanmışdır

2019-cu ildə araşdırılan 10 bankın ümumi gəlirləri 2200.08 mln manat təşkil etmişdir ki, bu da 2017-ci illə müqayisədə 1 % daha azdır. Ümumi gəlirdə ən böyük payı Azərbaycan Beynəlxalq Bankı tutur. Əməliyyat riski kapitalının həcmində ən böyük payı 104.33 mln. manatla ABB, ən az payı isə 4.05 mln. manatla ASB təşkil edir.

Əməliyyat riskinin kapitala nisbəti nə qədər yüksəkdirsə, bank əməliyyat riskinə bir o qədər çox məruz qalır. Beləliklə 3-cü cədvəldən göründüyü kimi ən yüksək əməliyyat riskinə KapitalBank (19.95%) və AccessBank (19.04%), ən aşağı riskə isə Unibank (5.98%) sahibdir.

"Satış nöqtələrinin sayı" bank üçün əməliyyat riskinin dərəcəsini göstərən nəzarətin səmərəliliyinin daha bir göstəricisidir. Satış nöqtələri nə qədər çox olsa, bankın əməliyyat fəaliyyətinə nəzarət etmək bir o qədər çətindir.

Növbəti mərhələdə bank işçilərinin orta sayını hesablayırıq, çünki əməliyyat riskinin əsas mənbələrindən biri də kadrlardır (Lyskov A.F., 2004). Bankda çox sayda işçi fəaliyyətinə nəzarətin mürəkkəbliyi əməliyyat risklərinin artmasına səbəb olur.

Banklardakı işçilərin orta sayının hesablamalarını cədvəl 4-də veririk. Bazel II təsnifatına görə "Kadr riski" dedikdə bank işçilərinin səhvləri və qanunsuz hərəkətləri, yetərli olmayan ixtisas səviyyələri, həddindən artıq iş yükü və bankda əməyin qeyri-səmərəli təşkili ilə əlaqədar itki riski nəzərdə tutulur. Beləliklə, ən çox işçi sayı 2641 nəfərlə Kapital bankda olmuşdur.

Cədvəl 4. Bank işçilərinin sayı, 28.09.2018-ci il tarixinə

Bank	**İşçilərin sayı**
ABB	1863
PaşaBank	800
KapitalBank	2641
XalqBank	703
Bank Respublika	816
ASB	117
AccessBank	510
Unibank KB	1290
Rabitəbank	713
Muğanbank	741

Mənbə: https://banker.az/hansi-bankda-n%C9%99-q%C9%99d%C9%99r-isci-calisir-s-i-y-a-h-i/

Bununla belə, banklar üçün əsas problemlərdən biri yüksək kadr dövriyyəsidir. Bu amil bankın iqtisadi təhlükəsizliyi üçün dağıdıcıdır.

Beləliklə, kadr dövriyyəsini azaltmaq üsulları bunlardır:

- işçilərin mükafatlandırılması, həvəsləndirmə və mükafatlandırma sisteminin inkişafı,
- təhsil səviyyəsindən, iş təcrübəsindən və fərdi fəaliyyətindən asılı olaraq işçilərin karyera artımı;
- bankdakı iş prosesinin optimallaşdırılması;
- korporativ mədəniyyət;
- zəmanətli korporativ faydalar.

Beləliklə, yüksək əməliyyat riskinə məruz qalma göstəriciləri olan banklar risk idarəetmə siyasətini düzəltməli, risk kapitalının hesablanması üçün öz alternativ metodlarını inkişaf etdirməlidirlər (təkmilləşdirilmiş yanaşmalardan istifadə etməklə), bu da riskdə olan artıq kapital ehtiyatlarının

boşaldılmasına və mərhələli əməliyyat risklərinin idarə edilməsi sisteminin qurulmasına kömək edəcəkdir.

Nəticə

Kommersiya banklarının əməliyyat risklərini təhlil etmək üçün təqdim olunan metod rəsmi hesabat və digər mövcud məlumatlara əsasən, bankın əməliyyat itkisinə meyilliliyini və əməliyyat risklərinin idarə edilməsi siyasətindəki problemləri müəyyən etməyə imkan verir.

Əldə olunan məlumatlara əsasən belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, bankın satış nöqtələrinin sayı, mal sayı, ümumi gəlir nə qədər çox olsa, bank əməliyyat riskinə daha çox məruz qalır. Buna görə bankın idarəetmə metodologiyasını, qiymətləndirməsini və riskin minimuma endirilməsi metodlarını təkmilləşdirməsi lazımdır.

Müxtəlif bankların əməliyyat riskinə məruz qalmasının araşdırmasının nəticələri təsdiqləyir ki, əməliyyat riskinin müəyyənləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi, monitorinqi üçün düzgün seçilmiş metodologiya bu risk növü üçün idarəetmə sisteminin qurulmasında mühüm rol oynayır.

Ticarət banklarının əməliyyat risklərinin təhlili metodu rəsmi hesabat və digər mövcud məlumatlara əsasən, bankın əməliyyat zərərlərinə meylliliyini və əməliyyat risklərinin idarə edilməsi siyasətində problemlərin olduğunu müəyyən etməyə imkan verir.

Xarici banklar ilə bənzər bir şəkildə, əməliyyat risklərinin idarə edilməsinə dair fundamental tədqiqatlardan istifadə etmək, mövcud risk qiymətləndirmə modellərini Azərbaycan şəraitinə uyğunlaşdırmaq, həmçinin öz risk qiymətləndirmə metodlarımızı inkişaf etdirmək lazımdır. Bu, maliyyə itkilərini azaldacaq və Azərbaycan banklarının rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Tsakaev A. Kh.(2011) Economic efficiency of risk management: methodological aspects of evaluation. Risk management journal, no 2, 24-29
2. Lyskov A.F. (2004) Staff turnover: causes, consequences and ways to optimize, Human Resources of Enterprise journal, no 3, 11-19
3. Hakan Ertürk (2010), Bankacılık sektörünün karşılaştığı riskler ve risk yönetimi, Kamu İç Deneticileri Derneği
4. https://banker.az/hansi-bankda-n%C9%99-q%C9%99d%C9%99r-isci-calisir-s-i-y-a-h-i/
5. Azərbaycan respublikasının Mərkəz Bankının rəsmi saytı - www.cbar.az (01.02.2020)
6. Azərbaycan Banklar Assosiasiyasının rəsmi saytı – www.aba.az (01.02.2020)
7. Paşa bankın rəsmi saytı - www.pashabank.az (01.09.2019)
8. Kapital bankın rəsmi saytı - www.kapitalbank.az (01.09.2019)
9. ASB bankın rəsmi saytı - www.asb.az (01.09.2019)
10. Azərbaycan Beynəlxalq bankın rəsmi saytı - https://ibar.az (01.09.2019)
11. Unibankın rəsmi saytı – www.unibank.az (01.09.2019)
12. Bank Respublikanın rəsmi saytı https://www.bankrespublika.az (01.09.2019)
13. Xalq bankın rəsmi saytı - https://www.xalqbank.az (01.09.2019)
14. AFB bankın rəsmi saytı - https://afb.az (01.09.2019)
15. Rabitə bankın rəmi saytı - https://www.rabitabank.com (01.09.2019)
16. Accessbank rəsmi saytı - https://www.accessbank.az/en/ (01.09.2019)

Azərbaycan Respublikasında Bank Sistemi Mövqeyinin Qiymətləndirilməsi

Kamil Muradov

kamilmuradov@mail.ru

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan Respublikasında bank sistemi müasir vəziyyəti öyrənilmiş, əsas məqsədi kimi strateji yol xəritəsinin birinci strateji hədəflərinə uyğun olaraq müasir bank fəaliyyətinin nəzəri-metodoloji və əməli problemlərini araşdırmaq, post-neft dövrü dövründə Azərbaycanın yeni iqtisadi modələ keçidi ilə bağlı bank sistemlərinin başlıca prinsiplərini, xarakterik cəhətlərini, imkanlarını müəyyələşdirmək, öyrənilən problemlə bağlı müvafiq statistik materialları təhlil etmək və dəyərləndirmək, ölkəmizdə bankların fəaliyyət istiqamətlərinin formalaşmasına tələb, strateji yol xəritələrinin prinsipial müddəalarına əsaslanaraq yaxın perspektivdə post-neft dövründə bank sisteminin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı konkret təklif və tövsiyyələr verilmişdir.

Bu işdə əsasən bank fəaliyyətinə aid olan müasir və klassik nəzəriyyələri araşdırmaq, müəllif mövqeyi bildirməklə qiymətləndirmək, müxtəlif mərhələlərdə bank sistemi, onun xüsusiyyətləri və ümumi qanunauyğunluqları nəzərdən keçirilir, qloballaşmada ölkədə bank fəaliyyətində həyata keçirilən tənzimləmə siyasətinin xüsusiyyətlərini araşdırmaq, qlobal böhranlı beynəlxalq aləmdə bank siyasəti, ölkənin keçid dövründə bank sistemlərinin yaxşılaşdırılması ilə böhrandan çıxmanın optimal həddi və mexanizmlərin müəyyən edilməsi, ölkədə neft modeli ilə post-neft modelini qarşı-qarşıya gətirməklə alınmış nəticələri müəyyənləşdirmək və tətbiq etmək, ölkədə bank fəaliyyətini təkmilləşdirməklə onun əsas istiqamətlərini və prioritetlərinin müəyyənləşdirilməsi, yaxın gələcəkdə milli iqtisadiyyatımızın inkişafına təsirini qiymətləndirmək, "Milli iqtisadiyyat və onun əsas sektoru üzrə strateji yol xəritəsinin əsas istiqamətləri"nin reallaşması nöqteyi-nəzərindən post-neft modeli çərçivəsində tənzimləmənin prioritetlərini dəqiqləşdirmək kimi konkret vəzifələri araşdırmaq nəzərdə tutulmuşdur.

Qloballaşma şəraitində Azərbaycanın tez bir zamanda neft modelindən post-neft modelinə keçid dövründə, bank sisteminin formalaşmasının konseptual əsasları, milli reallıqlar, dünya təcrübəsi nəzərdə tutularaq dəqiqləşdirilir, mərhələ və xarakterik cəhətləri araşdırılır, keçid dövləri arasında bağlılıq və müqayisəli şəkildə qarşı-qarşıya gətirilməsi məsələləri araşdırılır.

Açar sözləri: bank sektoru, qiymətli kağızlar, valyuta sistemi, pul, strateji yol xəritəsi

Giriş

Ölkəmizdə dinamik inkişaf edən bank sektorunun fəaliyyət göstərməsi bütövlükdə bank sisteminin hər bir konkret kommersiya bankının fəaliyyətini idarə etmək ehtiyacını gücləndirir. Bazar münasibətləri sistemində bank sistemi mərkəzi əlaqələrdən birini təşkil edirlər. Bank fəaliyyətinin inkişafı və səmərəliliyi bütövlükdə dövlət iqtisadiyyatının inkişafının əsaslarından biridir.

Keçid dövrü iqtisadiyyatı olan ölkələrdə baş verən ən vacib sistem dəyişiklikləri çox vaxt bir çox böhranın yaranmasına, milli bankların fəaliyyəti sahəsində proqnozlaşdırılması çətin və qarşılıqlı müstəsna vəziyyətlərin yaranmasına, kredit təşkilatlarının milli iqtisadiyyatın reproduktiv prosesində fəallığının azalmasına səbəb olmuşdur. Bu fəallığın azalması Azərbaycan Respublikasına da aiddir.

Respublikanın bank sisteminin qlobal maliyyə məkanına inteqrasiyası, Azərbaycanın ÜTT-yə daxil olmasına hazırlıq, qlobal maliyyə və iqtisadi böhranın problemlərinin öhdəsindən gəlmək üçün toplanmış nəzəri və metodoloji işlərin yenidən nəzərdən keçirilməsini və praktik həlləri tələb edir.

Azərbaycanın Respublikasının Bank Sisteminin Müasir Vəziyyəti

Respublikamızda bank sistemi maliyyənin əsas instutlarından hesab olunmaqla yanaşı özünü təşkil edən və tənzimləyən bir sistemdir. Azərbaycan Respublikasının "Banklar Qaqqında Qanunu"nun 2-ci maddəsinə əsasən AR-nın bank sistemini Respublikanın kredit təşkilatları və Mərkəzi Bankı (MB) təşkil edir (AR-nın Banklar Haqqında Qanunu). Mərkəzi Bank respublikamızın mərkəz bankıdır və onun fəaliyyəti AR-nın Mərkəzi Bank haqqında qanunu, Konstitusiyası, Mülki Məcəlləsi və respublikamızın tərəfdaş olduğu beynəlxalq müqavilələrlə tənzimlənir. Müstəqil AR-da bank sistemini təşkil etmək və inkişafını sürətləndirmək bu sektora daxilolmanın müstəqil şərtləriylə müşahidə olunur.

Yarandığı 30 il ərzində Azərbaycanın bank sistemi çətin bir inkişaf yolu keçmişdir. Bu sistem ötən əsrin 90-cı illərinin böhran dövrünü dünya qloballaşması kontekstində, 1998-ci ildə başlayan xarici sərmayələrin böyük axını dövrünü, 2003-cü ildən sabitləşmə dövrünü və sürətlənmiş iqtisadi inkişaf dövrünü əhatə edir.Bu dövrlər arasındakı ciddi fərqə baxmayaraq, milli bank sistemi, artan qloballaşma və rəqabət şəraitində sistemin ən səmərəli işləməsini təmin etmək üçün mühüm bir vəzifə qarşısında qaldı. Bu cür fəaliyyətin əsas fundamental səbəbi bankların kapitallaşma səviyyəsinin artırılması və zəruri normalarda kapitalın mövcudluğunun təmin edilməsi idi (Мамедов, 2007)

Ölkəmizdə bank sektorunun unkişafını 3 mərhələyə ayırmaq olar.

1-ci mərhələ, 1990-92-ci illərdə MB sisteminin yaradılmağa başlanıldığı dövr;

2-ci mərhələ, 1992-94-cü illərdə qeyri-sabit və infilyasiya dövründə bank sektorunun inkişaf dövrü;

3-cü mərhələ, 1994-cü ildən sonrakı makroiqtisadi sabitliyi qoruma şəraitində bank sektorunun inkişaf etməsinə çalışıldığı mərhələ.

Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi və beynəlxalq təsərrüfat sisteminə inteqrasiya etməsi cəhətdən mühüm nailiyyətlərə imza atılmışdır. Ən vacib nailiyyət isə odur ki, bu dövrdə Azərbaycanda aparılan müstəqil quruculuq prosesində iqtisadi islahatlar və inkişafın mahiyyət etibarilə yeni bir model - Azərbaycan modeli yaradılmışdır. Azərbaycan modeli onun sübutu idi ki, milyonluq qaçqın ordusuna, itirmiş ərazilərin çoxluğuna, beynəlxalq miqyasda ölkəni sevməyənlərin ara-sıra etdikləri manipulyasiyalara baxmayaraq iqtisadi inkişafı təmin etmək, ölkəni dünya ölkələri arasında inkişaf templərinə görə aparıcılar sırasına çıxarmaq mümkündür. Ümummilli Liderin qeyri-neft sektoruna investisiyaların cəlb edilməsinə yönəlmiş siyasəti 2003-cil ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti seçilmiş İlham Əliyevin uğurlu siyasəti ilə aparılır. İnvestorların və iş adamlarının fəaliyyəti qarşısında süni maneələrin aradan qaldırılması üçün onun tərəfindən iqtisadiyyatın bir çox sahələrində bir pəncərə sisteminin tətbiqinə başlandı.

Respublikamızda bank sferasını 2019-cu ilin yekunları üzrə qiymətləndirilməsində bir neçə bankların nümunəsini nəzərdən keçirək (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. Azərbaycanda 10 ən böyük bankın aktivlərinin dəyişməsi (mln. manat)

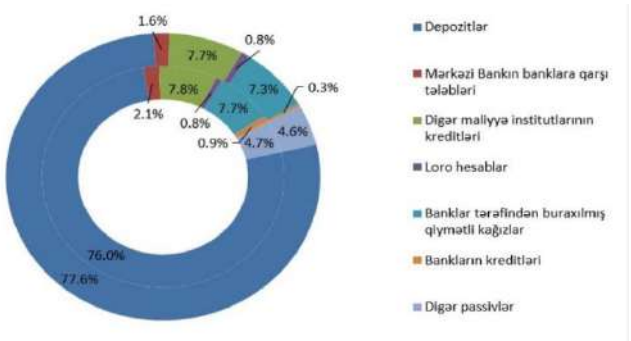
Banklar	Aktivlər	
	2019 II rüb	2019 I rüb
1. Azərbaycan Beynəlxalq Bankı ASC	8487.7	8461.3

2. Paşa Bank ASC	4430.4	4647.3
3. Kapital Bank ASC	3363.2	3584.4
4. Xalq Bank ASC	2135.3	2214.4
5. Azərbaycan Sənaye Bankı ASC	916.2	903.7
6. Bank Respublika ASC	1215.8	1086.0
7. Access Bank ASC	811.6	800.1
8. Unibank ASC	799.5	736.5
9. Rabitəbank ASC	611.4	718.0
10. Premium Bank	648.8	654.1

Mənbə: Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, www.aba.az (25.11.2019)

2018-ci ildə 9 ay ərzində cəm olaraq banklarda kapital 10.9% artmış, 3.7 mlrd. manatdan 4.1 mlrd. manata yüksəlmişdir. Artımların nəticəsində banklarda aktivlərin kapital payında - 13.3%-dən 14.1%-ə yüksəlmə olmuşdur (Diaqram 1).

Diaqram 1. 2018-ci il, bankların öhdəliklərinin strukturu, %-lə



Mənbə: Maliyyə Banklarına Nəzarət Palatası

Banklarda qiymətli kağızlara yatırımın kəskin artmasında əsas səbəb devalvasiya prosesindən sonra yüksək risk səbəbiylə kredityaratmağa maraqların azalmasıyla əlaqəlidir. Kredit qoyuluşunda həcmlərdə artımlar olsa da 2019-cu ildə yanvar-sentyabr aylarında aktivlərdə pay azalmağa doğru getmişdir (Cədvəl 2).

Cədvəl 2. Kredit portfeli üzrə (milyon manatla)

Banklar	Aktivlər	
	2019 IIrüb	2019 I rüb
1. Azərbaycan Beynəlxalq Bankı ASC	2016.9	1937.8
2. Paşa Bank ASC	1402.1	1269.7
3. Kapital Bank ASC	1649.3	1536.4

4. Xalq Bank ASC	1522.2	1458.4
5. Azərbaycan Sənaye Bankı ASC	308.9	294.9
6. Bank Respublika ASC	404.1	360.6
7. Access Bank ASC	473.3	470.8
8. Unibank ASC	404.7	399.8
9. Rabitəbank ASC	346.5	334.0
10. Premium Bank	564.3	589.7

Mənbə: Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, www.aba.az , (15.11.2019)

Kredit qoyuluşu ölkə üzrə həmin zamanda 4.3% artmış və 11.6 mlrd. AZN-dən 12.1 mlrd. AzN-ə çatmışdır. Aktivlərdə isə kredit qoyuluşunun payı azalmış, 41.55%-dən 41.44%-ə enmişdir. Bu göstəricilər 2017-ci il üçün 47.02 % təşkil etmişdir (Qrafik 7). (Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, Banklar və dinamika 02.08.2019, s.15).

Qrafik 2. Bank sektorunun aktivləri, milyard manatla

Mənbə: Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, www.aba.az (25.12.2019)

Kredit qoyuluşunun sektor analizi göstərir ki, 2018-ci ilin 9 ayı müddətində əmlak və inşaat sektorlarını çıxsaq digər sahələrdə artma olmuşdur. Hesabatlara əsasən, 2019-cu ildə Azərbaycanda fəaliyyətdə olan 30 bankın 29 mlrd. 654.4 milyon matalıq aktivi, 25 mlrd. 161.6 milyon manat öhdəliyə sahib olmuşdur. Ümumi kredit portfeli banlara görə, 12 mlrd. 861.4 milyon manat, əmanətlər isə 8 mlrd. 537.6 milyon manat olmuşdur. Banklarda may ayında 325.8 milyon manat məfəət əldə edilmişdir.

Ölkəmizdə Bank Sisteminin Qarşısında Qoyulan Vəzifələr

Bazar iqtiadiyyatına keçiddə ümumi olaraq bankların resurslarının yaranma mənbəyində, struktur və istifadə edilmə mexanizmlərində mühüm dəyişikliklər olmuşdur. Ölkəmizdə baş verən bu dəyişiklikləri aşağıdakı kimi qiymətləndirmək olar

(https://banco.az/az/news/musteqil-azerbaycanda-bank-sisteminin-yaranma-tarixi-ve-inksafi).

Banklarda aparılan ümumi islahatlar dövlət və kommersiya banklarında hüquq və məsuliyyəti artırmışdır:

- Onlarda tənzimləmə mexanizmləri nisbətən olsa da güclənmişdir;
- Pul tədavülünü tənzimləmədə bankların rolu idarəetmə funksiyalarında artım olmuşdur;
- Ölkəmizdə xarici banklarla rəqabətə malik olan birgə bankları yaratmağa üstünlük verilmişdir;
- MB-yə sərbəst şəkildə pul-kredit siyasətini aparmaq və dövriyyəyə pul buraxmaq imkanı yaradılmış və hüquq verilmişdir;
- Banklarda yeniləşmiş fəaliyyətlərlə məşğul olmaq, qiymətli kağızlar vasitəsilə əməliyyatları həyata keçirmək, faktorinq, lizinq və s. əməliyyatları aparmaq imkanları yaradılmışdır.

Müasir şəraitdə banklar verdikləti kreditlərin sayəsində iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında maliyyələşmə məhz bank sisteminin hesabına olmuşdur. Bank tərəfindən nağdsız hesablaşmalar təmin olunsa, həm ölkə daxili, həm də ölkədən kənar ixrac-idxal əməliyyatları zamanı hesablaşmaların asan şəkildə aparılmasına müsbət zəmin yaranacaqdır (https://banco.az/az/news/azerbaycanin-bank-sistemi)

Qarşıya qoyulan bütün işləri uğurla həyata keçirmək üçün bank sektorunun inkişafında dinamika pozitiv olmalıdır və bu da bankların maliyyə vasitəçiliyində rolunu daha da artırır. Ümumilikdə onu qeyd etmək olar ki, ölkəmizdə bank sisteminin inkişaf etməsi və modernləşməsi üçün yeni konsepsiayalar hazırlanmalı və tətbiq edilməlidir.

Bu günki dövrdə ölkəmizdə bank sektorunda nöqsanlar və çatışmazlıqlar mövcuddur. Bu çatışmazlıqlar aradan qaldırılsa ölkəmizin iqtisadi inkişafında bank sisteminin rolu daha da artacaqdır.

Müasir dövrdə iqtisadi qloballaşmanın inkişafı ölkənin bank sisteminin qlobal maliyyə məkanına inteqrasiyasını əhatə edir. Bu o deməkdir ki, Azərbaycanda bu sistem digər ölkələrdə olduğu kimi eyni şəraitdə inkişaf edəcək və dünya bank bazarındakı müasir tendensiyalar ona təsir edəcəkdir.

Yerli bankların xarici bank xidmətləri bazarlarında genişlənmə dərəcəsi hazırda olduqca zəifdir. Bununla əlaqədar olaraq, Azərbaycanın bank sisteminin inkişafını transmilliləşmə meyli kontekstində onun dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasının perspektivli istiqaməti kimi nəzərdən keçirmək təklif olunur. Banklararası transmilliizasiya adlanan bu proses, törəmə bankların, filialların və ya nümayəndəliklərin açılması yolu ilə bank işinin genişlənməsi və bank məhsulları və ya xidmətlərinin müxtəlif ölkələrdə yayılması tendensiyasının güclənməsini əhatə edir (Кишиев, 2016).

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində bildirilir ki, Azərbaycanın maliyyə sektorunun 2020-ci ilə qədər inkişaf etdirilməsinə dair strateji baxış idarəetmə proseslərinə dərindən yönəlmiş daxili və xarici sarsıntı riski yaradacaqdır. Buna görə də effektiv tənzimləmə və güclü infrastruktur elementləri ilə əhatə olunan davamlı inkişaf üçün maliyyə sistemi yaratmaq vacibdir.

Strateji Yol Xəritəsində qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün 2020-ci ilə qədər 5 strateji hədəf və 16 prioritet işlənib hazırlanmışdır. Aşağıdakılar ölkədə maliyyə xidmətlərinin inkişafı və imkanlardan

maksimum istifadə ilə əlaqədar Strateji Yol Xəritəsində müəyyən edilmiş strateji hədəflərin əldə olunmasına xidmət edən strateji hədəflərdir.

2020-ci ilə qədər maliyyə qurumları, xüsusən də banklar bərpa ediləcək, maliyyə qurumlarının likvidlik və kapitallaşma problemləri həll ediləcək və işləməyən aktivlərin yenidən qurulması həyata keçiriləcəkdir. Emitentlərin və investorların qiymətli kağızlar bazarında iştirakı üçün lazımi şərait yaradılacaq, infrastruktur genişləndiriləcək, həvəsləndirmə tədbirləri təyin ediləcəkdir. Kredit büroları kimi yeni infrastruktur elementləri yaradılacaq və maliyyə qurumlarının səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün tənzimləmə bazası təkmilləşdiriləcəkdir. Maliyyə sistemi daha inkişaf etmiş risklərin idarə edilməsi proseslərini rəhbər tutacaq, maliyyə xidmətlərinin şəffaflığı və hesabatlılığı artırılacaq, rəqəmsallaşdırmanı dəstəkləyən müştəriyə xidmət və nəzarət mexanizmi formalaşdırılacaqdır. Eyni zamanda, təhsil xidmətləri, istehlakçıların maliyyə savadlılığı və istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi sahəsində təhsil səviyyəsi yaxşılaşdırılacaqdır(Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi 2016).

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Məqalədə ölkəmizdəki bank sisteminin kifayət qədər formalaşmaması, iqtisadiyyatın dollarlaşma səviyyəsinin yüksəlməsi dünyada baş verən qlobal maliyyə böhranı ilə sıx əlaqədardır.Neft dövründən post-neft dövrünə keçidi yaşayan ölkə iqtisadiyyatının inkişafında milli bankların kredit potensialının artırılması sahəsindəki bu və digər problemlərin (Azərbaycan Respublikası nümunəsindən istifadə etməklə) həll edilməsi zəruriliyi tədqiqatın aktuallığını müəyyənləşdirdi.

Nəticə

Təhlilimiz göstərdi ki, bütün bank xidmətləri bazarlarında dərəcələrin yayılması ilə ölçülən rəqabət dinamikasında nəzərə çarpan boşluq statistikası əhəmiyyət kəsb etmir. Eyni zamanda, yayınmanın əhəmiyyətli olduğu bank xidmətləri bazarlarında bu, Azərbaycanda bank sektorunun yaxşılaşdırılması siyasəti ilə əlaqəli olmayan digər amillərlə izah olunur.

Devalvasiyadan sonra banklarda problemli kreditlər artdı, kapitallaşma dərəcəsi azaldı və ən əsası dollarlaşma prosesi getdi. Müasir vaxtda bu proseslər təbii ki, bank sistemində mənfi tendensiyalar yaratdı. Fikrimcə bu mənfi tendensiyaları aradan qaldırmaq üçün ilk öncə banklarda dollarlaşma səviyyəsi azaldılmalı, problemi kreditlərin faiz dərəcəsi aşağı salınmalı və kapitallaşma problemi həll

olunmalıdır. Bunun üçün yeni strateji yol xəritələrinin hazırlanmasına ehtiyac vardır. Bundan əlavə, siyasətin başlanğıcından bu vaxta qədər nisbətən aşağı borc dərəcəsi ilə xarakterizə olunan həm banklar arasında, həm də nisbətən yüksək borcu ilə xarakterizə olunan banklar arasında həm korporativ, həm də pərakəndə kreditləşmədə, problemli kreditlərdə dəyişkənliyi nəzərdən keçirdik.

Ədəbiyyatlar

1. Abdullayev Ş., (2001) Azərbaycanın bank sistemi və ya bank resuslarının idarə olunması. Bakı, 325 səh.
2. Axundov Ş. Ə. , Axundov M. Ə., (2001) Bazar iqtisadiyyatının əsasları. Bakı, 412 səh.
3. Azərbaycan Banklar Assosiasiyasında 2016-ci il ərzində görülmüş işlərə dair Hesabat, 2017, s.20;
4. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Statistik Bülleten, 12/2019, s.72;
5. Bəşirov R.A., (2014), Bank işi fənninin ilk interaktiv dərs vəsaiti, 2014, 411 səh.
6. Dünya Bankı, Azərbaycan Maliyyə Sektorunun Təhllili, 2019;
7. Əliyev A. Ə., (2002) Şəkərəliyev A. Ş. Bazar iqtisadiyyatına кeçid: dövlətin iqtisadi siyasəti. Bakı, 432 səh.
8. Əliyev M.F., (2011) Bankların inkişaf istiqamətləri. Monoqrafiya, Bakı-Şərq-Qərb Nəşriyyat evi, 420 səh;
9. Əliyev S., (2017) Manatın devalvasiyasının biznesə mənfi təsirinin azaldılmasında dövlət siyasəti, 465 səh.
10. Doing Business and Investing in Azerbaijan Guide 2019 p.23
11. Алипашаев В., (2019)Современное состояние капитализации банков в Азербайджанской Республике, 511 стр.
12. Кишиев Д.Э., (2016) Стратегия повышения потенциала национальной банковской системы Азербайджана, 658 стр.
13. Ковзанадзе И.К., (2005) Тенденции и перспективы развития экономики и банковского сектора трансформационных стран. М.: Финансы и статистика, 447 стр.

Azərbaycanda Bank Sisteminin Real Sektorun İnkişafına Təsir İmkanları

Əli Məmmədov

alimammadoff@mail.ru

Xülasə

Bank sistemi-ölkəmizin iqtisadi maliyyə sisteminin əsas institutlarından hesab olunmaqla yanaşı, özünü təşkil edən, özünü tənzimləyən sistemdir. Bank sektoru fərqli sahələrdə fəaliyyət göstərən banklar birliyinin quruluşunu, həmin bankların öz aralarında olan əlaqələri ehtiva edir.

Banklar əldə edilmiş pul vəsaitlərini özlərində cəmləşdirmək, həmin vəsaitləri borcalanlara ötürmək ilə pul münasibətləri subyektləri arasında nəinki spesfik vasitəçi olaraq çıxış edir, eləcə də bununla bir neçə sosial əhəmiyyətli öhdəlikləri də reallaşdırır,lazımi mallar, əmtəə və s. əldə olunması üçün ölkə vətəndaşlarının kreditləşdirilməsini həyata keçirir və bir sıra sosial ödənişlər reallaşdırılır. Yaxşı təşkil edilmiş bank sistemi ilk olaraq iqtisadi inkişafa müsbət təsirini göstərir.Buna baxmayaraq,bank sistemi heç də hər zaman səmərəli şəkildə tənzimlənmir və səbəbdən də müəyyən dövrlərdə bu vacib məqsədi əldə edə bilmir.

Ölkəmiz müstəqillik baxımından gənc bir ölkə olmasına baxmayaraq, qısa vaxt ərzində çox yüksək bir iqtisadi artıma, həmçinin, inkişafa nail olmuşdur. Əldə edilən nailiyyətlərdə bank sisteminin rolu xüsusilə qeyd olunmalıdır. Bu səbəbdən ki, iqtisadiyyatın səviyyəsində bağlı olmadan istənilən respublikaının iqtisadiyyatının güclülüyündən, dinamik və geniş inkişafında həmin ölkənin bank sektorunun əsaslı şəkildə missiyası böyükdür.

Azərbaycanın hazırkı bank sistemində,konkret valyuta sistemində müəyyən problemlər var. Bunun başlıca səbəbi dünyada baş verən qlobal iqtisadi dəyişikliklər, əsasən də bazarlarda neftin qiymətinin kəskin olaraq düşməsi və nəticədə Azərbaycanın milli valyutasının xarici valyuta, xüsusilə də avro və dollar qarşısında devalvasiyasıdır.

Açar sözlər: Bank sistemi, iqtisadiyyat, təkmilləşdirmə,kredit işi

Giriş

Müstəqillik əldə etdikdən sonrakı mərhələdə nəinki respublikamızda, bütün keçmiş sovet ölkələrinin bank sisteminin fəaliyyətində əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verdi. Ölkəmizdə sovet dövrünün təsiri altında yaşayan insanların düşüncə və həyat tərzlərini dəyişmək o qədər də asan deyildi. Kommersiya bankları qurulduqları ilk günlərdən bəri şirkətlərə kredit vermə əməliyyatını həyata keçirirlər. Son illərdə kredit verilən qrupların sırası genişlənsə də, bu bankların təməl kreditləndirdikləri qruplar hələ də şirkətlərdir. Bütün kommersiya banklarının başlıca iki funksiyası vardır: borc almaq və borc vermək. Borc almaq çox zaman əmanət şəklində, borc vermək isə kredit şəklində ortaya çıxır (Məmmədov 2013)

1990-cı illərin əvvələrində olan fırıldaqçılıq halları da insanlarda banklara olan inamın xeyli azalmasına səbəb olmuşdu. Bu səbəbdən də əhali istifadə etmədikləri pulu banka depozit olaraq qoymağa çəkinir. bundan banklar zərər çəkir, həmçinin, insanlar əlavə gəlir əldə etmə imkanını əldən verirdilər.Bankların pul bazasında olan pulların özünə cəlb etmək imkanlarının aşağı olması banklarda kapitalın formalaşmasında mənfi şəkildə öz təsirini göstərirdi. Bank pulu banka qoyulan əmanətin məcburi ehtiyat normalarına ayrılan miqdarı çıxıldıqdan sonra, təkrar kredit olaraq verilməsi nəticəsində yaranır (Məmmədov 2013).

Son 15-20 ildə bank sektoru inkişaf mərhələlərində yeni bir dövrə qədəm qoymuşdur.Kapitalist iqtisadiyyatlarının qurulması ilə birlikdə banklar bazar iqtisadiyyatlarına uyğunlaşıb yenidən

formalaşdılar.Sovetlər birliyinin dağılmasından sonra yenidən təşkil edilən milli iqtisadiyyatlarda başlanğıc dövrlərdə çətin mənzərə görülmüşdür.Lakin aparılan reformlar və yenidənqurma islahatlarının nəticəsi kimi bank sektoru yenidən dirçəldi.Bu inkişaf dövründə Avropa dövlətlərinin və müasir iqtisadiyyatların bazar təcrübələri öyrənilməyə və tədbiq edilməyə başlanıldı. Bankların əhəmiyyətli funksiyalarından biri də, onların kapitalın (resursların) yerləşdirilməsi və hərəkəti prosesində oynadıqları roldur. O ölkələrdə ki, maliyyə vasitəçiliyi institutları zəif inkişaf edib, burada ev təsərrüfatları yığımlarının səmərəli cəlb olunması qeyri-mümkündür və bu da öz növbəsində investisiya resurslarının çatışmamazlığını yaradır (Əliyev 2011).

Ancaq bütün bunlara baxmayaraq, müəyyən illər ərzində Azərbaycanda bank sistemi sürətli şəkildə inkişaf etmiş və uzun zamandır ki, regiondakı aktivlərin həcminə əsasən ən inkişaf etmiş ölkərdən hesab edilir..Makroiqtisadi sabitlik şəraitində bank sektoruda gedən sağlamlaşdırma tədbirləri və maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi işləri bank fəaliyyətinə müsbət təsir göstərmişdir.Bankların müasir təcrübə və dünya standartlar əsasında fəaliyyəti bu sektorun gerçək potensialını üzə çıxardır.Sağlam maliyyə sisteminin milli iqtisadiyyatlarda qurulması iqtisadi artımı təmin edən mühüm şərtlərdəndir (Axundov 2001).

Metod

Tədqiqatın obyekti Azərbaycanda mövcud olan bank sistemidir. Azərbaycanda bank sisteminin iqtisadi inkişafa göstərdiyi təsir imkanlarının artırılması yollarının tədqiqi üçün ilk növbədə əsas göstəricilərin araşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Tədqiqat işinə dünyanın öndə gedən bank və kredit təşkilatlarının statistik göstəriciləri əsasında əlaqəli şəkildə öyrənilmişdir. Buna görə də tədqiqat işinin hazırlanmasında yerli mənbələrlə yanaşı Dünya Bankı, Dünya İqtisadi Forumu və dünyanın aparıcı banklarının bu sahədə olan məlumat toplularından müqayisəli şəkildə istifadə olunmuşdur. Əsasən, statistik təhlil metodları, həmçinin, meyllərin təhlili, müqayisəli təhlil, retrospektiv yanaşma kimi metodlar əsas götürülməklə ilkin modelləşdirmə əldə olunmuşdur.

Araşdırma Modeli

Tədqiqat əsas məqsədi banklar fəaliyyətinin iqtisadiyyata hansı təsirlərini olmasını araşdırmaqdır.Banklar tərəfindən həyata keçirilən maliyyələşmə prosesləri iqtisadiyyatda xüsusilə də. real sektorda önəmli rol oynayır.Bu maliyyələşmə mənbələrin formalaşması və iqtisadiyyata ötürülmə kanallları araşdırılması məqalə üçün təhlil nöqtələridir.Qlobal iqtisadiyyatlarda gedən tendesiyalar və iqtisadi hadisələr araşdırma üçün vacib amillərdəndir.

Analiz

Azərbaycanın Bank sisteminin inkişafının başlanğıcı hələ XIX əsrin II yarısından başlamışdır. Ancaq Azərbaycanın bank sisteminin hüquqi və institusional quruculuğu 1991-ci il 18 oktyabrda dövlət müstəqilliyinin əldə olunmasından sonra başlamışdır. 1992-ci ildə “Azərbaycan Respublikasının Milli Bankı” və “Azərbaycan Respublikasında banklar və bank fəaliyyəti haqqında” qanunlarının qəbul edilməsi ilə bank sisteminin normativ-hüquqi bazasının əsası qoyulmuşdur (Abdullayev, 2001).

Ölkəmizdə real sektorun inkişafı, onun işlək olmasını təmin etmək üçün rahat iqtisadi ,rəqabətcil şərait yaranmışdır.Biznes subyektlərinin iqtisadiyyatda rahat fəaliyyət göstərməsi birbaşa real sektorun inkişafıda təkan verir.Sahibkar və hüquqi şəxslərin biznes fəaliyyəti zamanı ölkə iqtisadiyyatında canlanma baş verirki bu da işsizliyin qarşını alınmasında, ölkə valyuta axının gəlməsinə səbəb olur.

Müasir bazar iqtisadiyyatına keçid mərhələsində bütün bank resurslarının yaranma strukturunda, mənbəyində və istifadə edilmə mexanizmində bütöv formada dəyişikliklər baş vermişdir.

Ölkədə müasir bank sistemindəki baş verən əsaslı şəkildə dəyişiklikləri aşağıdakı kimi ayırmaq olar (Axundov, 2001).

- Bank sistemində aparılmış əsaslı islahatlar kommersiya və dövlət banklarının məsuliyətini və hüquqlarını daha da artırmış, onların tənzimləmə mexanizmi təkmilləşdirilmişdir;

- Bankların pul tədavülünün tənzimlənməsində rolu, idarəetmə funksiyaları da artmışdır;

- Azərbaycanda xarici ölkə banklarıyla rəqabət aparmağa malik birgə bankların təsis edilməsinə üstünlük verilmişdir;

- Mərkəzi Banka pul-kredit siyasəti yeritmək, dövriyyəyə pul buraxmaq kimi hüquq verilmişdir.

- Bankların yeni bir fəaliyət növləriylə məşğul olmaq, qiymətli kağızlarla bir sıra əməliyyatlar aparmaq, faktorinq, lizinq və s. əməliyyatlara qoşulmaq kimi imkanlar təkmilləşdirilmişdir.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində bankların iqtisadiyyata ötürdüyü kreditlər nəticəsində iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sektorlarının maliyyələşdirilməsi bank sisteminin iqtisadi inkişafda rolunun başlıca göstəricisi olaraq qəbul etmək lazımdır.

Kredit siyasəti dedikdə məzmun cəhətdən kredit anlayışında olan risklər və həmin risklərin idarə edilməsi nəzərdə tutulur.Bu siyasət kreditlər verilməsi,onların təyinatı üzrə istifadə,qaytarılması və bunun kimi digər əsas spesfik anlayışları özündə göstərir.

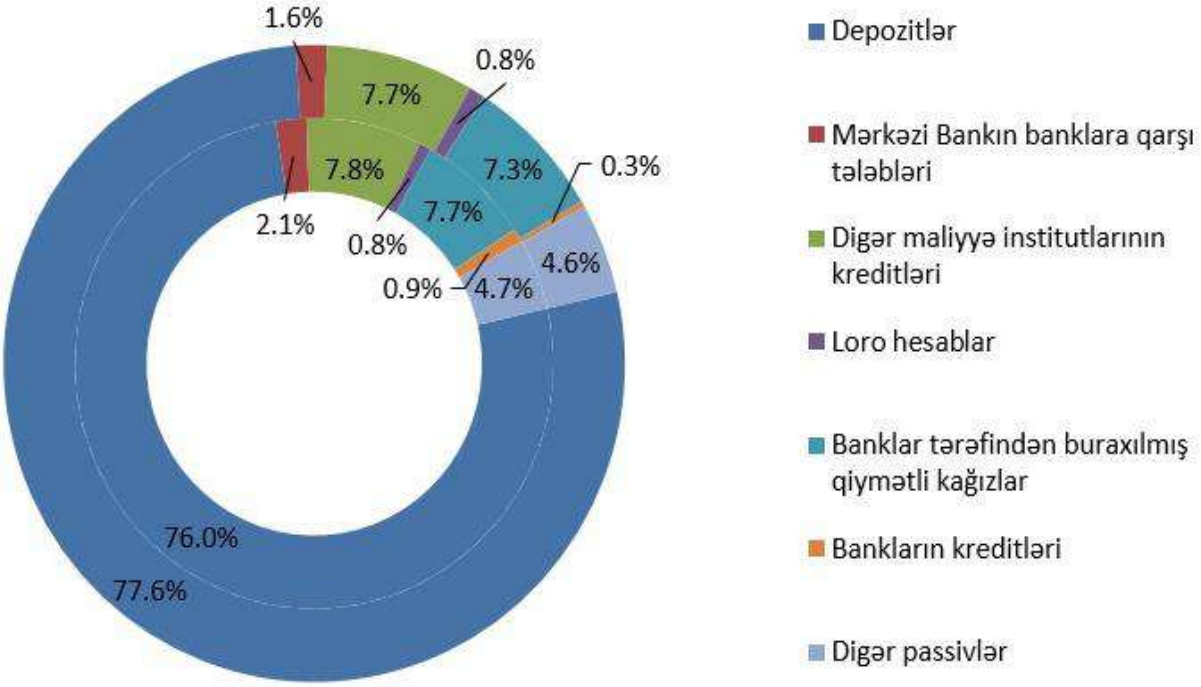
Bankların kreditlər üzrə siyasətinin xüsusiyyətlərini aşağıdakıları aid etmək olar.

1. Kredit dəyərləndirmə üzrə modellərin işlənilməsi
2. Kreditlərlə bağlı risklərin müəyyənləşdirilməsi
3. Kredit ödənilmə dövründə izlənilmə prosesləri
4. Bu işlər çərçivəsində dəyişiklik qeydə alınması və razılıq əldə olunması

2018-ci il 1 oktyabr tarixinə bankların öhdəliklərinin 77,6%-ni depozitlər hesabına formalaşmışdır və bu mənbəyin payı 2017-ci ilin sonu ilə müqayisə edildikdə artmaqla 76%-ə bərabər olmuşdur.

Bank və başqa maliyyə institutlarından alınmış kreditlər bankların 2-ci əsas maliyyə mənbəyi olmuşdur. Bu mənbəyə əsasən cəlbetmə azaldığından ümumi öhdəliklərdə payı 8,7%- dən 8%-ə düşüb. Azalmanın səbəbi isə bankların veritdikləri kreditlərin azalması olmuşdur. Bu müddət ərzində banklar tərəfindən buraxılmış qiymətli kağızların bank öhdəliklərində payı 7,7%-dən 7,3%-ə düşmüşdür.

Diaqram 1. Bankların öhdəliklərini strukturu, faizlə



Mənbə:https://bakuresearchinstitute.org/az/azerbaijani-2018-ci-ild%C9%99az%C9%99rbaycanin-bank-sektoru/, (31.12.2018)

Nəticə

Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən iqtisadi siyasətdə investisiya və biznes mühiti yaratmaqla xarici və daxili investisiyaların cəlb olunması və qeyri-neft sektorunun inkişafına nail olunması xüsusi aktuallıq ehtiva edir. Qeyri-neft sektorunun sürətli, səmərəli və hərtərəfli inkişafının təmin olunmasının ən vacib şərtlərindən biri bank sektorunun inkişaf etdirilməsi, onların fəaliyyətində effektivliyinin çıxaldılmasıdır.

Bankçılıq əsas etibarilə risk almaq üzərində qurulmuş bir sistemə dayanır. Hüquqi və fiziki şəxlərdən yığılan vəsaitlər, yenidən digər hüquqi və fiziki şəxslərə verilərkən risk faktoru daima ön plana çıxır. Çünki insanlar özlərinə aid olan vəsaiti geri almağa daha çox tələbkardırlar, nəinki banklardan aldığı kreditləri geri ödəməyə məhsulliyətlə yanaşsınlar. Kreditin klasik bankçılığın əsas gəlir gətirən sahələrindən biri olduğuna görə, kredit riski , bankçlıqda ən başlıca risk hesab edilir.

Azərbaycanın bank sektorunda 2018-ci ildə bank göstəriciləri və nisbi sabitliyin cüzi miqdarda yaxşılaşması ilə yaddan qalmışdır. Bank sektorunda mövcud olan ümumi tendensiya kapital çatışmazlığının yox edilməsi, əmanətlərə əsasən faiz dərəcələrinin azalması, kredit qoyuluşunda müəyyən canlanma, banklarda izafi likvidliyin artması və bankların alternativ gəlir mənbələrinə daha da üsünlük vermələri istiqamətində olmuşdur.

Həmin çatışmazlıq və nöqsanların aradan qaldırılması istiqamətində aşağıda göstərilən tədbirlərin reallaşdırılmasını məqsədəuyğun hesab edirəm:

1. Bank olmayan kredit təşkilatlarında və banklarda kredit üzrə faiz dərəcələrinin müəyyən qədər aşağı salınması;

2. Bankların daha çox kredit istiqamətli olmaması;

3. Bank məhsullarının növlərinin artırılması.

4. Bankların verdiyi debet kartları üzrə sığorta haqqının müəyyən qədər aşağı salınması;

5. Qiymətli kağızlar bazarının canlandırılması;

6. Peşakar kadrların hazırlanması məqsədilə müvafiq addımların atılması.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abdullayev Ş. (2001). Azərbaycanın bank sistemi və ya bank resuslarının idarə olunması, Bakı, Şərq-Qərb mətbəəsi
2. Axundov Ş.Ə. (2001). Bazar iqtisadiyyatının əsasları, Bakı, Elm mətbəsi
3. Məmmədov Z.F. (2013). Bank fəaliyyətinin əsasları, Bakı, Çıraq mətbəəsi
4. Müseyib Ə. (2011). Bankların inkişaf istiqamətləri, Bakı, Şərq-Qərb mətbəəsi
5. Saunders, Anthony ve Hugh Thomas, (2001), Financial Institutions Management. 2. Basım. Canada: McGraw-Hill Ryerson.
6. Əliyev M.F., Bank məhsullarının inkişaf strategiyası. İqtisadiyyat və audit jurnalı, 2003-cü il, №8.
7. https://bakuresearchinstitute.org/az/azerbaijani-2018-ci-ild%C9%99az%C9%99rbaycanin-bank-sektoru/, (2018)
8. https://banco.az/az/news/azerbaycan-bank-sektorunda-regionun-en-guclusudur, (01.07.2017)
9. https://banker.az › azərbaycan-mərkəzi-bankinin-olkə-iqtisadiyyatinda-rolu , (05.12.2013)
10. https://banker.az/must%C9%99qil-az%C9%99rbaycan-respublikasinin-bank-sisteminin-yaranma-tarixi-v%C9%99-olk%C9%99nin-iqtisadi-inkisafinda-rolu/, (24.08.2015)
11. https://dejure.az/az/article/azrbaycan-respublikasinda-bank-sistemi, (17.05.2015)
12. www.aba.az (12.09.2018)

Azərbaycanda Bank Sistemi Və Bank Kreditləri

Fuad Hüseynov

fuad.huseyn97@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Respublikamızın müasir dövrdəki vəziyyəti təhlil edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı və onun yerinə yetirdiyi bank əməliyyatları, Mərkəzi Bankın pul-kredit siyasətinin aparılması üçün istifadə edilən alətlər dəstinə həsr edilmişdir. Məqalənin əsas məqsədi Mərkəzi Bankın ölkə iqtisadiyyatında rolunu, qloballaşan dünya böhranının ölkə iqtisadiyyatına təsir səviyyəsini, bu təsirin qarşısının alınmasında Mərkəzi Bankın rolu, ölkənin mərkəzi bankı ilə kommersiya bankları arasındakı qarşılıqlı əlaqəsinin müasir vəziyyətini araşdırmaqdan ibarətdir. Məqaləmizdə dünya ölkələrinin mərkəzi banklarının, həmçinin Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının ölkə iqtisadiyyatındakı rolu dəqiqləşdirilmiş, dövlətin Mərkəzi Bankın idarə olunmasında iştirakı və Mərkəzi Bankın məqsəd və vəzifələri araşdırılmışdır. Həmçinin müasir iqtisadi şəraitdə Mərkəzi Bankın yerinə yetirdiyi aktiv və passiv əməliyyatlardan, Mərkəzi Bankın resurslarının formalaşması və onların yerləşdirilməsindən, pul-kredit siyasətinin səmərililik göstəriciləri və makroiqtisadi nəticələrinin təhlil edilməsindən, dünya maliyyə böhranının ölkə iqtisadiyyatına təsiri və ölkənin antiböhran siyasətindən bəhs edilmişdir. Ölkəmizdə baş verən son devalivasiyalardan sonra banklarda kreditlərin qaytarılması ilə bağlı çoxlu problemlər yarandı. Dollarla götürülən kreditlər qaytarılmaması bəzi bankların müflisləşməsinə gətirib çıxartdı. Bu səbəbləri bir yerə toplasaq, kredit əməliyyatlarının risklərinin tənzimlənməsi mövzsunun ölkə üçün necə vacib olduğunu görmüş olarıq. Ona görə də ölkəmizdə kreditləşmə məsələləri ilə bağlı problemlər dərindən araşdırılmalı, kredit bazarının müasir vəziyyəti təhlil edilib qiymətləndirilir. Buna görə də Mərkəzi Bank bankların təkmilləşdirilməsi və iflası zamanı lazımi tədbirlər hazırlayırlar.

Açar sözlər : bank, kredit, kommersiya.

Giriş

Bildiyimiz kimi pul hər kəs tərəfindən qəbul edilən mübadilə vasitəsidir. Pulun əmanətə, əmanətlərin isə kreditə çevrilmə prosesi məhz banklar vasitəsilə həyata keçirilir. Banklar insanların istifadə etmədikləri pulları əmanət formasında cəlb edərək, kreditlərin verilməsini həyata keçirir. Ölkəmizdə bank olmayan kredit təşkilatları və banklar fəaliyyətini Mərkəzi Bankın verdiyi xüsusi lisenziya əsasında həyata keçirilir. Günü gündən inkişaf edən dünya iqtisadiyyatını kredit bazarı olmadan təsəvvür etmək olmur. Ümumilikdə bu kredit bazarı bildiyimiz kimi borc verən şəxslə borc alan şəxsin razılığı əsasında kreditin verilməsi və götürülən borcun bağlanması ilə əlaqəli yaranan məsələlərin məcmu toplusudur. Kredit bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynayan əsas aspektlərdən biridir. Bizim məqaləmizin əsas məqsədi Azərbaycandakı kredit bazarının mövcud vəziyyətinin tədqiqi və inkişaf potensiallarının iqtisadi təhlil yolu ilə öyrənilməsi, kredit sistemində yaranan bank kredit risklərinin öyrənilməsi, təsnif edilməsi, bank kredit risklərinin müəyyən edilməsi metodlarının araşdırılması, Mərkəzi Bank və komersiya banklarının bu risklərlə hansı şəkildə mübarizə aparmasını və bank kredit əməliyyatlarının gəlirliliyini artırmaq üçün tədbirlərin həyata keçirilməsinin öyrənilməsidir.

Bank Sistemi

Bildiyimiz kimi bir çox ölkələrdə bank sistemi uzun müddət kommersiya bankları formasında fəaliyyət göstərmişdir. Amma zaman keçdikcə pul emissiyasının meydana gəlməsi, milli pul vahidinin dövriyyəyə buraxılması və tənzimlənməsi, bununla bağlı olaraq mərkəzi bankın yaranması böyük zərurətə çevrilmişdir. Emissiya dedikdə qiymətli kağızların və pul nişanlarının çapı nəzərdə tutulur.

Pul nişanlarının çapı isə Mərkəzi Bank tərəfindən həyata keçirilir. Bankçılıq hər hansı bir iş kimi, risk altındadır. Yəni bank əməliyyatları nəticəsində qeyri-müəyyənliklərin olma ehtimalı var. Banklar səmərəli daxili və xarici nəzarət, sistem və proseslər vasitəsilə müəyyən risklərə nəzarət edirlər. Bununla da texnoloji cəhətdən yoxlamalar nəticəsində buna uyğun olaraq banklar riskləri nəzarətdə saxlaya bilirlər.

Bank fəaliyyətinə aiddir:

1. bank texnologiyalarının işlənib təkmilləşdirilməsi;
2. bank məhsulları və xidmətlərinin keyfiyyətli təminatı;
3. bank əməliyyatları və bütün hesablaşmaların həyata keçirilməsi;
4. bank fəaliyyətinin maddi texniki təchizatının və əməliyyatlara texniki xidmət;
5. yüksək səviyyəli mütəxəssislərlə təminat;
6. bankın stabilliyi və likvidliyini təmin etmək.

Bank menecmenti çərçivəsində bank mexaniziminə daxildir:

1. bank daxili idarəetmə;
2. bank fəaliyyətinin idarə edilməsi;
3. bank personallarının idarə edilməsi

Bank mexanizmindən bankın təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi prosesində, dəqiq bank, maliyyə məsələlərinin həllinə yönəldilən tədbirlərin yerinə yetirilməsində istifadə olunur (Bəşirov, 2014).

Bank Kreditləri

Bankların gördüyü ən mühüm işlərdən biri kredit əməliyyatlarıdır. Kredit bir iqtisadi kateqoriyadır. Sadə dildə desək, kredit müvəqqəti sərbəst pul vəsaitlərinin yenidənbölgüsü ilə əlaqədar olaraq təsərrüfat subyektlərinin bir-birləri ilə müddətlilik, ödənc və geri qaytarılmaq şərtləri üzərində qurulan qarşılıqlı iqtisadi əlaqəsini tərənnüm edir. Kreditin mahiyyətini açıqlamaq üçün onun hərəkət mərhələlərini, quruluşunu və əsasını araşdırmaq lazımdır. Kredit münasibətləri zamanı müəyyən prinsiplərə riayət etmək lazımdır: (Məmməd, 2010).

1. Qaytarılmaq;
2. Müddətlilik;
3. Ödənclik;
4. Təminat prinsipləri.

Kreditin qaytarılmalı dedikdə borc alanda və borc verəndə ciddi maddi məsuliyyət aşılayır. Müddətlilik prinsipi odur ki, yəni borcun əvvəlcədən müəyyən olunmuş müddətdə geri qaytarılması borcdan səmərəli istifadə olunduğunu göstərir Ödənclik prinsipi o deməkdir ki, kredit nəinki müəyyən olunmuş müddətdə tam qaytarılmalıdır. Təminatlılıq isə o deməkdir ki, kreditin ödənilmə vaxtı çatan zaman, kredit ödənilməyən zaman onun ödənilməsini təmin edən faktor başa düşülür.

Kredit sistemi dediyimiz zaman kredit-hesablaşma münasibətləri, kreditləşmənin formalar toplusu nəzərdə tutulur. Kredit sisteminin 2 forması var:

1. Funksional forma
2. İnstutisional forma

Funksional forma dediyimiz zaman kredit münasibətlərinin toplusu, kreditləşmənin forması və metodlarını nəzərdə tuturuq. Lakin institusional formada isə maliyyə-kredit təşkilatlarının toplusunu, sərbəst pul vəsaitlərini bir yerdə cəmləşdirən və onları borc verən kredit sistemini nəzərdə tuturuq.

Bank krediti ilə kommersiya kreditləri arasındakı fərqi aşağıdakı cədvəldə görmək olar.

Cədvəl 1.Bank və kommersiya kreditlərinin fərqli cəhətləri

Bank krediti	Kommersiya krediti
1.Faiz dərəcəsi yüksək olur	1.faiz dərəcəsi aşağı olur
2.obyekt-pul kapitalıdır	2.obyekt-dəyərin əmtəə formasıdır
3. əmtəə tədavülünə, həm də kapital yığımına xidmət edir.	3.yalnız əmtəə tədavülünə xidmət göstərir.
4.məhdudiyyətsizdir	4.kredit xətti və hərəkəti ünvanlıdır

Mənbə: https://banco.az/az/news/kreditin-hansi-formalari-vardir(29.03.2020)

Kredit əməliyyatları

Kredit portfelini yaratmaq bankda əmanətləri və hesablaşma hesabları olanlar çün xüsusi üstünlüyə malikdir. Bank tərəfindən kredit verilməsi borc alanın pul vəsaitinə müvafiq tələbatın və banka müvafiq vaxtda kreditin qaytarılması üçün kifayət edici zəmanətin mövcudluğunun qeydiyyatı əsasında aparılır. Bank şəxsi kapitalı və cəlb edilmiş vəsaitləri kreditin verilmə müddəti və həcmi üzrə yerləşdirir və cəlb edilən ehtiyatların balanslaşdırılmasını təmin etməklə kreditlər verir. Kreditin verilməsi ilə əlaqədar bütün məsələlər borc alan və bank arasında kredit müqaviləsi əsasında həll olunur (Sadiqov, 2010).

Kredit portfeli

Bankın kredit portfelinin strukturu və həcmi aşağıdakı amillərlə müəyyən edilir: bankın (kapitalın) həcmi; bank tənzimlənməsi qaydaları; bankın rəsmi kredit siyasəti; menecerlərin təcrübəsi və ixtisasları; vəsait ayrılmasının müxtəlif istiqamətlərinin gəlirlilik səviyyəsi. Bankın kapitalının həcmi götürülmüş və götürülmüş vəsaitin ümumi həcminə və dolayısı ilə kredit resurslarının həcminə ciddi təsir göstərir. Fərdi kreditin maksimum ölçüsü də kapitalın miqdarı ilə müəyyən edilir. Bank kapitalı bankların kredit fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesində məhdudiyyət və məhdudiyyətlərin qoyulmasında istifadə olunur. Mərkəzi Bank, bankın kapitalı ilə hesablanmış bir sıra kredit standartlarını müəyyən etmişdir. Nəticə etibarilə kapitalın həcmi onun kredit portfelinin həcmini və strukturunu müəyyənləşdirir. Kredit portfelinin keyfiyyəti bankın etibarlılıq və etibarlılıq səviyyəsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, buna görə də bir çox ölkələrdə nəzarətçilər tərəfindən tənzimlənən kredit fəaliyyətidir. Kredit portfelinin formalaşması prosesində məhdudiyyətlər və standartlar, habelə bank tənzimləmə qaydaları mühüm rol oynayır.

Kredit idarəçiliyinin vacib şərtlərindən biri bankın mütəxəssislər tərəfindən diqqətlə qiymətləndirilə bilmədiyi şərtlərdə kredit verməməsidir. Nəticə etibarilə kredit işçilərinin ixtisaslaşması, ixtisas və təcrübə də bankın kredit portfelinin xüsusiyyətlərinə böyük təsir göstərir. Bankın aktivlərinin strukturunun formalaşmasında əsas amil hər bir aktiv növünün gəlirlilik səviyyəsidir. Lakin yüksək

gəlirlilik əksər hallarda yüksək risk səviyyəsi ilə müşayiət olunur, bunun nəticəsində bank rəhbərliyi hər iki amili nəzərə almalıdır. Müxtəlif növ aktivlərin gəlirlilik səviyyəsi təqribən eyni olarsa, vəsait ayrılmasının ən az riskli sahələrinə üstünlük verilir. Belə bir vəziyyətdə bankın kredit portfelinin ölçüsü qiymətli kağızlar portfelinin xeyrinə və ya digər aktiv əməliyyatlar lehinə azalda bilər.

Hər bir borcalanın kredit riskinin səviyyəsi birbaşa kredit faiz dərəcəsinə təsir göstərir. Yüksək risk səviyyəsi yüksək kredit dərəcəsi ilə əlaqələndirilir və əksinə. Lakin kredit dərəcəsi nəinki riskdən asılıdır. Aşağıdakı xarici və daxili amillərin təsiri altında formalaşır, bunları nəzərə alaraq nəzərə almaq lazımdır:

1. kredit bazarında tələb və tələb;
2. rəqabət səviyyəsi;
3. müəyyən bir müştəri ilə əlaqəli olan kredit riskinin səviyyəsi;
4. bankın kredit siyasəti;
5. bu borcalanla əlaqələrin inkişafına yönəlmiş bir bankı əks etdirən müştərilərin bir kateqoriyası;
6. müştəri ilə bütün münasibətlərin ümumi gəlirlilik səviyyəsi;
7. bank üçün kredit resurslarının dəyəri;
8. baza dərəcələrinin səviyyəsi;
9. kredit təminatının forması və onun vzəiyyətinə nəzarət dəyəri.

Kredit qoyuluşunun sektorlar üzrə analizi göstərir ki, 2018-ci ilin 9 ayında inşaat və əmlak sektoru istisna olmaqla digər sektorlarda artım baş verib. Belə ki, hesabat ilin yanvar-sentyabr aylarında ticarət və xidmət sektoru üzrə kreditləşmə 0,4%, sənaye və istehsal sektoru üzrə 9,1%, nəqliyyat və rabitə sektoru üzrə 14,4%, kənd təsərrüfatı və emal sektoru üzrə 8,1%, istehlak kreditləşməsi üzrə 9,7% artım qeydə alınıb. Bu dövrdə inşaat və əmlak sektoru üzrə 29% azalma olub (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Kredit qoyuluşlarının sahələr üzrə dinamikası, mln AZN.

Sektorlar	2017 (3-cü rüb)	2017	2018
Kənd təsərrüfatı	461,9	429,2	463,8
İstehlak	4881,5	4606,5	5051,1
Nəqliyyat və Rabitə	1060,9	1126,7	1289,3
Sənaye və İstehsal	637,7	621,2	677,8
İnşaat və Əmlak	545,4	546,2	388
Ticarət və xidmət sektoru	2201,9	2069,2	2077,4

Mənbə: https://www.cbar.az (29.03.2020)

Metod

Məqalədə müqayisəli təhlil metodundan, iqtisadi-riyazi həmçinin, statistik və qrafik metodlardan istifadə edilmişdir.

Analiz

Azərbaycanın tarixi çox keçmişə getsə də, müstəqillik baxımından çox gənc ölkə sayılan Azərbaycan qısa müddət ərzində güclü iqtisadi inkişafa nail olmuş və günümüzdə inkişafı davam etdirməkdədir. Dünyada hər bir ölkədə olduğu kimi Azərbaycanda da bank sektorunun inkişafı bank kreditlərinin inkişafı Azərbaycanın iqtisadi inkişafına bir başa təsir göstərir. Banklar hal-hazırda verdiyi kreditlərlə ölkədə iri və orta sahibkarların iqtisadiyyatda rolunun artırmasına və daha da möhkəmlənməsinə kömək olur. Bu səbəbdən ayrı-ayrı sahələrin inkişafı ÜDM də artımla nəticələnir.

Nəticə

Respublikamızda davam edən iqtisadi inkişafın nəticəsində bankların və eyni zamanda banklarda aparılan kredit əməliyyatlarının mühüm olduğunu görə bilərik. Buna əsaslanaraq düşünürəm ki, bankların ölkəmizdə inkişafı iqtisadiyyatımız üçün müsbət rol oynayır. Elə buna görə də bankların inkişafı üçün mühüm addımlar atılmalı, dövlət tərəfindən güzəştlər edilərək müəyyən qədər dəstək verilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əliyev M., (2011) “Bankların inkişaf istiqamətləri” Bakı, “Şərq-Qərb” Nəşriyyat evi, 50 səh.
2. Sadıqov E.M., (2010) “Bank əməliyyatları” Bakı, “İqtisadi Universiteti” Nəşriyyatı, 31 səh.
3. Bəşirov R.A., (2014) “Bank işi” Bakı, 60 səh.
4. Məmməd Z.F., (2015) “Bank fəaliyyətinin əsasları” Bakı, “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 83 səh.
5. Məmmədov B.A., (2017) “Banklarda risklərin idarəolunmaslı prinsipiləri”; AMEA İqtisadiyyat İnstitutu və Bakı Biznes Universiteti, “Strateji iqtisadi islahatlar: qabaqlayıcı vergi siyasəti” mövzusunda Beynəlxalq elmi praktik konfransın materialları, 460 səh.
6. Məmmədov B.A., (2015) “Bank sisteminin dayanıqlılığı: mahiyyəti və prinsipləri”, “Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri” elmi-analitik və praktiki jurnal” №2 (42), “Bakı Dövlət Universiteti” nəşriyyatı, 208-212 səh.
7. Michel Crouhy, Dan Galai, Robert Mark (2014) “The Essentials of Risk Management”. 2nd Edition
8. Joel Bassis (2017) “Risk Management Banking” Third Edition.
9. Michel Crouhy, Dan Galai, Robert Mark (2014). “The Essentials of Risk Management”. 2nd Edition
10. https://www.cbar.az/

Yenilikçi İqtisadiyyatın Heyətlə Təmin Olunması Strategiyasına Yeni Yanaşmalar

Səadət Ağayeva

saadet_agayeva@mail.ru

Xülasə

Heyətin idarə olunması iqtisadiyyatın, ən əsas isə idarəetmənin müasir sahələrindən biridir. Daha dəqiq izah etməli olsaq, işçi heyətin, işçilərin idarə edilməsi, işçi və işə götürən arasında əmək münasiətləri yaranan andan başlayaraq yaranmışdır. Belə ki, işçi üzərində hər zaman rəhbər nəzarəti olmuşdur. Ancaq, işçi üzərində rəbər nəzarəti zaman keçdikcə daha da inkişaf etmiş, müasir dövrə uyğun olaraq, daha insana yönümlü olmuşdur.

İşçi heyətin idarə edilməsi sahəsi müəssisənin daxilində mövcud olan işçi-işə götürən münasibətlərini əhatə edən kifayət qədər geniş bir sahədir. Burada insan faktoru, müəssisənin qarşısına qoyduğu məqsədinə çatması üçün istifadə edə biləcəyi ən mühüm resurslardan biri hesab olunur. Təşkilatdan-təşkilata insan resurslarının idarə edilməsi məqsədlərinin sayında təbii ki, müəyyən fərqliliklər meydana gələ bilər.

İnsan resurslarının., heyətin idarə edilməsi müəssisə üçün təkcə işçi seçimi funksiyası daşımamış, həmçinin müəssisə üçün əhəmiyyətli, mühüm bir struktura çevrilmişdir. İnsan resurslarının idarə olunmasından əvvəl fəaliyyət göstərən kadr menecmenti, yalnız təşkilat, müəssisə üçün işçi seçimi və işçilərin rəsmi fəaliyyət və prosedurlarının həyata keçirilməsi funksiyasını daşımışdır. Müasir dövrdə isə insan resurslarının idarə olunması bu funksiya və proseslərin daha da önünə keçmiş, işçi seçimindən tutmuş işçilərə aid hər bir fəaliyyəti həyata keçirmişdir. (Quliyev, 2006). Buna görə də, insan resurslarının idarə olunması şirkət və mütəxəssislər üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qeyd olunduğu kimi,işçi heyətin, insan resurslarının idarə edilməsi müəssisənin fəaliyyətinin uğurlu nəticələri, gələcəyi üçün mühüm amildir. Bu səbəbdən də, menecerlerin işi, vəzifəsi bir qədər mürəkkəb hesab oluna bilər. Onların üzərinə ağır, məsuliyyətli və gərgin öhdəlik düşür. Biz öz tədqiqatımızla bu ağır və məsuliyyətli peşədə menecerlərin nələri edib, nələri edə bilməyəcəyini, nələri etməli və nələri etməməli olduqlarını araşdırcayıq. Burada ən vacib məqsəd, insan resurslarının idarə edilməsində uğurlu nəticələr əldə edə bilmək üçün nələrin lazım olduğunu araşdırmaq, əldə edilən nəticələrə görə lazımi təkliflər irəli sürməkdir.

Açar sözlər*:* İdarə etmə, insan resurslarının idarə edilməsi, insan faktoru, işçi seçimi

Giriş

Müasir dünyamızda baş vermiş proseslər, dəyişikliklər və yeniliklər, iqtisadiyyatın beynəlmiləlləşməsi, ikinci nəsil informasiya texnologiyalarının praktikada tətbiq edilməsi və genişlənməsi, məhsul, xidmət və görülən işlərin keyfiyyətinin istehlakçıların tələbatına uyğunlaşdırılması, işçilərin müxtəlifliyinin rəhbərlik tərəfindən qəbul edilməsi və onların idarə olunması idarəçilik paradiqmasının dəyişilməsi və təkmilləşməsinə səbəb olmuşdur. Buna görə təşkilat və müəssisələrin işçi heyətinin idarə edilməsi sahəsində yeni yanaşmalar meydana çıxmışdır. Bu yeni yanaşma təşkilatda, onun fəaliyyətində şəxsiyyətin qabaqcıllığını,müəssisə üçün işçi heyətinin, əməkdaşların vacibliyini qəbul edir. (Axundova, 2014). İşə başlayan şəxs öz davranışına aid lazımi məhdudiyyətləri dərk edir, qəbullanır. XX əsrdə işə götürən işçiləri ilə mənəvi müqavilə imzalayırdı. Bu müqaviləyə əsasən, işçi öz funksiya, vəzifə təlimatlarını lazımınca yerinə yetirməyi, müəssisənin uğuru üçün üzərinə düşənləri layiqincə icra etməyi, təşkilata qarşı loyallığını qorumağı, inkişaf etdirməyi öz üzərinə götürür. Bunun qarşılığında isə o, məşğulluq, karyera inkişafı, maddi mükafatlandırmaya ilə bağlı qarantiyalar əldə etmiş olacaqdır. Təşkilat da öz növbəsində, onun inkişafı üçün, karyerasında irəliləməsi üçün lazımi davranışları, tədbirləri əskik etməməli, öz vəzifə və funksiyalarını edə bilməsi üçün lazımi şəraitlə onu təmin etməli, onu müxtəlif vasitələrlə həvəsləndirməli və maddi mükafatlarla işində uğurlu olması üçün motivləşdirməlidir. (Quliyev, 2014).

Müasir dövrdə dünya praktikasında işə götürən şəxs üçün işçinin biliyi, savadı, dünya görüşü onun icra etmə intizamı və instruksiyaları yerinə yetirmək bacarığından daha önəmlidir. Öyrənmək bacarığı hər şeydən artıq dəyərləndirilməyə başlayır. Bu da işə götürənlə işçi arasında mövcud olan münasibətlərin dəyişilməsinə gətirib çıxarır. (Axundova, 2017). Çünki işçinin işləri yerinə yetirmə bacarığı, peşə qabiliyyətləri, bacarığı sonradan da formalaşıb, inkişaf edə bilər. İşə götürən bunun üçün şirkətin,təşkilatın inkişafı üçün əlindən gələn dəstəyi, şəraiti əsirgəməməlidir.

Artıq bildiyimiz kimi, müasir dövrdə müəssisələrin fəaliyyətində kadr potensialı mühüm həlledici rola malikdir. Ümumiyyətlə müəssisənin səmərəli fəaliyyətində kadr potensialı əhəmiyyətli rol oynayır. Müəssisənin hərtərəfli inkişafında, məhsuldar və səmərəli fəaliyyətində kadr potensialı vacib rol oynayır, onun əvvəlcə bir şirkət, təşkilat kimi formalaşmasına, rəqib firmalarla mübarizəyə davam gətirə bilməsinə, daha sonra beynəlxalq bazara inteqrasiya edib, yüksək səviyyədə inkişaf etməsinə şərait yaradır. Buna görə də, insan resurslarının idarə edilməsində ən ümdə məqsəd yaradıcı insanlardan, onların intellektual potensialından şirkətin uğurlu fəaliyyəti naminə hərtərəfli istifadə edilməsidir. Şirkət və təşkilatlarda insan potensialına olan tələb, onların yaradıcı və intellektual funksiyalarına olan tələbatdan irəli gəlir. Sırf bu funksiyalardan hərtərəfli istifadə etməklə şirkət öz fəaliyyətinin təşkilini, səmərəliliyini və məhsuldarlığını, özünün gələcəyi üçün uğurlu fəaliyyətini təmin edə bilər. əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, kadr potensialı, işçi heyət müəssisənin uğurlu gələcəyi üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu səbəbdən də müəssisə işçi heyətin peşə-təhsil səviyyələrinin yüksəldilməsinə,ixtisas artımına, peşəkar hazırlıqlarına xüsusi diqqət yetirməli, bunun üçün tələb olunan şəraiti yaratmalı, lazımi məbləğdə maliyyə resurslarını bu istiqamətdə yönəltməkdən çəkinməməlidir. Bu müəssisə üçün ən əsas və təxirəsalınmaz vəzifələrdən biridir.

İnsan kapitalı və onun əhəmiyyəti

Elmi-Texniki tərəqqinin sürətlə inkişaf etməsi nəticəsində yüksək ixtisaslı işçilərə olan tələbat getdikcə artır, çünki müasir istehsal texnikasından yalnız yüksək ixtisas və xüsusi texniki hazırlığa malik peşəkar kadrlar istifadə edə bilərlər. Məsələn, rəqəmli-proqramla idarə olunan dəzgahlarda işləmək proqram qurğusu ilə rəftar bacarığı tələb edir, bundan əlavə, istehsalın mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırma səviyyəsinin yüksəldiyi bir vəziyyətdə işçilərin mədəni-texniki və peşə ixtisas səviyyəsinə olan tələb də kəskin sürətlə artır, çünki onların əməyi öz məzmunu və xarakterinə görə mühəndis əməyinin bir hissəsinə çevrilir, yəni daha çox yaradıcı xarakter kəsb etmiş olur. Bu isə peşəkar kadrların hazırlanmasına, onların ixtisaslarının müntəzəm surətdə artırılmasına ayrılıqda xüsusi diqqət yetirilməsini vacib edir. Kadrların peşə-ixtisas hazırlığının əsasını peşə üzrə əmək bölgüsü təşkil edir, peşə əmək bölgüsü daha mürəkkəb işləri sadə işlərdən fərqləndirməyə imkan verir və özünü kadrların peşə-ixtisas və tarif dərəcələri üzrə bölgüsündə göstərir. Buna görə də, peşə-ixtisas üzrə əmək bölgüsü dərinləşdikçə, yeni peşə və ixtisaslar meydana gəlir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, müəssisə üçün kadr potensialı olduqca əhəmiyyətli amildir. Onun daha səmərəli fəaliyyəti, qarşısına qoymuş olduğu məqsədə nail olmasında düzgün seçilmiş kadr ehtiyatı və onun lazımi səviyyədə ixtisaslaşmasına şərait yaradılması çox vacibdir. Buna görə də tədqiqatın ən əsas məqsədi ölkədə kadrların yaradıcı potensialı və intellektual güclərindən maksimum yararlana bilmək, bütün bu qüvvələri, qabiliyyətləri müəssisənin fəaliyyəti prosesində səfərbər edə bilmək üçün onların peşə-təhsil səviyyələrinin, texniki hazırlıqlarının yüksəlməsi istiqamətlərini araşdırmaq, onları müəyyənləşdirməkdir.

Müasir zamanda demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələr kadrların, heyətin müəssisə üçün vacibliyini, önəmini artıq qəbullanmışdır. Bu baxımdan da, onların intellektual potensialı və yaradıcı funksiyalarından hərtərəfli istifadə etmək üçün onların peşəkar hazırlığı- daha da mükəmməl təhsil alması, peşə hazırlığı və ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi kimi hallara önəm verir və bu sahədə ən son metodlardan istifadə edir.

Yenilik iqtisadiyyatı

Effektiv yenilik sistemi və elmi tədqiqat və inkişaf sahəsinin balanslaşdırılmış sektoruna dövlət səviyyəsində qoyulmuş tapşırıqların prioritetinə baxmayaraq, ölkədə yüksək texnoloji məhsulların mövcud vəziyyəti həmin məhsulların dünya bazarında lazımi qədər rəqabət gücü yoxdur və ölkə istehsalatında köhnə texnologiya üstünlüyü ələ keçirib,çox zəif müasir, texnoloji və elmi idarəetmə sistemindən istifadə olunur. Lazımı qədər yüksək texnoloji və elmi sferaya malik olsa da, ölkəmiz indiki dövrdə idarəedici dünya ölkələrinin texnoloji yeniliyinin inkişafı sahəsində xeyli geri qalır. (Рассадина, 2007).

Belə geridəqalmışlığın ən vacib səbəbi heç də az deyildir. Hal-hazırda rəqabət qabiliyyətli məhsul və xidmətlərin istehsalı sadəcə bu proseslərə daha çox innovasiyanın tədbiq olunması ilə əlaqədar ola bilər. İnnovasiyalı iqtisadiyyatın inkişafı baxımından, əhali və ərazi göstəricilərinə görə, dünya bazarında bizi əhatə edən dövlətlərdən daha geri və əlverişsiz vəziyyətdəyik. Bu səbəbdən də, bizim tək yolumuz, elmi texnoloji yanaşmalara daha çox əhəmiyyət verməklə, bu əlverişsizliyi fürsətə çevirməkdir.

Bizim fikrimizcə, heç də sonuncu olmayan səbəblərdə biri də insan faktorudur. İdarəedicilərin, sahibkarların, adi işçilərin bacarıqlarını təqdim etmək və yeni kurs həyata keçirmək, xidmət və yenilik yaradılması sahəsində inkişafı reallaşdırmaq ilə əlaqəli iqtisadi yenilik prosesləri və insan potensialının inkişafı arasında obyektiv qarşılıqlı əlaqə və asılılıq mövcuddur.

Yenilik iqtisadiyyatının inkişafı – yeni yenilikçi işçi qüvvəsinin yetişdirilməsinə, onların inkişafına, yeni kadrların yeni istiqamətdə texnikanın və elmin inkişafı sahəsində tətbiqinə, iqtisadiyyat və idarəetmə sahəsi üçün işçilərin hazırlanmasına imkan yaradır.

Müasir texnoloji yenilik proseslərinin inkişafı üçün vacib olan yalnız bilik əldə etmək deyil. Lazım olan digər cəhət – qazandığı, əldə etdiyi biliyi iqtisadi və sosial sferaya daşımaqdır, lazım olan yerdə və lazım olan anda tətbiq edə bilməkdir. Bu isə işçiləri öz vəzifə və funksiyalarını icra edə bilmələri üçün lazım olan ən vacib məsələdir.

Müasir dövrdə ölkə qarşısındakı mühüm tapşırıqlar içərisində ən vacibi iqtisadiyyatı yüksək balanslaşdırılmış, kəmiyyət və keyfiyyətcə zəngin heyətlə təmin etmək, ölkədə yanamış və cəmiyyət qarşısında duran problemləri həll etmək bacarığına malik yüksək intellektual elit təbəqənin yaradılmasıdır. Bu prosesin reallaşdırılması çox mərhələli mürəkkəb bir prosesdir və reallaşması heç də asan deyildir. Çünki hər bir işçi eyni zamanda həm şirkət daxili məsələlərlə məşğul olmağı və eyni zamanda cəmiyyət qarşısında duran problemləri həll etməyi bacara bilməz. Bu sadəcə xüsusi bacarıq və intellektə malik şəxslərdə olan özəllikdir.

Bildiyimiz kimi, hazırki müasir iqtisadiyyat texnoloji yenilik və innovasiyaya yönümlü olması ilə fərqlənir. İnnovasiyaya yönümlü iqtisadiyyat isə müasir dövrdə ən dinamik və gəlirli sahələrdən biri

sayılır. Texnoloji yenilik iqtisadiyyatına yönümlü inkişaf özü ilə yeni texnoloji – elmi kadrlara olan tələbatı da gətirir. Burada elmlə əmək yarmarkaları, təhsil, texnologiya ilə bağlı sual meydana çıxır.

Texnoloji yenilik mütəxəssisləşmiş işçi heyətə olan tələbatı artırır, həmçinin mütəxəssisləşmə dərəcəsinə olan tələbləri də artırır. Müxtəlif ölkələrdə mütəxəssisləşmiş heyətə olan tələbatlar müxtəlif səviyyədədir. Yüksək səviyyəli təhsil almış işçi resursların sayının atmasına baxmayaraq, elm və texnologiya sahəsinə nəzərən, başqa sferaların məzunları üstünlük təşkil edir. Amma elm və texnologiya sahəsində isə azalmağa doğru gedir. Bu problemlərin vacib həllərindən biri isə yüksək inkişaf etmiş ölkələrdə ali təhsilin açıq formada keçirilməsi, tədqiqat proqramlarının və lazımi şəraitin yaradılmasıdır.

Xüsusilə, elmi texnoloji yenilik iqtisadiyyatında insanın rolu davamlı olaraq artır. Müasir iqtisadiyyatda, hansı ki, elmi maddi xeyirin mənbəyi hesab olunur, insan kapitalı finansdan heç də az olmayan rolu oynayır. Buna görə də insan kapitalı iqtisadi və yeniliyin inkişafında açar roluna malikdir.

İnsan resursları, işçi heyəti elmi sferada və texnologiyada iqtisadiyyatın inkişafında nüvə rolunu oynayır və yüksək texnologiyada inkişafına əsaslanır və öz növbəsində iş yerlərinin artmasına və həyat fəaliyyətinin keyfiyyətinin yüksəlməsinə təsir edir. İctimai və dövlət sektorlarının şəxsi sektora bəxş etdiyi ən təsirli xidməti təhsilli elmi texniki heyətin hazırlanıb ərsəyə gətirilməsidir. Həmin böyük üstünlüklər- hansı ki, cəmiyyətin insan resurslarının istifadəsi nəticəsində əldə edilir-ölkənin investisiyasnın yüksəlişinə, ölkə təhsili və elmi təcrübə sahəsinin öyrənilməsinə mühüm təsir edir.

Əsaslı bilik və elmin innovativ sahənin uzunmüddətli inkişafının mühüm əsası kimi elmi araşdırma personalının və müəllimlərin yaxşı hazırlıq səviyyəsinin və adekvatlılığının fərqlərini misal göstərə bilərik.

Firma səviyyəsində aparılan analiz onu göstərir ki, şirkətlərdəki elmi tədqiqat heyətinin kəmiyyəti, onların payı, bütün işçilərin şirkətin ölçüsündən və sferasından asılı olaraq, yeni məhsulların yaradılması və istehsal prosesinə birbaşa təsir göstərir.

İqtisadi sahədə fəaliyyət göstərən sektorlar, kiçik və böyük firmalar dövlət sektorları arasındakı elmi texniki heyətin hərəkəti sərhədləri ən mühüm texnoloji kanalı hesab olunur. Ali təhsilli məzunların qarşılaşdırılmasında, həmin yüksək ali təhsilli kadrların biliklərinin dəyərləndirilməsində iqtisadiyyatı inkişaf etdirən iqtisadi biliklərin də rolu olduqca böyükdür. Bu biliklər təzədən yaranmış və sürətlə inkişaf etmiş elm və texnologiya sahəsində çox vacibdir. (Рассадина, 2007). İnsan resursları həm də ona görə vacibdir ki, sahibkarların fəallığında böyük mənbələrdən biridir. Bu, sözün əsl mənasında inkişaf etmiş ölkələrə məxsus xüsusiyyətdir. Müəllim və alimlər qısa müddətdə yeni yüksək texnoloji firmalar açır, amma dövlət sferasından çıxdıqdan sonra isə, qarışıq innovasiya sahəsinə, texnologiyaya, istehsalatın yenidən strukturlaşmasına və iş yerlərinin yaranmasına böyük xəzinə bəxş etmiş olurlar.

Yüksək texnoloji dəyişiklik nəticəsində yaranmış yeni müəsisə və şirkətlər, öz növbəsində yeni iş yerlərinin inkişafında və yeni, yüksək təlimatlı elmi və tədqiqatçı işçilərin inkişaf etməsində rol oynayır.

Heyətlə təmin olunmanın ən mürəkkəb problemlərindən biri son 20 il ərzindəki elmi texniki kadrların çatışmazlığıdır. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə ötən əsrin 80-90-cı illərində və ümumiyyətlə, 21-ci əsrin əvvəllərində elmi texniki heyətə bütün sahələrdə informasiya və kommunikasiya sahəsində

kəskin ehtiyac yaranmışdır. Bu mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Çünki, bu sahədə inkişaf baş vermədikcə, ölkənin İT sahədə baş verəcək inkişafı qısıtlanır və yeni elmi texnikanın ölkəyə gəlməsi artıq məhdudlaşır.

İT Sahəsində əməkdaşlara tələbatda hətta 1980-ci illərin əvvəlində də artım baş vermişdir, lakin bu tələbat 90-cı illərin əvvəlində artıq azalmağa başlamışdır. Elmi texnoloji heyətə tələbatın inkişafına səbəb olan ən vacib faktorlardan biri, xidmət sahəsindəki inkişafı və həmin sahə üçün yüksək texnoloji qurğu və cihazlara olan tələbatdır. Bu cür inkişaf edən sahələrdə, məsələn, proqram təminatı və telekommunikasiya sferasında belə elmi texniki heyətin sayı daha çoxdur. İnsan resurslarının və heyətin elmi sahədə siyasətinin şəxsi sahədə tələbatları ölkə səviyyəsində məşğulluğa gətirib çıxarır. Bu mövzuda elmi tədqiqat heyətinin genişlənməsi siyasətinin əsas hissəsini istehsalat və elmi tədqiqat arasındakı qarşılıqlı əlaqə təşkil edir ki, bu da ölkə səviyyəsində həyata keçirilir. Bu əlaqəyə görədir ki, həm şəxsi, həm də dövlət şirkətlərinnin qısamüddətli tədiqat kollektivinə daha çox üstünlük verilir.

Müasir dövrdə qısamüddətli innovasiya sisteminin yaradılması mövzusu olduqca aktualdır. Baxmayaraq ki, ölkədə innovativ sahədə inkişaf zəifdir. Ancaq digər inkişaf etmiş sahələrin texnologiyası sahəsində kollektivdən istifadə edilməsi mümkün haldır.

İnnovasiya iqtisadiyyatının inkişafı və onun formalaşdırılması sahəsində yüksək təyinatlı işçilərin çatışmazlığını aradan qaldırmaq və digər sahələrlə mübarizə aparmaq qabiliyyətini artırmaq üçün vacib şərtlərdən biri elmi texniki təhsil və müasir istehsalat tələblərinə cavab verən müasir istifadə qaydaları sistemi üzrə bilikdir və texnologiya sahəsindəki bilikləri artırmaq üçün dövlət digər metodlara müraciət etməli və iqtisadi sahədə təhsilə üstünlük verməlidir.

İqtisadi bölmədə mövcud olan təhsil bu zamana qədər gələn təkliflərin yüksəldilməsi yolu üzrə siyasət yeridirdi. Lakin bu gün o, səmtini bir qədər elmi texniki sahədə mövcud olan biliklərin keyfiyyətinin artırılmasına və müasir tələblərə cavab verən işçi heyətin yetişdirilməsinə yönəldib. İstehsalat fabrikləri və firmalar da həmçinin öz növbələrində təhsil verən institut rolunu oynamalıdır. Dayanmayan təhsil prosesi hər bir tələbə üçün ayrılıqda diqqət yetirilməsi, yoxlanılması, keyfiyyətinin tələb olunan standartlara uyğun keçirilməsi günümüzün tələblərinə uyğun insan resurslarının, işçi potensialının yaradılmasına səbəb olur. İstehsalat firmaları, zavodlar da öz növbəsində həmin işçilərin yeni biliklər əldə etməsinə kömək etməli, o biliklərin inkişaf etdirilməsi və işlədikləri sahə üzrə professionallaşması üçün lazımi dəstəyi etməlidirlər.

Özəl sektorda baş verən inkişafa baxmayaraq, yenə də dövlət sektoru ən böyük işlə təminat verən sektordur.

Ən az gəlir əldə qazanan sektorlar olsa belə, dövlət bu sahələrin inkişafı üçün investisiya buraxmalıdır və bu onun öhdəliyinə daxildir. Dövlətin investisiya yatırdığı, təhsil verdiyi, yetişdirdiyi nəsildən daha yeni, mütərəqqi və daha qalıcı təsirə malik kollektivlər ortaya çıxır. Bundan başqa, onların da öyrətmiş olduğu daha ağıllı yenilikçi nəsil yaranır. Bildiyimiz kimi, özəl sektor bu özəlliklərə malikdir. (Əzizova, 2017).

Dövlət sahələrinin köməyi sayəsində əldə edilmiş təhsilin keyfiyyəti və qalıcılığı dövlət investisiyasının buraxılma dərəcəsi və bu sahədə inkişaf etmiş heyətə olan tələbata bağlıdır.

Metod

Məqalənin təhlilində biz əsasən sistemli yanaşma və analiz metodlarından istifadə etmişik. Burada həmçinin analitik və qeyri-analitik metodlardan istifadə olunmuşdur. Belə ki, tədqiqat apardığımız sahədən konkret müşahidə qrupu seçilir. Sonra isə bu seçilmiş qrup içərisində müxtəlif sorğu və anketlər tətbiq olunur. Bundan başqa, həmçinin induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir- əvvəlcə induksiya metodunun köməyi ilə tədqiq edilən məsələ ilə bağlı məlumat toplanılır, sistemləşdirilir və araşdırılır. Daha sonra isə deduksiya metodundan tətbiq etməklə, əvvəlcə toplamış olduğumuz faktlar əsasında nəzəri nəticələr və ümumi prinsiplər müəyyən edilir.

Analiz

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, biz müşahidə qrupu seçirik və həmin qrup arasında müxtəlik anket və sorğular həyata keçirilir. Aparılmış anket və sorğular əsasında toplanmış məlumatlar analiz edilir. Araşdırılıb real vəziyyətə adekvatlığı yoxlanılır. Daha sonra aparılan analizlərə əsasən nəticələr çıxarılır və bu nəticələrdən müxtəlif təkliflər irəli sürüləcəkdir.

Nəticə

Keçmişlə müqayisədə, respublikamızda kadr potensialının idarə edilməsi sahəsində xeyli irəliləyiş olmuşdur. Belə ki, əvvəlki idarə etmə sistemi daha sərt sistem, qayda-qanun çərçivəsində qurulduğuna görə, bu sistemdə işçiyə sadəcə işçi kimi yanaşılmış, onların tələbatı, şəxsiyyəti, işə motivasiya olunması, onların həvəsləndirilməsi rəhbərlik üçün heç də vacib olmamışdır. Buna görə də, işçilər üzərlərinə düşən vəzifə və funksiyaların həyata keçirilməsində maraqlı olmamışlar. Bu da təbii olaraq, müəssisənin fəaliyyətinin səmərəliliyi və məhsuldarlığının, ümumiyətlə fəaliyyəti ilə bağlı göstəricilərin aşağı olmasına gətirib çıxarmışdır. Hal-hazırda isə, bu sahədə artıq müəyyən qədər irəliləyişlər, müsbət dəyişikliklər mövcuddur. Belə ki, ölkədə fəaliyyət göstərən iri müəssisələr nəhayət ki, İEÖ-də tətbiq olunan müasir metodlardan istifadə etməyə başlayıb. Bu metod və texnoloji yeniliklər, insanı bir şəxsiyyət kimi tanıyır, onun şəxsi keyfiyyət və istəklərinə hörmət edir və nəzərə alır və onu müəssisənin əsas və dəyərli kapitalı kimi qəbul edir. Ölkəmiz dünya ölkələri ilə müqayisədə bu mövzuda geri qalsa da, lakin keçmişlə müqayisə etdikdə, artıq müəyyən yeniliklərin, müsbət dəyişikliklərin meydana gəldiyini görə bilirik. Dünyanın yüksək İEÖ ilə eyni bazara daxil ola bilməsi, bu bazarda hökm sürən mübarizədə rəqabətə davam gətirə bilməsi üçün, bazardakı payını qoruyub saxlaya bilməsi üçün başda rəhbərlik, daha sonra isə menecerlər işçi heyətin müəssisənin qarşısına qoymuş olduğu hədəfə uğurla çatması, qarşısına çıxan problemləri çevik şəkildə həll edə bilməsi üçün onlara ayrıca bir fərd kimi yanaşmalı, bu sahədə lazım olan heç bir tədbir və xərcdən boyun qaçırmamalıdırlar. Çünki insan kapitalına sərf olunan yatırım heç vaxt boşa çıxmaz. Gec olsa da, bol bəhrə verər.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Hüseynli A. (2011), “Korporativ İdarəetmə”, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, “Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti”, s.484.
2. Əzizova G. (2017), “Azərbaycanın əmək bazarı: problemlər və perspektivlər”, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, “Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti”, s.276.
3. Axundova N. (2014), “Təşkilati davranış”, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, “Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti”, s.132.

4. Quliyev T. (2006), "Menecmentin (idarəetmənin) əsasları", Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, "Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti", s.591.
5. Ramazan G. (2013), "İnsan kaynakları yönetimi", Anadolu Üniversitesi (AÖF), "Eskişehir", s.247.
6. Peter B. (2003), " Strategy and Human resource Management", Palgrave, Micmillan, s.287.
7. Рассадина А.К. (2007), «Новые подходы в стратегии кадрового обеспечения инновационной экономики», МГУ.
8. "İnsan resurslarının idarəedilməsinin tarixi, inkişaf mərhələsi"- https://hrmnetwork.wordpress.com/2018/11/04/1-insan-resurslarinin-idar%C9%99-edilm%C9%99sinin-tarixi-inkisaf-m%C9%99rh%C9%99l%C9%99si/
9. Azərbaycan Milli Kitabxanası- http://anl.az/el.php
10. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Kitabxanası- http://library.unec.edu.az/

Müəssisədə Kadr İdarəetmə Strategiyasının Həyata Keçirilməsinin Əsasları

Gülnarə Ağayeva

gulnare_agayeva_96@mail.ru

Xülasə

Məqalədə müasir bir müəssisə üçün kadr idarəetmə strategiyasının hazırlanmasının metodoloji əsasları öyrənilmiş, kadr idarəetmə sistemlərinin səmərəliliyi nəzərə alınmış və rəqabət qabiliyyətinin təhlili aparılmışdır. Tədqiqatın əsas məqsədi strateji hədəflərə çatmaq və müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün insan resurslarının idarəetmə strategiyasının formalaşdırılmasına dair metodiki və elmi - praktik tövsiyələrin hazırlanmasıdır. Qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün müəssisə üçün rəqabət üstünlüyünün yaradılmasında insan resurslarının idarəetməsinin rolunu müəyyənləşdirmək, insan resurslarının idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması və həyata keçirilməsinə elmi yanaşmaların təhlili və sistemləşdirilməsi, müəssisələrin strateji kadr idarəetmə xüsusiyyətlərinin təhlili və kadr idarəetmə strategiyasının hazırlanmasında problemlərin müəyyənləşdirilməsi, insan resurslarının idarə edilməsi strategiyasının hazırlanmasında proses yanaşmasının xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi, əsas iş göstəriciləri metodundan istifadə etməklə işçilərin idarəetmə strategiyasının müəssisənin iş strategiyasına uyğunluğunun qiymətləndirilməsi, müəssisələr üçün kadr idarəetmə strategiyasının formalaşdırılması üçün təlimatların hazırlanması, müəssisələrdə kadr idarəetmə strategiyasının formalaşdırılması üçün təklif olunan metodologiyanın sınaqdan keçirilməsi, həyata keçirilməsinin nəticələrinə dair praktik tövsiyələrin hazırlanması kimi əsas vəzifələr müəyyən olunmuşdur.

Tədqiqatımızda araşdırılan mövzu strateji idarəetmə, internet resursları və tədris materialları ilə bağlı öyrənilmiş daxili və xarici iqtisadçıların işlərini əhatə etmişdir. İşçi potensialının inkişafı və səmərəli istifadəsi üçün şərait yaratmaqla rəqabət üstünlüklərinin genişləndirilməsinə yönəldildiyi üçün insan resurslarının idarəetmə strategiyasının hazırlanmasına metodologiya və yanaşmanın rəqabət mühitində uzunmüddətli inkişaf perspektivinə yönəlmiş hər hansı bir təşkilata tətbiq olunmasıdır.

Açar sözləri: Təşkilat, kadr idarəetmə, strategiya, insan resrusları, rəqabət qabiliyyəti.

Giriş

Hal-hazırda, Azərbaycanın bir çox sənaye müəssisələrində kadr işi əslində dünya biznesinin inkişafındakı cərəyanları nəzərə almadan qurulur. Bu, qərar və hərəkətlərin keyfiyyəti, əmək məhsuldarlığı, yenilik, gəlir vahidinə vahid xərclər və s. ilə ifadə olunan rəqabət qabiliyyətinin geriləməsinə səbəb olur. İnsan amilinin mənasını anlamaq onun müasir bir təşkilatda rolunu və statusunu, yəni bütün kadr idarəetmə sisteminin həqiqi və gələcək əhəmiyyəti, habelə strateji komponentini müəyyənləşdirir. Buna görə, yuxarıda göstərilən iş problemlərinin bir çox həlli iş müstəvisində və kadr idarəçiliyindəki dəyişikliklərdə olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, proses yanaşması ilə işin təşkilinin müxtəlif aspektləri ədəbiyyatda geniş şəkildə əks olunmuşdur, lakin kadrların təşkili və kadr xidmətlərinin bu mərhələdəki rolu metodoloji cəhətdən inkişaf etməmiş qalır və yalnız ümumi tövsiyələr səviyyəsində əhatə olunur. Beləliklə, hazırda biznes planlaşdırma vasitələrindən istifadə edərək şirkətin kadr idarəetmə strategiyasının hazırlanmasının metodologiyasını yaratmaq üçün nəzəri cəhətdən sağlam yanaşmalara ehtiyac var.

Müəssisədə Kadr İdarəetmə Sisteminin Xarici Mühiti

Dünya iqtisadiyyatında intensivləşən qloballaşma prosesləri dünyanın bütün ölkələrindəki təşkilatların fəaliyyətində öz əksini tapmışdır. Təşkilatın özünə, müştərilərinə və sahiblərinə ən güclü təsir

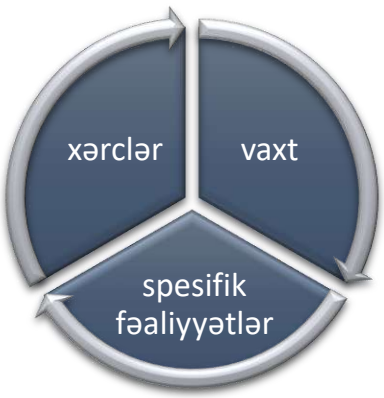
texnologiya, iqtisadiyyat və qanunvericilik sahələrində köklü dəyişikliklər, habelə müşahidə olunan ciddi demoqrafik dəyişikliklərdir. Bir təşkilatda effektiv kadr idarəetmə sistemi təkcə əks etdirməməli, həm də şirkət xaricində bu iş reallıqlarına təsir etmək üçün vasitələrə sahib olmalıdır.

Hazırda təşkilatın özünə, onun müştərilərinə və sahiblərinə ən güclü təsir texnologiya, iqtisadiyyat və qanunvericilik sahələrində köklü dəyişikliklər, habelə müşahidə olunan ciddi demoqrafik dəyişikliklər tərəfindən həyata keçirilir. Üstəlik, bütün bu meyllər və proseslər qloballaşma şəraitində baş verir. Hər hansı bir təşkilatda effektiv kadr idarəetmə sistemi yalnız şirkət xaricində bu iş reallıqlarını əks etdirməməli, təsir etməlidir. Mövcud tendensiyaların hərtərəfli öyrənilməsi, bütövlükdə təşkilatın fəaliyyətinə və xüsusən kadr idarəetmə sisteminə təsirini dərk edərək, kadr mütəxəssislərinə insan resurslarının idarə olunması metodlarını, birincisi, real işin kontekstinə uyğun olan bu cür texnologiyaları və inkişaf etdirməyə imkan verir, ikincisi, dolayı ya da birbaşa olaraq mövcud rəqabət üstünlüklərinin qurulmasına və istifadə edilməsinə töhfə vermək və üçüncüsü, şirkətin xətti idarəetmənin həqiqi ehtiyac və tələblərinə cavab verir.

Müasir bir təşkilatın kadr idarəetmə sisteminin işləməsi kontekstinin dərk edilməsidir ki, bu da şirkətin insan resursları sahəsində strategiyasına ən uyğun olan işçi heyəti ilə işləmək üçün bu cür metod, texnologiya və vasitələrin inkişafına imkan verir (Quliyev, 2013).

Hal-hazırda iqtisadi qloballaşma yalnız iqtisadi sahədə beynəlmiləlləşmənin ekstremal mərhələsi kimi deyil, dünya iqtisadiyyatının inkişafında tamamilə yeni bir mərhələ kimi qəbul edilməlidir. Bu vəziyyətdə müəyyən edən amillər çoxmillətli şirkətlərin ümumi şəkildə tanınmış dominantlığı, həmçinin bu gün bu proseslərin tamamilə fərqli maddi-texniki əsasda həyata keçirilməsidir. Bu verilənlər bazası müasir informasiya texnologiyalarına (İT) və nəqliyyatın inkişafına (qlobal konteyner daşınması və hava nəqliyyatı) əsaslanır.

Alternativ strategiyaların inkişaf etdirildiyi strateji kadrların idarə edilməsinin növbəti mərhələsi əksər hallarda firmalar tərəfindən nəzərə alınmır. Ancaq vahid bir strategiya seçiminin formalaşması ətraf mühit amilləri dəyişdikdə və strategiya variantının tez bir zamanda dəyişdirilməsinə ehtiyac yarandıqda təşkilatın mümkün fəaliyyət modellərinin çeşidini xeyli daraldır. Bu mərhələnin məqsədəuyğunluğu strateji hədəflərə çatmağın bir neçə yolu ola biləcəyi ilə əlaqədardır, üstəlik, bunlar bir-birlərindən bir sıra parametrlərdə fərqlənir:



Kadrların idarəedilməsi strategiyası üçün seçimlər tərtib edərkən əvvəlcə strateji təhlilin nəticələrindən kənarlaşdırmaq lazımdır (nəticələr alternativ seçimə “təzyiq göstərməsin”, yaradıcılığa mane olmur)

və sonra xarici və daxili mühitdəki tendensiyalarla bağlı proqnozları nəzərə alaraq strategiya portfelinin keyfiyyətcə təhlili aparılmalıdır. Təhlil meyarları alternativ variantların sayı, təklif olunan strategiyaların müstəqilliyi və strategiyaların qarşıya qoyulmuş məqsədlərə uyğunluğu, maliyyə mənbələri, əvvəlki strategiyalar üzrə öhdəliklər, kadr keyfiyyətləri, risk səviyyəsi, zaman amili ola bilər. Dublikat və ziddiyyətli strategiyalar düzəldildikdən, aradan qaldırıldıqdan sonra işçilər işçilərin idarə edilməsinin hər bir məqsədinin həyata keçirilməsi üçün bir sıra mümkün sahələrə sahibdirlər (Карташова, 2013).

Alternativ strategiyaların formalaşdırılmış portfeli müəyyən bir strategiya seçmək üçün daha da təhlil edilməlidir. Hal-hazırda, xüsusi strategiyaların seçilməsini asanlaşdırmaq üçün hazırlanmış çox sayda yanaşma mövcuddur.

Sonrakı, əsas meyarı strateji hədəflərə çatmağı təmin edən seçilmiş strategiyanı qiymətləndirmək lazımdır. Bundan əlavə, strategiyanın xarici və daxili mühitin tələblərinə uyğunluğu, strategiyaya daxil edilmiş riskin qəbul edilməsi nəzərə alınır.

Bundan sonra strategiyanın həyata keçirilməsi mexanizmləri hazırlanır. Strateji planların həyata keçirilməsinin təşkili ilə bağlı məsələlərə aşağıdakılar daxildir: lazımi kadr motivasiyasının formalaşdırılması daxil olmaqla, strategiyanın həyata keçirilməsi üçün texnologiyaların müəyyən edilməsi; Kadrların idarə olunması üzrə əməliyyat planlarında strateji planların dəqiqləşdirilməsi (proqramın hazırlanması, əlaqələndirilməsi və təsdiqlənməsi, şəbəkə cədvəli və strateji planların icrasının operogramları); uçotun təşkili və tamamlanmış planlara nəzarət.

Strateji kadr idarəçiliyinin növbəti mərhələsi, işçilərlə işləmə baxımından birləşdirilmiş bir sıra fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi yolu ilə strategiyanın birbaşa həyata keçirilməsi mərhələsidir. Strateji planın hazırlanmasında əsas məqsəd strateji tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan ehtiyat tələblərini müəyyən etmək, həmçinin müxtəlif fəaliyyət istiqamətləri və ya müəssisənin bölmələri arasında mövcud mənbələrin paylanmasını əlaqələndirmək, müddətləri təyin etmək və məsul işçiləri təyin etməkdir. Strateji planlaşdırma nəticəsində missiya, məqsədlər, kadr idarəetmə strategiyası, habelə onların həyata keçirilməsi üçün xüsusi taktiki tədbirlər müəyyənləşdirən sənəd və ya sənədlər toplusu əldə edilməlidir.

Sonda strategiyanın həyata keçirilməsinin nəticələri qiymətləndirilir. Geribildirim sisteminin köməyi ilə personalın idarəetmə fəaliyyətləri izlənilir, bu müddət ərzində əvvəlki və ya xarici mühitin əlavə təhlili əsasında düzəlişlər edilir. Nəzarətin əsas vəzifələri qərar və icranın vəhdətini təmin etmək, mümkün səhv və çatışmazlıqların qarşısını almaq, müəyyən bir istiqamətdən sapmaları vaxtında aşkar etmək və tapşırıqların vaxtında effektiv şəkildə əldə edilməsidir.

Kadr İdarəetmə Sistemində Müəssisələrin Rəqabət Qabiliyyəti

İnsan resursları çox xüsusi bir resurs növüdür; yanlış istifadə olunarsa, onda onların effektivliyi digər mənbələrdən daha sürətli düşür. Əksinə, bu cür ehtiyatlara hər hansı bir müəssisəyə investisiya qoymaq (ən çox kapital tələb edən hallar istisna olmaqla) pul, material və avadanlıq kimi mənbələrdən daha çox effekt verir.

Kadr idarəetmə sistemlərinin müxtəlifliyi hansı sistemin effektiv hesab olunduğunu sual altına qoyur. Elmi konsepsiyalara hazırda üç fərqli yanaşma mövcuddur.

Birinci yanaşma, səmərəliliyi qiymətləndirilən dövrdə müəssisənin işinin yekun nəticələri ilə təyin olunan ümumi ictimai işçi kimi müəssisənin bütün işçilərinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Göstəricilər olaraq əmtəələrin, satılanların, xalis məhsulların həcmlərindən, onların keyfiyyətindən, mənfəətindən, istehsal maya dəyərindən, gəlirlilikdən, gəlirdən, iqtisadi səmərəlilik əmsallarından, investisiyaların geri qaytarılma müddətindən, bir hissəyə dividenddən və s. istifadə edilməsi təklif olunur.

Bu yanaşmanın üstünlükləri var, çünki işçilərin həqiqətən səmərəli işi ilk növbədə bütövlükdə müəssisənin son nəticələri ilə müəyyən edilir. Ancaq bu yanaşma, hansı üsul və vasitə ilə son nəticələrin əldə edildiyini nəzərə almır.

Kadrların idarə olunması sisteminin səmərəliliyini qiymətləndirməyə ikinci yanaşma yaşayış əməyinin göstəriciləri və keyfiyyəti meyarlarına əsaslanır. Bu cür göstəricilərin rolu əmək məhsuldarlığı və onun dəyişikliklərinin dinamikası, əməyin ödənilməsinin maya dəyərində payı, istehsal standartlarının yerinə yetirilmə faizi, məhsulun mürəkkəbliyi, kapital-əmsal nisbəti, iş vaxtının itirilməsi, əməyin keyfiyyəti, işin mürəkkəbliyi amilləri, istehsalat xəsarətinin səviyyəsi və s.

Birinci yanaşma bütün işçiləri ümumi işçi cəminə birləşdirirsə, ikincisi qaçılmaz olaraq canlı əməyin məhsul və iş növləri ilə fərqlənməsini istifadə edir. Lakin bu yanaşma müəssisənin bazar komponentini nəzərə almır. Buna görə, bazar şəraitində yalnız əmək göstəriciləri kifayət deyil (Спивак, 2007:94).

Üçüncü yanaşmanın tərəfdarları, kadrlarla işləmə formaları və metodlarından asılı olaraq kadr idarəetmə sisteminin səmərəliliyini qiymətləndirməyi təklif edirlər. heyət işinin təşkilindən, onun motivasiyasından, komandadakı sosial və psixoloji mühitdən. Bu vəziyyətdə meyar göstəriciləri kadr quruluşu, ixtisas səviyyəsi, kadr dövriyyəsi, nizam-intizam, iş vaxtı fondundan istifadə, vahid iş yükü, bir işçinin maya dəyəri, sosial inkişaf planının icrası, komandadakı sosial və psixoloji iqlim və s.

Bu yanaşma digər ikisindən canlı əməklə müqayisədə daha böyük fərqləndirmə ilə fərqlənir. ifaçıların fərdi xüsusiyyətlərini və qruplarda uyğunluğunu nəzərə alaraq.

Müasir şəraitdə rəqabətqabiliyyətli məhsulların yaradılması yalnız yerli bazar daxilində yerli müəssisələrin fəaliyyətinin alternativi kimi görünür. Məhsulların yüksək rəqabət qabiliyyətinin əsas göstəricisi istehsal olunan məhsulların qiymətlərinin yüksək inkişaf etmiş ölkələrdə oxşar məhsulların qiymətinə bərabər olmasıdır.

Kadr idarəetmə sistemlərinin müəyyən edilmiş növlərinin müxtəlifliyi baxımından onların effektivliyini qiymətləndirməyə vahid yanaşma bütün sistemlər üçün ümumi olan parametrlərin mövcudluğunu ifadə etməlidir. Belə bir ümumi parametr müəssisənin hədəflərinin və kadr idarəetmə sisteminin üst-üstə düşməsidir. Kadrlar idarəetmə sistemi müəssisənin idarəetmə sisteminin tərkib hissəsidir. Onun səmərəliliyi nəticədə müəssisənin nəticəsi ilə müəyyən edilir.

Kadr idarəetmə sisteminin fəaliyyətinin nəticələrinin üç istiqamətdə nəzərdən keçirilməsi təklif olunur:

1. müəssisə məhsullarının rəqabət qabiliyyəti;
2. müəssisə təşkilatının rəqabət qabiliyyəti;
3. işçi qüvvəsinin rəqabət qabiliyyəti.

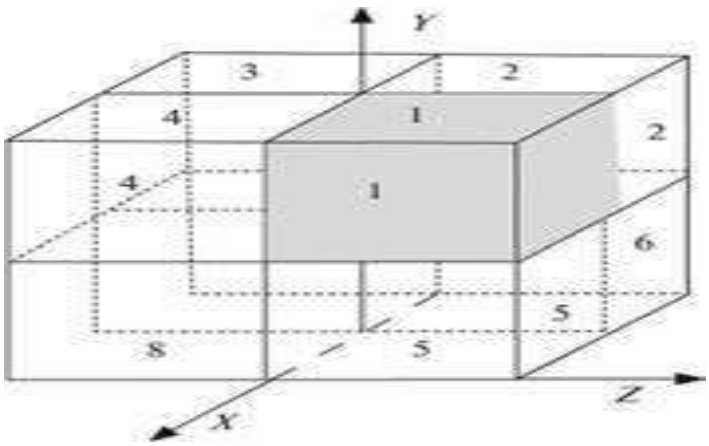
Kadr idarəetmə sisteminin səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün bu meyarlar istənilən növ, istənilən ölçüdə və mülkiyyət formasında olan bir müəssisə üçün universaldır (Карташова, 2013).

Mövcud metodların tətbiqi ilə bağlı müsbət təcrübədən istifadə edərək aşağıdakı qiymətləndirmə modelini qura bilərik. Müəssisə menecmentinin bir alt sistemi olaraq kadr idarəetmə sisteminin effektivliyi, müəssisənin uğur meyarında məlum metodlardan istifadə edilməsini təyin etmək məsləhətdir. Yaşayış əməyin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin özəl metodlarına gəldikdə, onlar ümumi qiymətləndirməyə əlavə olacaq və məhsulların, müəssisələrin və əməyin rəqabət qabiliyyətinin aşağı səviyyəsinin səbəblərini müəyyən edəcəkdir.

Kadrların idarə olunması sisteminin işləməsinin səmərəliliyinin qrafik şərhi məkanın ilk kvadratındakı bir küpdür, burada koordinat oxları məhsulların (X), müəssisənin özü (Y) və işçi qüvvəsi (Z) dinamikasının istiqamətlərinə uyğundur (bax Şəkil 1). Bütün digər müddəalar personalın idarəetmə sisteminin təsirsiz olduğunu göstərir və arzu olunan rəqabət səviyyəsindən uzaqlaşmağın səbəblərini ətraflı şəkildə nəzərdən keçirmək lazımdır. Təklif olunan yanaşma, "Resurslar - Hazır məhsullar (xərclər - məhsul)" prinsipi ilə müəssisələrin fəaliyyət modelindən “İnsanlar - Məqsədlər - İdarəetmə” modelinə keçid şəklində təqdim edilə bilər.

Məhsul xəttinin X- in sosial-iqtisadi Z ilə əlaqəsini daha ətraflı nəzərdən keçirək . Əgər hədəf kimi qoysaq, məhsulun keyfiyyəti (və keyfiyyəti) də daxil olmaqla bir çox parametrlərdən asılı olan təbii (şərti) vahidlərdə məhsulların həcminin, quruluşunun və marketinqinin rəqabət səviyyələrinə nail olmağı hədəfləyirik. istehsalın və innovasiyanın yararlılıq səviyyəsi), bu hədəflərə çatmaq iqtisadi sistemin quruluşu və subyektin obyektə təsir etmə bacarığı səviyyəsi ilə müəyyən ediləcəkdir. Buradakı obyektlər maddi və informasiya mənbələridir, subyekt bir şəxsdir - əmək yolu ilə reallaşdırılan əmək potensialı. İki istiqamət arasındakı qarşılıqlı əlaqə idarəetmədir.

Şəkil 1. Kadr idarəetmə sisteminin səmərəliliyinin qrafik şərhi



Mənbə: Тебекин А. В. (2014) Управление персоналом. М.: Юрайт, 182 стр.

Maliyyə vəziyyəti (Y oxu) , qarşı tərəflərin maraqlarının reallaşdırılmasına zəmanət verən etibarlılıq, işgüzar fəaliyyətlə ifadə olunan müəssisənin rəqabət qabiliyyətini xarakterizə edir. Y və Z oxlarının əlaqəsi pul idarəetmə baxımından resurs idarəçiliyini təmsil edir. Bu idarəetmənin məqsədləri dərc edilmiş maliyyə hesabatlarına görə qarşı tərəflər tərəfindən təhlil edilə bilən müəssisənin maliyyə

fəaliyyətinin rəqabət səviyyəsidir. Bu koordinatlarda maliyyə və informasiya mənbələri idarəetmə obyekti, şəxs isə subyektdir.

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Analiz

Müasir biznes təşkili modellərinin meydana çıxması və yerli və xarici şirkətlərdə tətbiq edilməsi həm təşkilatçılıq strategiyası, həm də kadr idarəetmə strategiyası mövzusunda elmi fikirlərin yenidən düşünülməsini tələb edir, strategiyanın inkişafına yeni yanaşmaların formalaşmasını və mütərəqqi təşkilati formaların inkişafında strateji kadrların idarəedilməsinin yeni konsepsiyalarının yaradılmasını zəruri edir.

Nəticə

Yekunda qeyd edə bilərik ki, müasir şərait baxımından insan resurslarının idarəetmə strategiyasının inkişafı və həyata keçirilməsinə dair elmi yanaşmalar ümumiləşdirilərək təsnifləşdirilmişdir. Dəyişən rəqabət mühitində personalın idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi və təşkilatın strateji hədəflərinə çatmaq yolu kimi başa düşülən "personalın idarə edilməsi strategiyası" anlayışı aydınlaşdırılır. Kadrların idarə edilməsi strategiyasını formalaşdırarkən nəzərə alınmalı olan prinsiplər tərtib edilmişdir.

Müəssisələr üçün insan resurslarının idarəetmə strategiyasını hazırlamaq üçün bir proses yanaşmasından istifadə etmək imkanı əsaslandırılmışdır. “İş prosesi” insan resurslarının idarə edilməsi strategiyasının inkişafı anlayışı tərtib edilir, onun mahiyyəti, quruluşu və tikinti mərhələlərinin təsviri açıqlanır.

Müəssisələrdə insan resurslarının idarəetmə strategiyasının həyata keçirilməsinin effektivliyini qiymətləndirmək üçün əsas fəaliyyət göstəricilərinin tərkibi müəyyən edilmişdir. Müəssisənin maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili, ekspert qiymətləndirmələri və müxtəlif analiz metodlarından istifadə etməklə "insan resurslarının idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması" iş prosesinin mərhələləri və ardıcıllığı daxil olmaqla bir proses yanaşmasına əsaslanan kadr idarəetmə strategiyasının formalaşdırılması ilə bağlı metodiki tövsiyələr hazırlanmışdır.

Ədəbiyyatlar

4. Bəkirli A. Ş., (2016) “İnsan resurslarının idarə edilməsi: nəzəriyyədən praktikaya”, Bakı, Elm və təhsil, 306 səh.
5. Əliyev T. Q., Əliyeva Ş. T., Əliyev R. T. (2012) “İnsan resurslarının idarə edilməsi”, Bakı, ADNA, 303 səh.

6. İsmayılzadə Ə. A. (2012) "İnsan resurslarının idarə edilməsi və sosial inkişafı" [monoqrafiya], Bakı, Gənclik, 471 səh.
7. Quliyev T. Ə., (2013) "İnsan resurslarının idarə edilməsi", Bakı, Nağıl evi, 827 səh.
8. Məcidbəyli R. (2013) "İnsan resurslarının idarə edilməsi", Bakı, Bilik, 111 s.
9. Баринов В.А. (2005) Стратегический менеджмент. - М.: ИНФРА-М, 236 стр.
10. Беляцкий Н.П. (2008) Управление персоналом: Учеб. пособие/ Н.П. Беляцкий, СЕ. Велесько, П. Ройш. - Минск: ООО "Интерпрессервис": УП "Экоперспектива", 129 стр.
11. Веснин В.Р. (2008) Практический менеджмент персонала. - М.: Юристь, 495 стр.
12. Егоршин А.П. (2008) Основы управления персоналом: Учебное пособие для вузов. - М.: ИНФРА-М, 352 стр.
13. Карташова Л. В. (2013) Управление человеческими ресурсами, Москва: ИНФРА-М, 234 стр.
14. Кибанов А.Я. (2002) Основы управления персоналом: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 280 стр.
15. Макарова И.К. (2008) Управление человеческими ресурсами в российских организациях - М., 324 стр.
16. Маслов В.И. (2004) Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. - М.: Финпресс, 287 стр.
17. Пугачев В.П. (2005) Руководство персоналом организации. - М.: Аспеут Пресс, 280 стр.
18. Соколова М.И. (2005) Управление человеческими ресурсами. - М.: Проспект, 238 стр.
19. Спивак В.А. (2007) Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие / В.А. Спивак. - М.: Эксмо, 624 стр
20. Тебекин А. В. (2014) Управление персоналом. М.: Юрайт, 182 стр. Тебекин А. В. (2014) Управление персоналом. М.: Юрайт, 182 стр.

Motivasiya Sisteminin Formalaşdırılmasına Təsir Edən Amillərin Kompleks Qiymətləndirilməsi

Günay Məmmədova

gunayymmemmedova@gmail.com

Xülasə

Müasir həyatın bugünkü şəraitində insanları idarəetmə sənəti sahibkarlıq uğurunun, sabitliyin və rəqabət qabiliyyətinin həlledici amilinə çevrilir. Müasir bir təşkilat bənzərsiz bir mexanizmdir, bazarda etibarlı və səmərəli fəaliyyət göstərməsi onun bütün elementləri və sistemlərinin işində əlaqələndirmədən asılıdır. İdarəetmə sahəsindəki mütəxəssislərin fikrincə, müasir bir təşkilatın səmərəliliyi əsasən işçilərin səriştəsi, işə həvəsləndirici münasibətləri ilə müəyyən edilir. Buna görə ötən əsrdə kadr psixologiyasına, idarəetmə elminin konsepsiyasının əhəmiyyətli bir hissəsi olan kadrların motivasiyası maraq bu qədər artdı. İşçinin motivasiya münasibətlərini, şirkətin şəxsi məqsəd və vəzifələrinə uyğun olaraq onları formalaşdırmaq və istiqamətləndirmək bacarığını bilmək müasir biznesdə ən vacib məsələdir. İşçilərin məhsuldarlığının artırılmasında müəssisənin hər bir üzvünün öz məqsədlərinə çatmasına təşviq edəcək effektiv fəaliyyət göstərən motivasiya və stimullaşdırma sistemi mühüm rol oynayır. Yaxşı inkişaf etmiş bir motivasiya sistemi işçilərin əmək potensialını aktivləşdirməyə, müəssisədəki iş keyfiyyətini və məmnuniyyətini artırmağa imkan verəcəkdir. Ancaq bu gün bu problemi həll etmək üçün vahid universal resept yoxdur. Nəzəri modellərin praktikada tətbiqi çətindir, çünki işçilər üçün həqiqətən effektiv motivasiya və təşviq sisteminin formalaşması və tətbiqi zamanı bir çox fərqli amillər nəzərə alınmalıdır. Bu məqalədə bir müəssisədə kadr motivasiya sisteminin formalaşmasına təsir edən amilləri sistemləşdirilir. Təşkilatdakı işçilərin motivasiya və stimullaşdırılmasına təsir edən amillər formalaşma və təsir səviyyəsinə, həmçinin məzmuna görə bölünür. Beləliklə, formalaşma səviyyəsinə görə üç səviyyə fərqlənir: dövlət, təşkilati və fərdi. Vurğulanan məzmun: şəxsi, iqtisadi, təşkilati və idarəetmə, peşə fəaliyyətinin amilləri və iş vəziyyətinin sosial xüsusiyyətləri. Faktorların keyfiyyət xarakteristikası verilir və əsas amillər kateqoriyasında alt növlər vurğulanır.

Açar sözlər: motivasiya, motivasiya sistemləri, insan resursları, stimullaşdırma, motivasiya iqlimi

Giriş

İşçilərin motivasiyası, onun davranışının birbaşa səbəbi olduğu üçün kadr idarəçiliyində mərkəzi yerlərdən birini tutur. Bildiyiniz kimi, işçilər təşkilatın həm yüksək nəticəsinə, həm də böyüməsinə fəal töhfə verə bilər və bu imkanları əhəmiyyətli dərəcədə məhdudlaşdıra bilər, şirkətin fəaliyyətinə laqeyd qala bilər, yeni proseslərə, adi iş ritmini pozan sistemlərə qarşı çıxa bilər. Yalnız öz işi ilə maraqlanan və bundan məmnun olan insan həqiqətən səmərəli işləyə bilər və təşkilat və cəmiyyətə fayda verə bilər. Buna görə rəhbərliyin əsas vəzifəsi cəlb etmək, işçiləri təşkilatın səmərəliliyini artırmaq üçün istiqamətləndirməkdir. Bu, motivasiya və stimullaşdırmanın idarəetmə fəaliyyətinin tərkib hissəsi olduğunu göstərir. Kadrların idarə edilməsi sisteminin fərdi, çevik olmasına, təşkilatın cari və strateji hədəflərinə çatmaq üçün həm menecerin, həm də bütün digər işçilərin şəxsi potensiallarını reallaşdırmasına imkan verir. Bu, əmək motivasiyasının yaxşı düşünülmüş sisteminin əsas vəzifəsidir.

Bununla birlikdə, tədqiqatların əksəriyyəti müəssisə rəhbərlərinə işçilər üçün motivasiya sisteminin formalaşmasına imkan verməyən motivasiyanın ümumi aspektlərinə həsr edilmişdir. Motivasiya və stimullaşdırma kimi bir fenomenin çoxölçülü xarakterini, müxtəlif formalaşma səviyyələrində motivasiyanı idarə etmək üçün işlənmiş mexanizmlərin çatışmazlığını nəzərə alaraq bu sahədə aparılan tədqiqatların tam olmaması haqqında danışa bilərik. Kadrların motivasiya və stimullaşdırma sisteminin formalaşmasına təsir edən amillərin daha dərin təhlili və nəzəri əsaslandırılmasına ehtiyac bu tədqiqatın məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirdi.

Əmək fəaliyyətinin motivasiyası müxtəlif amillər qruplarının əmək prosesində bir insana təsiri ilə müəyyən edilir. Bu amillər obyektiv və subyektiv xarakter daşıya bilər, maddi və qeyri-maddi ola bilər. Əmək fəaliyyətinin motivasiyasına təsir göstərən amillər daxili - şəxsi, işçinin özü ilə əlaqəli və idarəetmə subyekti, peşə qrupu, təşkilati mühit ilə əlaqəli xarici amillərə bölünür. İşçilərin əməyinin motivasiyası prosesindərəhbər mühüm rol oynayır. Müxtəlif səviyyəli menecerlər tabeçiliyində olanların ehtiyaclarını müəyyənləşdirə və bu ehtiyacları ödəmək üçün şərait yaratmağı bacarmalıdırlar. Eyni zamanda, rəhbərdən tam asılı olmayan amillər əmək fəaliyyətinin motivasiyasına təsir göstərir.

Faktor (amil) (lat. Factor – edən, istehsal edən) davam edən prosesin hərəkətverici qüvvəsi və ya zəruri şərtlərindən biri kimi şərh olunur.(Albayrak,2009: 12)

Əmək motivasiyasına təsir göstərən amillər şərti olaraq aşağıdakı qruplara bölünə bilər:

• iqtisadi - bunlar maddi ehtiyacların ödənilməsinə təsir edən amillərdir;

• sosial - sosial və mənəvi ehtiyacları təmin edən amillər;

• təşkilati - işin məzmununa, təşkilati quruluşa, idarəetmə tərzinə olan tələbatın ödənilməsi amilləri;

• şəxsi - müəyyən bir insana xas olan fərdi (şəxsi) və estetik ehtiyacları təmin edən amillər.

Motivasiyaya təsir edən iqtisadi amillər arasında aşağıdakılar var:

• əmək haqqının, mükafatların, nəticələrin və iş stajının uzunluğu ilə əlaqədar bonusların miqdarının dəyişməsi;

• təşkilatın mənfəətində iştirak etməklə ödənişlərdə dəyişiklik, tutulan vəzifədən, işçinin iş stajından, əmək göstəricilərindən asılı olaraq mənfəət payının nisbəti;

• nizamnamə kapitalında iştirak və dividendlərin alınması (güzəştli qiymətlərlə səhmlərin alınması, təşkilatın səhmlərinin pulsuz alınması);

• işlə dolayı əlaqəli fərdi xərcləri ödəmək, nəqliyyat xərcləri, mobil rabitə və s. ilə bağlı əlavə xərclər;

• səhiyyə proqramına vəsait ayrılması;

• qidalanmanın təşkili;

• işçilərin təlim xərclərini ödəmək;

• mənzil tikintisi, malların, xidmətlərin alınması üçün güzəştli kreditlər;

• işin nəticələri ilə əlaqədar digər müavinətlər və kompensasiyalar.

Motivasiyaya təsir göstərən sosial amillər arasında iki səviyyə fərqlənir: (Çayırağası, Özpolat, 2013:24)

1) təşkilatın daxili sosial mühitinin amilləri;

2) təşkilat daxilindəki sosial iqlimə və sosial münasibətlərə təsir edən ekoloji amillər.

Motivasiya üçün əhəmiyyətli olan daxili mühitin sosial amillərinə aşağıdakılar daxildir:

• təşkilatın imici;

• təşkilatın sosial infrastrukturunun vəziyyəti;

• işçilərin öz statuslarından məmnun olması;

• öz işinin əhəmiyyətini və faydalarını anlamaq;

• şəxsiyyətin inkişafı və təkmilləşdirilməsi imkanları;

• təşkilatdaxili sosial bərabərlik;

• bütün peşələr və işçi səviyyələri üçün təşkilat daxilində davamlı təhsil sisteminin və peşə təhsilinin əldə edilməsi.

Motivasiyanın formalaşmasına təsir edən xarici mühitin sosial amillər arasında aşağıdakılar var:

• təşkilatın yaşayış yerinin sosial infrastrukturunun vəziyyəti;

• boş vaxtdan tam istifadəni təmin etmək üçün vəsaitin olması;

• sosial müdafiəyə ehtiyacın ödənilməsi, xüsusən həyat keyfiyyətini təmin edən ehtiyacların ödənilməsi, sağlamlığı qorumaq xərclərinin bir hissəsini ödəmək.

Təşkilati amilləri şərti olaraq üç qrupa bölmək olar: peşəkar fəaliyyət amilləri, qrup və idarəetmə amilləri.

Şəxsi amillər insanın ehtiyacları ilə müəyyən edilir və həyatının bütün sahələrini əhatə edir:

• fərdin dəyəri və hədəf istiqaməti;

• bir insanın işləmək üçün fiziki qabiliyyəti;

• şəxsin zəhməti;

• şəxsin əmək davranışına təsir edən fərdi xüsusiyyətlər (ləyaqətlilik, bütövlük, məsuliyyət, dəqiqlik və s.);

• rahat və estetik iş şəraiti, iş yeri (işıqlandırma, otağın rəng sxemi və s.).

Əmək fəaliyyətinin motivasiyasına təsir göstərə biləcək mövcud amillər qruplarını, həmçinin işçilərin əmək davranışının fərdi motivlərini müəyyənləşdirmək bacarığını bilmək, kadr motivasiyasının ən səmərəli və az xərcli metodlarını seçməyə imkan verir.

Hal-hazırda ölkəmizdəki iqtisadi böhran, alıcılıq qabiliyyətinin kəskin azalması səbəbindən yerli müəssisələr satış həcmini əhəmiyyətli dərəcədə azaltdılar ki, bu da ciddi problemlərə səbəb olur: istehsal həcminin azalması, mənfəət həddinin azalması, işçilərin sayının azalması və əməkhaqqının azaldılması.

Cədvəl 1. 2018-ci ildə işçi qüvvəsinin hərəkəti

İl ərzində işə qəbul edilmiş işçilər	İl ərzində işdən çıxmış işçilər	o cümlədən:		
		işçilərin sayı və ya ştatları ixtisar edilməklə əlaqədar işdən çıxanlar	öz xahişi ilə işdən çıxanlar	digər səbəblərə görə
289245	237767	6874	171287	59606

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/labour/

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, 2018-ci il ərzində 289245 nəfər işə qəbul edilmiş, 237767 nəfər isə işdən çıxmışdır. Onlardan 171287 nəfər öz xahişi ilə, 6874 nəfər ixtisarla bağlı olaraq, 59606 nəfər isə digər səbəblərə görə işdən çıxmışdır.

Cədvəl 2. Respublikada müəyyən edilmiş minimum əməkhaqqının ölçüləri

	manat*
2017-ci il yanvarın 1-dən	116,0
2018-ci il yanvarın 1-dən	130,0
2019-cu il martin 1-dən	180,0
2019-cu il sentyabrın 1-dən	250,0

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/labour/

Cədvəl 2-dən məlum olur ki, son üç ildə minimum əmək haqqı iki dəfədən çox artmışdır. Belə ki, 2017-ci ilin yanvarında 116 manat olan əmək haqqı, 2019-cu ilin sentyabrın 1-dən 250 manat olmuşdur.

Hal-hazırda hər hansı bir müəssisədə kadr motivasiyasının yetərincə qurulmuş bir modeli əmək məhsuldarlığının, gəlir və qazancın artırılmasının ən təsirli yollarından biridir.

Müəssisənin işçiləri işlərinin nəticələri ilə maddi əmək haqqı arasında dəqiq bir əlaqə görməlidirlər. Müəssisə işçilərinin əmək haqlarında mütləq əməyin kollektiv və fərdi nəticələrindən asılı olacaq bir komponent olmalıdır.

Buna görə satış gəlirini və müvafiq olaraq xalis mənfəətin həcmini artırmaq üçün işçiləri (layihə menecerləri, satış menecerləri, satıcılar) şirkətə əlavə pul gətirməyə sövq etmək lazımdır. Bu vəziyyətdə, işçilərin motivasiyası və stimullaşdırılmasının ən uyğun tətbiqi birbaşa mövcud vəziyyətə tətbiq olunan yeni yanaşmaların hazırlanmasıdır.

Artıq "maddi" anlayışında bu təşviq xarakteri - müəssisənin insan resursları tərəfindən müəssisənin nəticələrinə fərdi və ya qrup töhfəsi üçün aldığı müxtəlif maddi nemətlər vasitəsilə motivasiya aydıngörünür. Yalnız birbaşa əmək fəaliyyətlərini deyil, yaradıcılıq fəaliyyətlərini və ya müəssisənin qayda və kodlarına riayət etməməyi də stimullaşdırmaq olar. Bundan əlavə, maddi həvəsləndirmə pul və ya qeyri-pul ola bilər.

Müəssisələrdə əməyin maddi pul motivasiyasının əsas forması əmək haqqıdır. Əmək haqqı nominal və real olaraq bölünür.

Nominal əmək haqqı əmək haqqı işçisinin əmək haqqını təmsil edir və əsas (əmək haqqı, bonus) və əlavə (bonuslar, müavinətlər, əlavə haqlar, kompensasiya) əmək haqlarını əhatə edir. Həqiqi əmək haqqı inflyasiyaya uyğun olaraq tarif dərəcələri (dövlət minimumu), kompensasiya ödənişləri və indeksasiya əlavə edilir.

Maddi pul motivasiyasının başqa bir forması bonuslardır. Bonuslar müəssisənin mənfəətindən alınan birdəfəlik ödənişlər kimi başa düşülür. Bonus təcrübəsi xaricdə yaygındır, lakin getdikcə çox sayda Azərbaycan şirkətləri bu təcrübəni tətbiq edir.

Mənfəət paylaşımı pul mükafatlarının növlərindən biridir, lakin birdəfəlik deyil. Həvəsləndirici fond müəyyən mənfəət payından formalaşır. Bir qayda olaraq bu təşviq forması idarəetmə işçilərinə şamil olunur.

İri səhmdar cəmiyyətləri nizamnamə kapitalında iştirak şəklində maddi pul təşviqi ilə xarakterizə olunur. Səhmlər pulsuz verilir və ya güzəştli qiymətlərlə satılır.

Bundan əlavə, ümumiyyətlə satış təşkilatlarının üzvlərinə tətbiq olunan və yeni bazarların axtarışını təşviq edən əlavə ödəmə planları mövcuddur. Bunlar arasında: hədiyyələr, iş xərclərini subsidiya etmək, şəxsi xərcləri (işlə əlaqəli) ödəmək. Xərclərin bu növü dolayıdır və vergi tutulmur, buna görə cəlbedici təşviq forması hesab olunur.

Maddi pul olmayan motivasiyaya daxildir: nəqliyyat xərclərinin ödənilməsi; əmanət fondlarının təşkili; müəssisənin istehsal etdiyi malların güzəştli satışı; təqaüd proqramlarına vəsait ayrılması; qidalanmanın təşkili; kadr hazırlığı proqramlarının təşkili xərclərini ödəmək; tibbi yardımın təşkili; mənzil proqramlarına vəsait ayrılması; işçilərin uşaqlarının təhsili ilə əlaqəli proqramlar; həyat sığortası; tibbi sığorta; pensiya fonduna ayırmalar.

Nəticə etibarilə müəssisədə istifadə olunan nağd ödənişlərin bütün növləri və maddi qeyri-pul həvəsləri iş üçün maddi motivasiya anlayışına daxil edilmişdir.

Motivasiyanın ən kiçik forması qeyri-maddi motivasiyadır. Bura, ilk növbədə, boş vaxtın stimullaşdırılması daxildir. Əlavə istirahət günləri, tətil, istirahət vaxtını seçmək imkanı, çevik bir cədvəlin təşkili, yüksək məhsuldarlıq səbəbindən iş gününün uzunluğunun azaldılması səbəbindən baş verir.

Həm də motivasiyanın qeyri-maddi formasına işdə yaradıcı ünsürlərin mövcudluğunu, idarəetmədə iştirak etmək imkanını, eyni mövqedə irəliləməyi, yaradıcı iş gəzintilərini nəzərdə tutan əmək və ya təşkilati stimul daxildir.

Qeyri-maddi motivasiyanın üçüncü forması məktubların, döş nişanlarının çatdırılması, fəxri lövhəyə yerləşdirilməsi və s. vasitəsi ilə ictimai tanınması ifadəsidir.

Halhazırda geniş yayılmışdır ki, maddi motivasiyanın miqdarı işə münasibətin və müəssisənin fəaliyyətinə şəxsi töhfənin tam əksidir, yəni maddi motivasiyanın digər formaları ilə birlikdə əmək haqqı nə qədər yüksək olarsa, fərdi əmək məhsuldarlığı da o qədər yüksəkdir.

İşçilərin maddi motivasiyasının üstünlüyü həmkarlar ittifaqlarının rolunu gücləndirir ki, bu da müqavilələr, tarif müqavilələri və kollektiv müqavilələr bağlamaqda çətinliklərə səbəb olur.

Bu və ya digər şəkildə, əmək bu gün əmək motivasiya sistemində mərkəzi rol oynayır. Əksər işçilər üçün bu əsas gəlir mənbəyidir və nəticədə işləmək və əmək nəticələrini artırmaq üçün ən əhəmiyyətli stimul kimi mövqeyi artacaqdır.

Ümumiyyətlə qəbul edilir ki, maddi və qeyri-maddi həvəsləndirmələrdə bir işçiyə təsir və rol dərəcəsi bərabərdir. Buna görə işçilərin motivasiyasını yaxşılaşdırmaq üçün bir sıra tədbirlər hazırlayarkən

menecer, əmək haqqının yalnız iqtisadi komponentinin işçilərin şüuruna təsir göstərməməsini nəzərə alaraq hər iki təşviq metoduna diqqət yetirməlidir. Vəziyyəti adi işlərin görülməsi daxil olmaqla, aşağı ixtisası olan bir işçi üçün maddi əmək haqqının kifayət qədər şərt olduğu fərziyyəti ədalətli ola bilər. Ancaq unutmamalıyıq ki, hər bir insan yüksək ixtisas tələb etməyən işləri görsə də, öz ehtiyac iyerarxiyasına malikdir. Pul stimulları bu ehtiyacları ödəmək üçün yeganə yoldan uzaqdır. Qiymətli bir işçini iş yerində saxlamaq kimi bir məqsədə çatmaqda bir şirkətə başqa bir təsir prinsipi, yəni qeyri-maddi təşviq kömək edə bilər, bu da işçilərin sədaqətini gücləndirməyə kömək edir. Şirkət üçün işçilərin öhdəliklərini düzgün qurmaq, özlərini qurmaq vacibdir, çünki əmək haqqı ilə bağlı hər hansı bir maliyyə probleminə rast gəlinsə, motivasiyası yalnız pulla dəstəklənən işçilər yeni bir iş tapmağa tələsəcəklər. Şirkət üçün vacib olan təkcə dəyərli insan kapitalının qorunub saxlanması deyil, həm də onların biznes tapşırıqlarını yerinə yetirmək motivasiyasıdır. Başqa sözlə, yalnız bir təşviq növündən istifadə edərək hədəflərinizə çatmaq olduqca çətindir. Bonuslar və əlavə ödəmələr sistemi ilə birlikdə maaş əlbətdə effektivdir, lakin bu, istənilən nəticəni əldə etmək üçün həmişə kifayət deyil.

İşçilərin əmək fəaliyyətinin təşkilində iştirakını təmin etmək üçün maddi amilləri qeyri-maddi təşviqlər tətbiq etməklə əlavə etmək mümkündür. Müasir dünyada işçilərin motivasiyası ilə məşğul olduqda, mənasız pul mükafatına düşməməsi vacibdir. Bacarıqlı bir lider, səmərəli məhsuldarlığın rahat bir mühit və iş şəraiti, mehriban bir kollektiv, işçi heyətinə sadiqliyi, səmimi qarşılıqlı dəstəyi, həvəs və öz işinə cəlb edilməsini tələb etdiyi aydın bir fikrə sahibdir.

Qeyri-maddi stimullar işçilərin loyallığını artırır və uzunmüddətli səmərəli istehsala kömək edir. Təşviq sisteminin qeyri-maddi komponentinin müxtəlif təzahür formaları vardır. Ümumiyyətlə, onları dörd qrupa bölmək olar.(Çiçek, 2005: 11)

1.Korporasiya mədəniyyəti

Şirkətin avtoritetini və nüfuzunu qorumaq. Yaxşı bir nüfuza sahib bir şirkətdə işlədikdə, işçi müəyyən dərəcədə onunla eyniləşdirir və qürur duyur. Şirkətin uğurları müəyyən dərəcədə şəxsi uğurlar, iş yerinə bağlılıq, iş yerində baş verən hər şeyə qarışmaq və öz növbəsində şirkətin özünün daha da inkişafına töhfə vermək kimi qiymətləndirilir. Korporativ mədəniyyət nəinki qarşıya qoyulan hədəflərə ortaq bir bağlılıq formalaşdırır, həm də müəssisədəki sosial sabitliyi gücləndirir; xüsusi münasibətlər sistemini formalaşdırır, tez-tez motivasiyanın güclü amilinə çevrilir (Çiçek, 2005: 13).

2. Özünü həyata keçirməyə kömək etmək.

Peşəkar müsabiqələr. Bir təşkilatda, qeyri-maddi motivasiya bəzən işçilər üçün yarışlar şəklində özünü göstərir, həm davamlı, həm də birdəfəlik ola bilər. Şirkətdə müxtəlif halların həlli, müəssisənin inkişafına yönəlmiş konkret göstəricilərə və müxtəlif vəzifələrə nail olmaq. Bu cür tədbirlərin təşkili, əksər hallarda fəaliyyətlərində universal keyfiyyət menecmenti sistemindən (TQM - Total Quality Management) istifadə edən təşkilatlarda həyata keçirilir. Bir qayda olaraq, müsabiqənin nəticələrinə əsasən iştirakçılar mükafatlarını alacaqlar, burada mükafatın ölçüsü və dəyəri işçinin tapşırıqları yerinə yetirməsində nə dərəcədə bilavasitə bağlıdır. Bir seçim olaraq, işçilərin nailiyyətləri, təşkilatda varsa, məlumat stendlərinə və ya şərəf lövhələrinə yerləşdirilir.

Staj toplama. Bu cür qeyri-maddi motivasiyadan istifadə edərkən rəhbər işçinin ən yüksək səviyyəli ehtiyaclarını, yəni nüfuz və mənəvi zövq əldə etmək ehtiyaclarını ödəməyə kömək edir. Staj toplama, ixtisaslarını, peşə qabiliyyətlərini artırmaq, bir şirkətdə mütəxəssis olaraq yerini və statusunu

göstərmək üçün bir şansdır. Staj toplamada iştirak edən insanlar üçün özünü dərk etmək və özünü inkişaf etdirmək vacibdir. Beləliklə, bu cür işlərdə sistematik şəkildə iştirak etmək, yeni bacarıqların yığılması və təcrübə toplama sayəsində işçinin özünəinam hissi artır. Bu da öz növbəsində iş sahəsində yeni zirvələrə, yəni karyera yüksəlişinə səbəb olur.

Mentorluq sistemi. Mentorluq sistemi əsasən təlim keçmiş, aktiv və yüksək ixtisaslı işçiləri həvəsləndirmək məqsədi daşıyır. Ölkəmizdə bu təcrübə xarici ölkələrdə olduğu kimi geniş yayılmayıb. Yəqin ki, mentorluğu əlavə bir yük kimi qiymətləndirən Azərbaycan insanının zehnidir. Lakin, bəzi şirkətlərdə bu təşviq hələ də istifadə olunur, çünki onun köməyi ilə işçinin əhəmiyyəti və şöbənin işinə verdiyi töhfə sabitlənir.

3. Mənəvi və psixoloji mühit

Əlverişli psixoloji iş şəraitinin yaradılması. Bu maddəni həyata keçirmək üçün menecer, uyğun bir cədvəl tərtib edərək müəyyən dərəcədə işçiyə uyğunlaşmalı olacaq.Bu, iş fasilələrinin olması və ya sadəcə işçinin şəraiti üçün çevik növbə cədvəli yaratmaqdır.

İşçi qüvvəsində əlverişli bir mühitin təmin edilməsi. Komandanın qurulması, işçi qrup daxilində əlaqələrin möhkəmləndirilməsi də lider tərəfindən edilə bilər. Lakin müasir həyatın tempi rəhbərlikdən vaxt tələb edən çox sayda hadisəni əhatə etdiyindən, belə bir proqramın hazırlanması ya xarici mütəxəssislərə - ixtisaslı iş təlimçilərinə həvalə edilir və ya kadrlar şöbəsi işçilərinin çiynində olur.

Təşkilatda əlverişli psixoloji iqlim yaratmaq üçün təsdiqləmə, işçi haqqında müsbət rəylər, qeyri-rəsmi söhbət; korporativ tədbirlər kimi müxtəlif metodlardan istifadə olunur. Bu da komandadakı insanları daha yaxşı tanımağa və bir-birlərinə güvən dərəcələrini artırmağa kömək edir, bu da öz növbəsində qrup işi istəyinə gətirib çıxarır.

4. İşin maraqlı məzmunu

İşçinin peşə sahəsindəki istəkləri və işin xüsusiyyətlərinə uyğunluğu. Səlahiyyət və vəzifələrin bölüşdürülməsi ilə məşğul olarkən, menecer işçinin seçimlərini, habelə bacarıqlarının səviyyəsini tam başa düşməli və nəzərə almalıdır. Bir işçinin bütün yaradıcılıq potensialını aktivləşdirmək üçün işin məzmununun darıxdırıcı olmaması, onun üçün maraqlı olması və fəaliyyət göstərişinin əlçatan və başa düşülən olması vacibdir.

Təşəbbüs üçün mükafat. Bu metod rəhbərlik tərəfindən işçi üzərində nəzarətin zəifləməsi ilə xarakterizə olunan çox hissədir. Mühüm məsələlərin müzakirəsində iştirak etmək, eləcə də təşkilatda perspektivli layihələrin hazırlanması işçiyə şirkət üçün vacib qərarların qəbul edilməsinə aid olmağı və ümumi işin bir hissəsini hiss etmək imkanı verir.

Beləliklə, son illərdə stimullaşdırmanın qeyri-maddi komponentinin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artdı və onu qiymətləndirmək çətindir. Əmək fəaliyyətinin əsasını müxtəlif motivlər təşkil edir, bu da qeyri-maddi stimullaşdırma metodlarını seçməyi çətinləşdirir. Hər bir işçi üçün qeyri-maddi metodlar fərdi olaraq seçilir, beləliklə motivasiya ən yüksək olduğu üçün işçinin maraqlarını və ehtiyaclarını nəzərə almaq lazımdır. Məsələn, belə bir vəziyyəti nəzərdən keçirək. Tutaq ki, bir işçi yüksək məsuliyyət və özünə hörmət hissi ilə yüksək bir mövqe tutur. Onun üçün əmək haqqı xüsusi səylər deyil, səylərini adekvat qiymətləndirməkdir. Daha yüksək maaşla daha yaxşı bir təklif aldıqdan sonra, bu səviyyəli mütəxəssis onu yaxşı qəbul edə və iş yerini dəyişdirə bilər, burada özünə perspektivləri görür.

Metod

Tədqiqat işində təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.Tədqiqatın obyekti insan resurslarıdır. Tədqiqatın aparılmasında yerli və xarici alimlərin əmək fəaliyyətinin motivasiyası sahəsindəki tədqiqatları təşkil etmişdir.

Analiz

Motivasiya sistemlərinin formalaşdırılmasına təsir edən amillərin öyrənilməsi aktuallığı müasir şəraitdə önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Bununla yanaşı, bu mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə perspektiv imkalara yol açacağı üçün tədqiqat önəmli xarakterə malikdir.

Nəticə

Beləliklə, nəzərdən keçirilən amillərin demək olar ki, hər hansı bir təşkilatda, müxtəlif dərəcələrdə və müxtəlif formalarda özünü büruzə verən kadrların motivasiya sisteminin formalaşmasına təsir göstərdiyini bildirmək olar. Hər bir işçi üçün hər amilin təsir dərəcəsi və əhəmiyyəti də fərqli ola bilər. Bəzi komponentlər bəzi hallarda heç bir stimullaşdırıcı təsir göstərməməyə qadirdir və bəzən zərər verə bilər, iş məmnuniyyətinin səviyyəsini və nəticədə işçinin motivasiya səviyyəsini azaldır. Buna görə mövcud vəziyyəti nəzərə alaraq hər bir konkret işçi üçün əməyin motivasiyasına amillərin təsirini öyrənmək və təhlil etmək lazımdır.

Bununla yanaşı, seçilmiş amillərin hər bir konkret təşkilat üzvlərinin əksəriyyəti üçün əhəmiyyət dərəcəsinə görə sıralanmasını təklif edən əməyin motivasiyası sistemində komanda üzvünün bütün ehtiyaclarını nəzərə almaq demək olar ki, mümkün deyildir.

Bu səbəbdən təşkilatda motivasiya sistemi qurularkən aşağıdakı fəaliyyətlər zəruridir:

1) şirkət rəhbəri tərəfindən strateji hədəflərinin dəqiq müəyyənləşdirilməsi;

2) dəyərlərin və normaların daxili sisteminin dəqiq tərifi;

3) işçilərlə işin bütün mərhələlərində müəyyən edilmiş korporativ dəyərlərin tətbiqi.

Heyətlə işləmək, yəni personal idarəetmə sistemi motivasiya sisteminin həyata keçirilməsi üçün əsasdır. Motivasiya sisteminin həyata keçirilməsi şirkətin inkişaf yolunu, inkişaf strategiyasını təyin etməklə başlayır. İnkişaf strategiyasına əsasən növbəti addım korporativ mədəniyyətin formalaşdırılmasıdır. Korporativ mədəniyyətin dəyərləri motivasiyanın subyektiv prosesinin bütün elementlərinə - işçilərin ehtiyaclarına, maraqlarına və dəyərlərinə təsir göstərir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Albayrak, M. H. (2009). İşletmelerde Etik Uygulamalar İle Çalışan Motivasyonu Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
2. Alsat, O. Ç. (2016). Çalışan motivasyonunu etkileyen faktörlerin iş tatminine etkisini belirlenmesine yönelik bir uygulama. Yayınlanmış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
3. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/
4. Варенов, А. В. (2017) “Мотивация персонала. Игра или работа” Москва, Речь, 160 с.
5. Coşkun S (2015). “Kamu hizmetleri motivasyonu kuramı: bir literatür taraması.” International Journal of Economic & Social Research, 11(1)

6. Çayırağası F, Özpolat A (2013). Özel Güvenlik Sektöründe Çalışanların Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu, İş Performans Düzeyleri ve Bir Uygulama. 3. Ulusal Özel Güvenlik Sempozyumu, 89-93, Gaziantep.
7. Çiçek D (2005). Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit edilerek İş Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
8. Erdoğan, O., Akduman, G. (2013). İnsan Kaynaklarında Yeni Bir Pozisyon Mutluluk Müdürü. Gazi Kitabevi. 1. Baskı.
9. Koçel, T. (2014). İsletme Yöneticiliği. Beta Yayıncılık,15. Baskı, İstanbul.
10. Koçel, T., (2006) İşletme Yöneticiliği, Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd.Şti. İstanbul 2005.

Heyətin İdarə Olunmasının Konseptual Aspektləri

Aynur Qasımova

aynur.qasimova.a@mail.ru

XÜLASƏ

Təşkilatın siyasəti dedikdə qaydalar sistemi başa düşülür ki, təşkilatda işləyən işçilər buna uyğun fəaliyyət göstərirlər. Müəssisənin siyasətinin strateji istiqamətləri içərisində onun kadr siyasəti ən əsas yer tutur. Burada heyətin rəhbərlik tərəfindən idarə edilməsində kadr siyasəti müəssisənin fəlsəfəsini və əsas prinsiplərini müəyyənləşdirir. Kadr siyasətinin əsas məqsədi fəaliyyət göstərən qanunvericiliyin və əmək bazarının vəziyyətinin tələbləri əsasında müəssisənin özünün tələbatına uyğun olaraq kadrların sayının və keyfiyyət tərkibinin təzələnməsi və saxlanması prosesinin optimal balansının təmin olunmasıdır. Dar mənada kadr siyasətində konkret qayda, istək və məhdudiyyət, əməkdaşlar arasında qarşılıqlı fəaliyyət kadrlarla bütövlükdə müəssisə arasındakı qarşılıqlı münasibətlər prosesində reallaşır. Bu mənada, məsələn bizim firmanın «Kadr siyasəti» ondan ibarət olur ki, işə yalnız ali təhsili olan işçiləri götürmək lazımdır. Bu arqumentdən konkret kadr məsələsi həll etdikdə istifadə oluna bilər. «Kadr siyasəti» termini geniş və dar mənada başa düşülə bilər. Geniş mənada kadr siyasəti dərk olunan və müəyyən mənada formalaşdırılan və qəbul edilən norma və qaydalar sistemidir. İnsan resurslarını firmanın uzunmüddətli strategiyasına uyğunlaşdırır.Əksər hallarda kadr siyasətinin geniş mənada başa düşülməsində hakimiyyət səlahiyyətlərinin və rəhbərin iş üslubunun həyata keçirilməsi xüsusiyyətlərinə diqqət yetirilməsi vacibdir. Bu da dolayı yolla müəssisənin fəlsəfəsində, kollektiv müqavilədə və müəssisə daxili qaydalarda öz əksini tapır. Buradan görünür ki, kadrlarla iş üzrə bütün tədbirlər-işçilərin seçilməsi, ştat cədvəlinin tərkibi, attestasiya, təhsilləndirmə, irəli çəkmək-əvvəlcədən planlaşdırılmaqla, müəssisənin cari vəzifələri və strateji məqsədi ilə əlaqələndirilə bilər.

Açar sözlər: kadr, təşkilat, siyasət.

Giriş

Kadr tədbirlərinin əsasını təşkil edən norma və qaydaların mənimsənilməsi səviyyəsi. Bu əsasa görə kadr siyasətinin aşağıdakı tiplərini göstərmək olar:

- passiv;
- reaktiv;
- preventiv;
- aktiv.

Kadr siyasətinin qruplaşdırılmasının ikinci əsasını heyətin tərkibinin formalaşdırılmasında xarici və ya daxili mənbələrə yönəldilməsi təşkil edir.

Bu əsas üzrə kadr siyasətinin iki tipini fərqləndirmək lazımdır:

- açıq kadr siyasəti;
- qapalı kadr siyasəti.

Kadrlarla aparılan işlər çatışmazlıqların aradan qaldırılmasından ibarət olur. Bu formada təşkil üçün aşağıdakılar xarakterikdir: kadr tələbatı üzrə proqnozun olması; heyətin və əməyin qiymətləndirilməsi vasitələrinin olmaması; bütövlükdə kadr situasiyalarının diaqnostikasının keçirilməməsi. Mübahisəli situasiyalarda rəhbərlik məcbur olur ki, buna təcili diqqət yetirsin və onu istənilən vasitə ilə ləğv etməyə çalışır. Əksər hallarda onun səbəbini başa düşməyə vaxt tapmır və onun mümkün nəticəsini görmür (Əhmədov V.Q 2000 s. 67-76).

Reaktiv kadr siyasəti zamanı müəssisənin rəhbərliyi kadrlarla iş üzrə çatışmazlıqların yaranmasının vəziyyətinə nəzarəti həyata keçirir (M. Əliyev, H. Həmidov 2002: s. 40-55).

Geniş mənada preventiv kadr siyasəti firmanın rəhbərliyinin situasiyanın inkişafının əsaslandırılmış proqnozu olduqda fəaliyyət göstərir. Bu zaman preventiv kadr siyasəti mövcud olan təşkilatın fəaliyyət göstərən situasiyaya təsiretmə vasitəsi olmur. Bu müəssisələrin kadr xidməti, heyətin diaqnostikası vasitəsinə və ortatəcili dövrdə kadr situasiyasının proqnozlaşdırılması metodikasına malik olur. Təşkilatın inkişaf proqramı qısatəcili və ortatəcili dövrdə müəssisənin kəmiyyət və keyfiyyət cəhətdən kadrlara tələbatın proqnozuna əsaslanır. Burada eyni zamanda kadrların inkişafı üzrə vəzifələr də nəzərə alınır. Bu müəssisələrin əsas problemi məqsədli kadr proqramının işlənib hazırlanmasıdır.

Müəssisələrdə rəhbərlik proqnozla yanaşı situasiyaya təsiretmə vasitəsinə malik olduqda, kadr xidməti məqsədli kadr proqramı hazırlamaq qabiliyyətinə malik olduqda, situasiya üzrə daimi monitorinq keçirmək və proqramın icrasını daxili və xarici amillərin təsiri ilə dəqiqləşdirməyi həyata keçirirsə bu aktiv kadr siyasəti adlanır.

Qapalı kadr siyasətində müəssisədəki boş vəzifələrə yalnız müəssisənin öz əməkdaşları götürülür. Bu zaman aşağı idarəetmə səviyyəsi üzrə vəzifələrə kənardan yeni işçilər götürülə bilər. Dövlət kadr siyasəti adından bəlli olduğu kimi daha çox makroiqtisadi səciyyə daşıyır. Bəzi ədəbiyyatlarda bu, əmək ehtiyatlarının idarə edilməsi və ya davamlı insan inkişafı siyasəti, konsepsiyası və yaxud proqramı adlandırılır. Əlbəttə, kadr siyasəti heyətin idarə edilməsinin tərkib hissəsidir və həm də bu işləyən adamların, personalın idarə edilməsi ilə daha çox əlaqədardır. Görünür, bunu nəzərə alaraq bəzi iqtisadçılar, o cümlədən A.Kibanov haqlı olaraq bu sahədəki siyasəti "əmək ehtiyatları sahəsində dövlət kadr siyasəti'' adlandırır. Dövlət kadr siyasəti bir qayda olaraq aşağıdakıları əhatə edir:

1. Dövlət demoqrafik siyasəti
2. Dövlət məşğulluq siyasəti
3. Təhsil sahəsində dövlət kadr siyasəti
4. Mədəniyyət sahəsində dövlət kadr siyasəti
5. Heyətin idarə edilməsi üzrə dövlət kadr siyasəti (T.Q.Əliyev, Ş.T.Əliyeva, R.T.Əliyev 2012: s.76-78).

Yuxarıda göstərilənlər bir-birilə sıx əlaqədardır. Lakin axırıncı insan resurslarının idarə edilməsi məsələləri demoqrafik siyasətdən daha çox koorporativ idarəetmə sistemi ilə bağlıdır. Ona görə ki, insan resurslarının idarə edilməsi üstün olaraq konkret istehsal və qeyri-istehsal sahələri, məşğulluq sferaları ilə şərtləşir. Bu səbəbdən də aşağıdakı təsnifatlar mövcuddur:

1. Sənaye sahibkarlığı heyəti;
2. Kommersiya sahibkarlıq heyəti;
3. Aqrar sahibkarlıq heyəti;
4. Bank fəaliyyətinin heyəti;
5. Elm, təhsil, mədəniyyət və s. sferalarda biznes fəaliyyətinin heyəti və bu heyətin idarə edilməsi xüsusiyyətləri və texnologiyası.

Koorporativ səviyyəli kadr siyasəti daha çox heyətlə aparılan müvafiq işlər, kadr planlaşdırılması, işə qəbulu, hazırlığı, təlimi, stimullaşdırılması və s. ilə əlaqədardır. Əlbəttə, bu qaydalı təsnifata heç də forma qaydasında yanaşmaq olmaz. Məsələn, bizcə kadrlar üzrə konseptual məsələlər dördüncü mərhələdə deyil, birinci mərhələdə nəzərdən keçirilməlidir. Koorporativ çərçivədə kadr siyasəti yalnız

bütövlükdə deyil, həm də onun kompleks funksional yarım sistemləri, bölmələri, istehsal və qeyri-istehsal, xidmət sferaları üzrə də fərqli qaydada həyata keçirilməlidir. Bütün sfera və kompleks yarım sistemlərdə kadr siyasətində hamı tərəfindən qəbul edilən aşağıdakı prinsiplər nəzərə alınmalıdır:

Fərdi və koorporativ maraqların uyğunluğu prinsipi;

1. Vəzifələrin, iş yerlərinin heyətin imkanına, tapşırığın həcminə, məsuliyyətinə uyğunluğu;
2. Peşəkar komponentlik (biliyin, təcrübənin tutduğu vəzifəyə qoyulan tələblərə cavab verməsi);
3. Rəqabət prinsipi (namizədlərin bu əsasda seçilməsi);
4. Rotatsiya prinsipi (tutulmuş vəzifələrin ardıcıl olaraq üfüqi və şaquli qaydada dəyişilməsi);
5. İşçinin fərdi keyfiyyəti və imkanlarının mütəmadi olaraq qiymətləndirilməsi;
6. Qiymətləndirmə meyarlarının düzgün seçilməsi;
7. Heyətin qiymətləndirilməsi və attestasiyasının düzgün əlaqələndirilməsi;
8. Heyətin strateji idarə edilməsi ilə təşkilatın strateji idarə edilməsinin əlaqələndirilməsi və s.

Metod

Müasir dövrdə müəssisələrin yerləşdiyi rəqabət şəraiti performansların yüksək performansla dəyişdirilməsini zəruri edir. Gələcək üçün yeni məhsulların yaradılması, yeni texnologiya ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək və tətbiq etmək, məhsulların marketinqində yeni üsullar yaratmaq və həyata keçirmək üçün maliyə resurslarını tapmaq və istifadə etmək hər bir müəssisə üçün vacib məsələlərdəndir. Bütün bu funksiyalar insan resursları tərəfindən həyata keçirilir.

Çox sayda insan fəaliyyət sahəsinə və ölçüsünə görə müxtəlif vəzifələrdə çalışır. İnsan resurslarının idarəçiliyindən, səviyyəsindən və mövqeliyindən asılı olmayaraq, işçilər işə qəbuldan pensiyaya qədər hər mərhələdə mühüm funksiyaları yerinə yetirirlər və effektiv və səmərəli şəkildə işləmək üçün üsul və metodları göstərirlər. Bu vəzifəni yerinə yetirərkən insan resurslarının idarə edilməsi prinsip olaraq iki məqsədi daşıyır:

1. İşçilərin səmərəliliyini və müəssisəyə verdikləri töhfəni maksimum dərəcədə artırmaq üçün işçilərin bacarıqlarından rasional şəkildə istifadə etmək.
2. İşçilərin məmnuniyyətini təmin etmək.

Müasir dövrdə insan resurslarının idarə olunması hər bir müəssisənin, təşkilatın və firmanın məqsədlərinə nail olmasında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İnsan resurslarının idarə edilməsi termini XX əsrin sonlarında geniş istifadə edilmişdir. Bu müddətə qədər bu idarəetmə sahəsi personal idarəetməsi kimi tanınırdı.

İngilis dilində “human resource” ifadəsindən olan, insan resursları anlamını ifadə edən HR anlayışı ilk dəfə XIX əsrin sonlarında Amerikalı iqtisadçı J. Commons tərəfindən işlədilmişdir. John Commons 1893-cü ildə yazdığı “Sərvətlərin bölüşdürülməsi” (Distribution of Wealth) kitabında “human resource” ifadəsini işlətmiş, lakin bu ifadəni elmi əsaslandırmamışdır.

XX əsrdə yaşamış Amerika Yale Universitetinin professoru Edward Wight Bakke “human resource” ifadəsini müasir anlamda məqalə və kitablarında əks etdirmişdir.

Hər bir təşkilat və müəssisə istehsal və xidmət sahəsində qarşı qoyulmuş hədəflərə nail olmaq üçün əsas resurslardan biri olan insan resurslarından istifadə edir. İnsan resursları istehsal prossesinin ayrılmaz parçasıdır və bu anlayış təşkilatın, müəssisənin həm daxili, həm də xarici mühitində yararlana biləcəyi potensial insanları, rəhbər şəxslərdən ən aşağı vəzifədə çalışan işçiləri ifadə edir (T.Q.Əliyev,

Ş.T.Əliyeva, R.T.Əliyev 2012: s.76-78).

İnsan resursları idarə edilməsinin meydana gəlməsi prosesinin dörd mərhələdən keçdiyini söyləmək mümkündür:

1. Taylorizm və Fayolizm kimi xarakterizə olunan ənənəvi nəzəriyyələrə əsaslanan elmi idarəetmə mərhələsi
2. İşçilərin əmtəə olaraq yox, insan kimi qəbul edildiyi insani münasibətlər mərhələsi
3. Müəssisə və işçilər arasında əmək münasibətlərinə əsaslanan, bütün işçilərin personal müəyyənləşdirilməsində iştirak etdiyi kadrların idarə edilməsi mərhələsi
4. İdarəetmə sahələrindəki baş verən dəyişikliklərdən sonra müəssisələrdə insan resurslarının strateji güc kimi ortaya çıxması və insan resurslarının idarəsində kadrların idarə edilməsi siyasətinin kifayət etməməsi ilə insan resursları idarə edilməsinin yaranması mərhələsi

İnsan resurslarının idarə olunmasının təkamülü personal idarə etməsi də daxil olmaqla böyük bir tarixi təkamül mərhələsindən keçmişdir.

XIX əsrin sonlarında kapitalizmin inkişaf etdiyi ABŞ və Avropanın bir sıra ölkələrində iş yerlərində "işçilərin sosial təminatı üzrə məsul şəxs (welfare officers)" vəzifəsi formalaşmağa başladı. İşçi heyətin idarə olunması üçün yaradılmış bu vəzifəyə ilk öncə qadınlar təyin olunurdu və əsasən, uşaq və qadın əməyinin qorunmasını işinə nəzarət edirdilər.

"İşçilərin sosial təminatı üzrə məsul şəxs (welfare officers)" vəzifəsi müxtəlif mənbələrdə "sənaye yaxşılaşdırma aləti" olaraq adlandırılır və əmək hərəkatının inkişafının nəticəsi kimi qiymətləndirilir.

Birinci Dünya Müharibəsi zamanı müharibədə iştirak edən kişilərin sayının artması müəsisələrdə iş yükünün çoxalmasına səbəb olurdu. Bu zaman baş verən demoqrafik dəyişikliklər personal idarə etməsində kişi əməyinin qadın əməyi ilə əvəzlənməsi ilə nəticələnmişdi. Mütəxəsislərin və ixtisaslı ustaların əməyinin ixtisassız qadın əməyi ilə əvəzlənməsi, aşağı keyfiyyətli işçilər bu dövrün əsas problemi hesab olunur. Ağır iş rejimi olan işlərdə kişilərin müharibədə həlak olması nəticəsində qadın əməyi tətbiq olunur, bu da işçilərin faydalı iş əmsalının azalması ilə nəticələnirdi. İş yükünün çoxluğu və işçi sayının az olması, bir qadının bir neçə işçinin vəzifəsini icra etməsinə zərurət yaradırdı.

Birinci Dünya Müharibəsindən əvvəl işçi qüvvəsinin bol və çox ucuz olması personal idarə etməsinə pul xərcləmələri və investisiya yatırımları edilməsinin qarşısını alırdı. ABŞ-ın rəsmən müharibəyə qoşulması 4 milyondan çox insanın orduya cəlb olunması və Amerikaya immiqrant axınının kəsilməsi ilə nəticələndi. Əməyinin dəyəri real dəyərindən dəfələrlə aşağı olan işçilər ağır iş şəraiti və aşağı maaş olmasına görə təşkilatlandılar və ucuz işçi qüvvəsi erası sona çatdı.

XX əsrin 20-30-cu illərində ixtisaslaşmış iri sənaye müəssisələrində yeni vəzifə, əmək meneceri vəzifəsi yaranmağa başladı. Əmək meneceri həmçinin iş meneceri adlandırılırdı. Əmək menecerləri müəssisələrdə ödənişlərin, bonusların hesablanması, uçotun hazırlanması, işçilərin işi buraxmasına nəzarət və işçilərin işdən azad edilmələrinin təşkili işlərini həyata keçirirdilər. Bu dövrdə, həmçinin XX əsrin 40-cı illərində belə əmək meneceri vəzifəsinin mövcud olmasına baxmayaraq, əmək menecerləri yalnız sənədləşdirmə işlərinin icra edilməsində iştirak edir, praktiki elmi tətbiqetmə işlərindən kənarda qalırdılar.İkinci Dünya Müharibəsi illərində əmək münasibətlərində yeni bir təcrübə sübuta yetirildi və əməyin idarə olunmasının müəssisənin istehsal gücünə və faydalı iş əmsalına müsbət təsir göstərməsi işəgötürənlər üçün faktiki nümunə oldu. Artıq XX əsrin 40-cı illərinn sonunda

"Personalın idarə edilməsi" termini ön plana keçdi, işçilərin sosial təminatı üzrə məsul şəxs vəzifəsi arxaikləşdi və bu vəzifəni müəssisələrdə əmək menecerləri və personal menecerlər əvəz etməyə başladı.

XX əsrin 60-cı illərində Britaniyada Həmkarlar İttifaqları və İşəgötürənlər Assosasiyası üzrə Krallıq Komissiyanın yaradılması əməyin idarə olunmasının inkişafına müsbət təsir göstərən amillərdən idi. Krallıq Komissiyası bəzən komissiya sədri Lord Donovanın adı ilə əlaqədar olaraq Donovan Komissiyası adlandırılırdı. Bu komissiya işçilər, menecerlər və işəgötürənlər arasında olan münasibətlərin araşdırılması, işçilərin sosial, iqtisadi rifahının yüksəldilməsi ilə bağlı hesabatların və təkliflərin hazırlanması işlərini icra edirdi. Qeyd etmək lazımdır ki, Donovan Komissiyası əmək münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi üçün Britaniyada yaradılmış və fəaliyyət göstərən beşinci komissiya idi. 1968-ci ildə komissiyanın yekun hesabatında personal menecerlər və işəgötürənlər kəskin tənqidə məruz qaldı, komissiya sənaye istehsal münasibətlərinin və strategiyalarının düzgün qurulmaması, işçilərlə düzgün danışıqların aparılması bacarıqlarının zəif olması haqqında rəy bildirdi. Komissiya sədri Lord Donovan qeyd edirdi ki, mövcud çatışmazlıqların yaranması işəgötürənlərin personal idarə etməsinə yetərincə önəm verməməsinin nəticəsidir. Krallıq Komissiyasının yekun hesabatı Britaniyada, həmçinin digər Avropa ölkələrində əməyin idarəedilməsinin inkişafına şərait yaratdı, nəticədə personal idarə etməsində ixtisaslı kadrların yetişdirilməsi üzrə tədbirlər görülməyə başlanıldı.

Personal idarə etməsinin inkişafı XX əsrin 60-70-ci illərinə təsadüf edir. Belə ki, bu dövrdə artıq personal idarə etməsində yeni və müxtəlif strategiyalar, texniki göstərişlər geniş tətbiqinə başlanıldı. Eyni zamanda işə qəbul prosesində testlərin tətbiq olunması, sistemli motivasiya sistemlərinin qurulması və idarəetmə sahəsində çoxsaylı təlimlərin həyata keçirilməsi personal idarə etməsinin inkişafını sürətləndirirdi. Qeyd edək ki, XX əsrin 60-70-ci illərində bəzi ölkələrdə əmək münasibətlərinin intensiv inkişafının nəticəsi olaraq işçilərin hüquqları ilə bağlı qanunvericilik aktlarının qəbulu və tətbiqi prosesi həyata keçirilirdi.

İnsan resurslarının idarə edilməsinin yüksəliş dövrü və praktik olaraq tətbiqi 1980-ci illərə təsadüf edir. Amerikada Avropaya nisbətən HRM termini daha erkən formalaşdı, Yale Universiteti və digər Amerika Universitetlərində insan resurslarının idarə olunması nəzəriyyələri hazırlanmışdır. XX əsrin 80-ci illərindən etibarən Amerika tərəfindən hazırlanmış HRM nəzəriyyələri Avropa ölkələrinə geniş şəkildə tətbiq olunurdu.

Yaponiyanın Amerika və Britaniya ilə müqayisədə rəqabət üstünlüyü əldə etməsi burada insan resurslarının idarə olunması istiqamətində inkişaf və tədbirlər görülməsi ilə nəticələndi. Rəqabət mühitində ənənəvi iqtisadi metodlar öz əhəmiyyətini itirmiş, beynəlxalq bazara inteqrasiya həm iqtisadi, həm də biznes münasibətlərində insan resurslarının önəmli hala gəlməsinə səbəb olmuş və insan resurslarının stratejik baxımdan istifadə olunması ilə nəticələnmişdir. Artıq ixtisaslı insan resursları menecerləri inkişaf etmiş, açıq müəssisələrə rəylər bildirməyə başlamışdı.İnsan resurslarının idarə edilməsi anlayışı meydana gəldiyi ilk dövrlərdə xüsusi bir mənə kəsb etmədən, yalnız heyətin idarə olunması anlamını ifadə edirdi. Müasir dövrün tələbləri ilə uzlaşmayan kadr menecmenti yalnız işçilər haqqında rəsmi prosedurları həyat keçirir, işçilərin əmək haqqı, əlavə ödəmələr, sığorta tutulmaları, icazələrin verilməsi, işə davamiyyətsizlik və gecikmə halları ilə bağlı qeydiyyat aparırdı. Bu səbəbdən mövcud problemlərdən biri də kadr siyasətinin qurulması idi. Ənənəvi kadr mencmenti

artıq işçilərin idarə edilməsi prosesində yaranan problemlərin həllində kiyafət etmirdi və nəticə olaraq, kadr menecmentinin insan resurslarının idarə edilməsinə keçid prosesi həyata keçirildi. Keçid prosesi müəssisələrin ölçülərindən asılı olaraq müəyyən çətinliklərlə üzləşirdi. Belə ki iri müəssisələrdə keçid prosesinin uğurla həyata keçirilməsinə baxmayaraq, kiçik və orta müəssisələrdə keçid prosesinə uyğunlaşma müəyyən zaman daxilində baş verirdi. Xüsusi ilə işçilərin təlim prosesi, təkmilləşdirilməsi və digər insan resurslarının idarə edilməsi ilə bağlı funksiyaların yerləşdirilməsi ailə müəssisələrində keçid prosesinin tamamlanmasında çətinliklər yaradırdı. İri müəssisələrdə kadr menecmentinin insan resurslarının idarə edilməsi ilə əvəz olunmasının keçid prosesində praktiki olaraq müşahidə olunmasına baxmayaraq, kiçik və orta müəssisələrdə keçid prosesi praktiki olaraq həyata keçmir, yalnız bu dəyişikliklər görünüşdə qalırdı.

İnsan resurslarının idarə edilməsi kadr menecmentindən fərqli olaraq müəssisədə insan resurslarının potensialının tam mənimsənilməsi məqsədi daşıyır. Müəssisənin maraqları ilə yanaşı fərdi maraqları da özündə əks etdirən insan resurslarının idarə olunmasında qarşıya qoyulmuş məqsəd işçilərin psixoloji, fiziki və sosialoji tələblərinin ödənilməsindən, səmərəliliyin ən yüksək səviyyədə inkişaf etdirilməsindən ibarətdir.

Analiz

Bazar iqtisadi modeli (BİM) bütün məcmuu işçilərin, o cümlədən də mütəxəssislərin real potensialının aşkara çıxarılması və konkret əmək fəaliyyətində realizasiya olunması, konkret işdə öz təsdiqini tapması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu o deməkdir ki, kadr siyasəti müəyyən elmi prinsiplərə, metodlara, yanaşmalara əsaslanmalıdır. Bəzi müəlliflər tərəfindən problem “kadr kapitalı", “kadrologiya” anlayışı kimi əlaqələndirilir. Doğrudan da, dövlət kadr siyasəti geniş əhatəli, ponaramalıdır. Lakin bir çox hallarda kadr probleminə primitiv qaydada yanaşılır - sadəcə ərizə vermək ilə işə düzəlmək.

Kadr siyasəti sözün geniş mənasında aşağıdakı problemləri əhatə edir:

1. kadr siyasətinin elmi-metodoloji əsasları və məzmunu;
2. firma və şirkətlərin, təşkilatların, dövlət orqanları aparatının kadr potensialı;
3. hakimiyyət və kadr əlaqələri, münasibətləri;
4. kadr siyasətinin məqsədi və fəlsəfəsi;
5. ayrı-ayrı firma və şirkətlərin, dövlət orqanlarının və təşkilatların kadr təminatı;
6. idarəçilik kadrları, dövlət və qeyri-dövlət qulluqçuları problemi;
7. kadrların hazırlığı və ixtisasın artırılması, kadr potensialının inkişafı problemi;
8. kadrların işə qəbulu və işdən azad edilməsi;
9. kadrlardan səmərəli istifadə edilməsi;
10. kadr siyasətində neqativ halların (yerlibazlıq, proteksanizm və s.) aradan qaldırılması problemi;
11. kadr siyasətində müsbət meyllərin, innovasiyalı halların gücləndirilməsi, bir sözlə, kadr siyasətinin modernləşməsi;
12. kadr problemi üzrə prioritet işin, proqramların işlənib hazırlanması, dövlət və kooperativ idarə etmənin düzgün əlaqələndirilməsi, bu sferalarda mövcud olan (potensial və aşkar) paradoksal halların, dilemmalı situasiyaların, bir-birini inkar edən “standartların" aradan qaldırılması;
13. kadrlarla aparılan iş və onun təşkili;
14. kadrların fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və stimullaşdırılması.

Göründüyü kimi, kadr problemi bir-birilə əlaqəli olan (birbaşa və dolayısı yolla) elmi, funksional-idarəçilik kadrların hazırlığı, yerləşdirilməsi kimi iqtisadiyyat üçün, bütövlükdə dövlət üçün ən vacib olan problemləri əhatə edir. Görünür, bu səbəbdən bəzi dövlət başçıları, liderlər kadr siyasətini nəinki ölkənin əsas mərkəzi problemi, hətta "mütləq milli prioriteti" adlandırırlar. Doğrudan da, keyfiyyətli kadr potensialı olmadan, onların yüksək peşəkar, intellektual səviyyəsi olmadan istər lokal, istərsə də milli və qlobal səviyyələrdə, hətta ayrı- ayrı problemlər üzrə önəmli qərarlar qəbul etmək, ardıcıl stabilliyi təmin etmək mümkün deyildir. Təəssüf ki, texnika və texnologiya, hər hansı bir məhsulun istehsalı üzrə mövcud olan rəqabətlilik prinsipi mütləq tətbiqi idarəçilik sferasında özünü tam dolğunluğu ilə göstərə bilmir. Bu özünü nəticə etibarilə bütün sferalarda bu və ya digər formada göstərir. Ona görə də nəinki dövlət xidməti, həm də başqa sferalarda - kadr problemi ilə şərtləşən bir sıra neqativ hallar özünü göstərir. Bir çox müəlliflərdən fərqli olaraq biz burada, kadr məsələsində heç də avtoritar seçim qaydasını inkar etmirik. Əgər reallıq bunu tələb edərsə, həm avtoritar və həm də demokratik kadr siyasətinə, metodlarına əsaslanmaq olar. Çünki normal məqsəd aydınlığı, şəffaflıq olduğu bir şəraitdə yaxşı qabiliyyətli insanları yenə də seçmə, irəli çəkmək olar, peşəkarlıq standartlarını nəzərə almaq olar. Son vaxtlar belə bir fikir formalaşmışdır ki, hər bir vəzifəli işçi öz komandasını formalaşdırmalıdır. Prinsip etibarilə bununla razılaşmaq olar. Bu şərtlə ki, komanda üzvləri yüksək intellektual bacarığa və əqidəyə malik olsunlar. Bu tələb yalnız idman (futbol və yaxud hərbi komanda) və hərbidə deyil, vəzifə sferasında da nəzərə alınmalıdır. Əks təqdirdə, futbolçu ya oyundan kənarlaşdırıla bilər, ya da oyunda qalarsa, rəqibinə deyək ki, 0:50 hesabı ilə uduza bilər, hərbi hissə isə tezliklə düşmənə asanlıqla müqavimət aparmadan təslim ola bilər və s. Ona görə də hər hansı bir komanda son vaxtlar özünü doğrultmayan top-menecerlər qaydasında işləməməlidir. Yeri gəlmişkən, ABŞ-da 2008-ci ildən başlanan qlobal maliyyə-iqtisadi böhranın səbəblərindən biri də top-menecerlərin fəaliyyətindəki nöqsanlarla, çatışmamazlıqlarla əlaqədar olmuşdur. Bu mənada kadr probleminə kadr siyasətinin deformasiyası deyil, onun inteqrasiyası, düzgün kadr təminatı, bu seçimdə münaqişələr, intriqalar yaratmaq deyil, effektli və uğurla həyata keçirilə bilən modernləşmiş bir siyasət formalaşdırmaq olar. Bunun üçün isə yüksək səviyyəli dövlətçilik və ümummilli təfəkkürə malik olmaq lazımdır (Patrick Merlevedes,2014: s. 100-120).

Nəticə

Sahibkarlığın inkişafı və müəssisələrin fəaliyyəti göstərir ki, şirkətlərin və ümumən Azərbaycan biznesinin rəqabətə davamlılığı həm də insan resurslarının səmərəli idarə edilməsindən çox asılıdır. Lakin müasir dövrdə bazar iqtisadiyyatının mövcudluğu, texnologiyanın sürətli inkişafı, insanların təfəkküründə dəyişməsi insan resursları sahəsində də müəyyən problemlər yaratmışdır. Bunlar insan resurslarının səmərəli idarə edilməsinə nail olmaq hədəfi qarşısında maneələr yaradır. Biz Azərbaycanda insan resurslarının idarə edilməsinin müasir problemlərini və həlli yollarını araşdırarakən aşağıdakı nəticələri əldə etdik:

1. Müasir dövrdə menecment – bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisənin idarə edilməsidir.Müasir menecment ayrı-ayrı sahələr və istiqamətlər üzrə (strateji menecment, istehsal menecmenti, insan resurslarının idarə edilməsi, marketinq menecmenti, maliyyə menecmenti, informasiya menecmenti və s.) formalaşmışdır.
2. İnsan resurslarının idarə edilməsi öz inkişafında müəyyən təkamül yolu keçmiş və bu təkamül yolunda mahiyyəti dəyişmiş, müxtəlif yanaşmalar və məktəblər formalaşmışdır.

3. İnsan resurslarının idarə edilməsinin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq məktəblər tərəfindən yaradılan və ya sistemləşdirilən bütün prinsiplər, metodlar, funksiyalar, üslublar insan resurslarının idarə edilməsində yerinə və vacibliyinə görə eyni zamanda tətbiq olunmalıdırlar. Əks halda tam və uğurlu idarəetməyə nail olmaq mümkün deyildir (Tofiq Quliyev 2013: s.150-155).
4. İdarəetmə sisteminin vəhdətliyi idarəetmə mexanizmi, idarəetmə strukturu, idarəetmə prosesi və idarəetmə sisteminin inkişaf mexanizmini özündə əks etdirən komponentlərdən asılıdır. İdarəetmə mexanizmi isə idarəetmə prinsipləri, idarəetmə funksiyaları və metodlarından ibarətdir.
5. Azərbaycan biznesinin rəqabətə davamlılığı həm də insan resurslarının səmərəli idarə edilməsindən çox asılıdır. İnsan fəaliyyəti sahələri arasında menecer peşəsi xüsusi yer tutur. Əməkdaşların ümumi işə fərdi töhfələrinin məhsuldarlığı və son nəticədə şirkətin uğuru rəhbərin peşəkarlığı və düzgün rəhbərlik üslubunun seçimi ilə şərtlənir.
6. İnsan resursları sosial-iqtisadi kateqoriya olub, cəmiyyətin (ölkənin) malik olduğu fiziki və intellektual imkanların məcmusunu təşkil edir. Bu səbəbdən onun düzgün idarə olunması və problemlərinin həlli olduqca vacibdir.İnsan resurslarının idarə edilməsində başlıca məqsəd onların potensialından, yaradıcı imkanlarından maksimum istifadə edilməsidir (Ələkbərov Ə.H 2004: s. 90-95).
7. Təşkilatı mədəniyyətin yaradılması, dəyişikliklərin idarə olunması, xidməti fəaliyyətin qiymətləndirilməsi, motivasiya. Münaqişələrin idarə olunması, informasiya sistemlərinin idarə olunması və əmək intizamına əməl olunması kimi məsələlər insan resurslarının idarə olunması probleminin əsasını təşkil edir.
8. Bazarda uzunmüddətli dövrdə uğurun təmin olunması üçün dürüstlüyün, ədalətliliyin gözlənilməsi, rəqiblərə hörmət, yüksək etik standartların gözlənilməsi vacib şərtlərdir. Bunun üçün hər bir şirkətin etik məcəlləsi olmalı və buna əməl olunmasına ciddi nəzarət olunmalıdır. Biznes etikası biznes fəaliyyətində, biznes qərarlarında digərlərinin (işçilərin, səhmdarların, müştərilərin, investorların, hökumətin, cəmiyyətin və s.) nəzərə alınmasıdır.
9. Təşkilat cəmiyyətin bir üzvü olduğuna görə əxlaq normaları onun davranışını da idarə etməlidir. Cəmiyyətin fərdi üzvülərindən biri kimi müəssisə cəmiyyərin mənəvi əsaslarını möhkəmləndirməyə kömək edərək sosial cəhətdən məsuliyyətli hərəkət etməlidir (T.Q.Əliyev, Ş.T.Əliyeva, R.T.Əliyev 2012: s.76-78).

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Patrick Merlevedes, Talent Management: A Focus on Excellence: Managing Human Resources in a Knowledge Economy, 2014
2. T.Q.Əliyev, Ş.T.Əliyeva, R.T.Əliyev. “İnsan resurslarının idarə edilməsi”. Bakı-2012
3. Judith R. Organizational Behavior(1996). 5 Cild. Prentice-Hall, U.S.A.
4. Tofiq Quliyev. “İnsan resurslarının idarə edilməsi”. Bakı-2013
5. M. Əliyev, H. Həmidov . “İnsan resurslarinin idarə edilməsi”, Bakı-2002
6. Əhmədov V.Q. “Sahibkar-menecment”. Bakı-2000
7. Ələkbərov Ə.H., İbrahimov F.V. “Menecment”. Bakı-2004

Təhsildə insan resurslarının idarəetmə sistemi: Məsələlər və çətinliklər

Əliyeva Nəzrin Fuad

alieva.n97@gmail.com

Xülasə

Təhsildə insan resurslarının idarə edilməsi çox vacibdir və bu məsələ hər zaman prioritet olmalıdır. Çünki, təhsil işçiləri, təhsil sahəsində milli inkişafa və məqsədlərə çatmaq üçün əsas vasitədir. İnsan resursları sürətli sosial-iqtisadi inkişafın və səmərəli xidmətin açarıdır. Buna görə bu məqalə, insan resurslarını idarəetmə proqramı çərçivəsində işləyən adekvat, bacarıqlı və əsaslandırılmış bir idarəçi işçi qüvvəsi olmadan inkişafın mümkün olmadığını vurğulayır. Hər səviyyədə olan hər bir təhsil sistemi proqramının icrasında insan resurslarından çox asılıdır. Təhsildə insan resurslarının idarə edilməsi funksiyası heyətə qulluq, işçi əlaqələri, işçi heyəti inkişafı, kadrların yetişdirilməsi və iş nəticələrinin mükafatlandırılmasını əhatə edir. Təhsil müəssisələrində əmək potensialının əsas amil kimi qiymətləndirilməsi, fəaliyyətlərinin ölçülməsi və dəyərləndirilməsi ilə əlaqədar olan işgüzar münasibətlər, metodlar ictimai-istehsal sahələri və qanunları təşkil edir. Bu elmi fənnin nəticəsi təhsildə kadr əməyindən səmərəli istifadə etmə və onun səmərəli təşkilini özündə əks etdirir. Bir sözlə, ictimai-iqtisadi hadisələrin nisbətən müstəqil sahəsi olan kadr potensialının öyrənilməsi, kollektiv əmək və onun müəssisə timsalında konkret təşkili olduqca mühüm hesab olunur. İnsan resurslarının idarə olunmasında problemlər yaxşı olmayan iş şəraiti, kadr problemi, maliyyələşdirmə, müəllimin digərləri arasında davamlı köçürülməsi daxildir. Müəyyən olunmuş problemləri həll etmək üçün bir sıra tövsiyələr verilmişdir. Təhsil müəllimlər üçün əlverişli bir mühit yaratmaqla cəlbedici olmalıdır. Təkmilləşdirilmiş funksiya vasitəsilə təhsil sektoruna daha çox dövlətin diqqəti tələb olunur, çünki təhsil, cəmiyyətin bütün digər sahələrinin tərəqqisi üçün əsas olaraq qalır. Təhsil sektorundakı bütün kateqoriyalar müəllimləri üçün vahid maaş quruluşu edilməlidir. Məqalə eyni zamanda Azərbaycam cəmiyyətindəki sürətli sosial dəyişikliklərə cavab vermək üçün ölkədəki təhsil standartının yenilənməsinə diqqət çəkir.

Açar sözlər : **Təhsil sistemi, İnsan resurslasarı, Təhsil məqsədləri, İşçi heyəti**

Giriş

İnsan resurslarının idarə edilməsi təşkilatın hədəflərinə çatmaq üçün işçi qabiliyyətlərini effektiv və səmərəli yolla istifadəsinin formalaşdırılmasının dizaynı kimi başa düşülür. İnsan resurslarınının idarə edilməsi effektiv işçi qüvvəsini cəlb etmək, onu inkişaf etdirmək və onu qoruyub saxlamaq üçün təşkilatı fəaliyyətlər toplusudur. İnsan resurslarının idarə edilməsi işə qəbul, işçi heyətinin rifahı, təlim və yenidən hazırlıq, yerləşdirmə, motivasiya, kompensasiya və ya mükafatlandırma və s. kimi məsələləri tənzimləyir. (Bowen and Ostroff 2004) Təşkilatın effektivliyinin qayğısına qalır.İnsan resurslarının idarə edilməsi hər təşkilatda komandadın performansını müəyyənləşdirmək üçün lazım olan əsas idarə etmə funksiyasıdır. Bu funksiya nəzərdə tutur ki, təhsil sistemlərindəki kadrlar düzgün şəkildə işə götürüldükdə, seçildikdə və iş prosesinə nəzarət edildikdə, lazımi dərəcədə mükafatlandırıldıqda və iş üçün lazımi inkişaf etdirildikdə, qiymətləndirildikdə,onlar işə sadiq qalacaqlar və öz işlərində məhsuldar olacaqlar. Bütün bunlardan təhsildə məqsədlərə çatmaq üçün fəaliyyətlərin və işçilərin səylərinin koordinasya olunması kimi rahat şəkildə istifadə oluna bilər. Deməli, İnsan resurslarının idarə edilməsi təhsildə işçilərin işə başladıqları gündən maksimum nəticə əldə etmələri məqsədi ilə onların maksimum performans əldə etmək üçün motivasya prosesdir. (Guest 2011) Bu insanların vəzifələrini və funksiyalarını göstərmələri üçün toplamaq deməkdir. İnsan resursları malların və xidmətlərin istehsalı üçün tələb olunan mənbələrdən ən vacib ehtiyat kimi hesab edilir. İnsan resurları sosial-economic inkişafın və effektiv çatdırılmaq servisinin sürətləndirilməsinin açaq nöqtəsi kimi anlaşıla bilər. Güclü insan resurslarının idarə edilməsi

proqramı ilə birlikdə dəqiq,qabiliyyətli,motivasya olunmuş bir komanda olmasa inkişaf mümkünsüzdür.

Hər bir təhsil təşkilatı hər hansı bir mərhələdə insan resurslarının öz proqramını icra etməsində asılıdır. Təsdiq edilir ki, müəllimlər təhsil prosesində sinifdə praktiki hədəflərin tətbiq olunması və anlaşılmasında əsas mənbədir.(Smylie, Miretzky and Konkol 2004) Şəxsi və ya dövlət sektorunda olmasından asılı olmayaraq hədəflərə çatmaqda insanların əhəmiyyətini vurğulayan menecer təsirli və səmərəli ola bilər. Təhsillə bağlı məqsədlərin aktuallaşmasını dizayn edən məktəb kurrikulumunu - təhsil standartlarını qorumaq və onu inkişaf etdirmək ancaq müəllimlərin köməyi ilə mümkündür. Müəllimlər məktəblərdə əvəz edilməz faktorlardır. Onlar öyrənmək üçün ən güclü qüvvədir. Müəllimlərin zəif idarə edilməsi kurrikulumun effektiv şəkildə çatdırılması mümkünlüyün azaldır. (Burchielli 2006)

İnsan resurslarının idarə edilməsi əsas olaraq 3 problemə diqqət çəkir :

1. Kadrlara olan ehtiyacın qiymətləndirilməsi
2. Kardların ehtiyaclarından razı olması
3. Kadrlar servisinin qorunması və inkişaf etdirilməsi

Metod

Təhsildə insan resurslarının idarə olunmasının hədəfləri işçiləri inkişaf etdirmək və məqsədə çatmağa töhfə verməkdir. İnsan resurslarının idarə edilməsinin üçün müəyyən spesifik rolu var. Bunlar strateji və əməliyyat rollarıdır.

Strateji rol : İnsan resursları səmərəli təhsil fəaliyyəti üçün vacibdir. İnsan resursları bir zamanlar ikinci dərəcəli statusa sahib idi, lakin son iki onillikdə onun əhəmiyyəti kəskin artdı. Yenə də onun yeni əhəmiyyəti işə cəlb edilmək, seçilmək və nəzarət etmək, işə cəlb etmək və lazımi dərəcədə mükafatlandırmaq, düzgün inkişaf etdirmək, qiymətləndirmək və işdə təbliğ etməkdən irəli gəlir. İşə sadiq olacaqlar, təhsil sistemində sədaqətli və məhsuldar qalacaqlar. (Boxall and Purcell 2003) Bu da təhsil səylərinin əhəmiyyətli bir sərmayəsini təmsil edir. Yaxşı idarə olunarsa, insan resursları təhsil üçün rəqabət gücünün mənbəyi ola bilər. Strateji olaraq insan resurslarına hər hansı bir təşkilatda idarə olunan maliyyə, texnoloji və digər mənbələrlə eyni məzmunda baxmaq lazımdır.

Əməliyyat rolu: Əməliyyat fəaliyyəti həm taktiki, həm də inzibati xarakterlidir. Əməliyyat rolunu hüquqi baxımdan olduğunu qeyd edir, çünki bu işçi-işəgötürən münasibətlərinin müxtəlif aspektlərini tənzimləyir. İnsan resurslarının idarə edilməsi, bərabər məşğulluq imkanlarına və əmək qanunlarına riayət edilməsində maraqlıdır. Adətən qanun və qaydalarda nəzərdə tutulmuş insanların gündəlik idarə olunması ilə əlaqəli geniş fəaliyyət sahəsi səmərəli şəkildə həyata keçirilməlidir. Məhz bu fəaliyyətlər toplusuna tez-tez istinad edilmişdir lakin insan resurslarının idarə edilməsinin yeni strateji diqqət nəzərə alınmır. Xülasə olaraq, bu gün insan resursları menecmentinin nə demək olduğunu ümumi şərh etmək çətindir.

Analiz

Təhsildə insan resurslarının idarə edilməsi təhsil müəssisələrinin məqsədlərinə çatması, habelə qurulduğu məqsədlərə cavab verə bilməsi üçün müəllim heyətinin məktəbə inteqrasiyası və saxlanması üçün tətbiq olunan təcrübə və metodlar toplusudur. (Clarke and Hollingsworth 2002)

Onlardan maksimum nəticə əldə etmək və nəticədə təhsil məqsədlərinə optimal şəkildə nail olmaq üçün müəllimlərin məktəbdəki fəaliyyətlərinin və səylərinin motivasiyası və əlaqələndirilməsidir. Funksiyalara aşağıdakılar daxildir:

- İşçilərin saxlanması;
- Kadr münasibətləri;
- Kadrların inkişafı;
- İşçilərin işə qəbulu;
- İş fəaliyyətinin mükafatlandırılması;

İşçilərə qulluq - İş mühitinin işçilər üçün əlverişli olmasına, müvafiq təcrübələrə qeyd olunur; təşviq və köçürmə, motivasiya, işçilərin təhlükəsizliyi və sağlamlıq xidmətləri. Təhsil müəssisələrinin kadrların yerləşdirilməsi və inkişaf ilə bağlı düzgün siyasət aparması, işçilərlə münasibətdə ədalət və düzgünlüyün hökm sürməsini təmin etməkdir. Təhsil müəssisəsində görüləcək işlər vacib olduğundan, işi yerinə yetirmək üçün insanın əhval-ruhiyyəsi də eyni dərəcədə vacibdir. Maksimum məhsuldar şəkildə məqsədə çatmaq üçün müəssisə rəhbəri işçilərin rahatlığını və xoşbəxtliyini təmin etməlidir. Bu əmək haqqının tez ödənilməsi və təhlükəsiz, sağlam iş mühitinin təmin edilməsi ilə edilə bilər.

Heyət münasibətləri - İşçilərin çalışdıqları məktəb və ya hər hansı bir təhsil müəssisəsində yeniliklər barədə daim məlumatlandırılması üçün orada yaxşı bir rabitə şəbəkəsi olmalıdır. İşçilərin məktəbdə planlaşdırma və qərar vermə prosesində iştirak etmələri təşviq edilməlidir. Onlara ədalət və hörmətlə yanaşmaqla həvəsləndirmək lazımdır.

Heyətin inkişafı - İşçilərin fəaliyyətini qiymətləndirmək və daha yaxşı performans üçün bacarıqlarını inkişaf etdirmək məqsədi ilə təlimə ehtiyac duyan əsas bacarıq və səriştələrin müəyyən edilməsi prosesidir. Bu işçilər üçün uyğun olan inkişaf proqramı və təlim kurslarının verilməsini əhatə edir. Təhsil təşkilatının uğuru heyət üzvlərinin gücünə və keyfiyyətinə bağlıdır. Təlim yolu ilə dəyişmək və yetkinləşmək və yetişmək lazımdır. Bu təlimlər, konfranslar və ya seminarlar yolu ilə edilə bilər.

Heyətin yığılması - İnsan resurslarının idarə edilməsi funksiyalarından biri də təhsil müəssisələrinin tədris proqramlarını şərh etmək və həyata keçirmək üçün kadr seçimində keçirdiyi işə qəbul və seçim prosesidir. Məktəblərin kadrlarla təmin olunması, Təhsil Nazirliyinin şəhər və rayonlardakı idarələri vasitəsilə həyata keçirilir. Bu işə qəbul prosesində təhsil işçilərinin məktəblərdə boş müəllim vəzifələrini doldurmaq üçün ən zəruri bacarıq, bilik və təcrübəyə malik insanların əldə edilməsindən ibarətdir.

İş performansının mükafatlandırılması - Bura görülən işlərə görə mükafatların tərtibatı və idarə edilməsi daxildir. Rəhbərliyin, Təhsil Nazirliyinin və agentliklərinin mükafat sistemi məsələsinə önəmli yanaşması çox vacibdir. İş görülən işlərin keyfiyyətinə və miqdarına görə lazımi dərəcədə kompensasiya olunarsa, işçilərin fəaliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə artacaqdır.

Təhsildə İnsan Resurslarının İdarə Olunması Problemləri

İnsan resurslarının idarə edilməsi insan olaraq bir şeyi eyni şəkildə təkrar-təkrar yerinə yetirmək üçün etibarlı olmadığı mənasında olduqca mürəkkəb hala gəldi. Kadrlarından, ixtisas və bacarıqlarından asılı olaraq bahalı ola bilərlər. Onların məhsuldarlığı insanın təlimatlandırılmasından çox asılıdır.

Eyni məzmunu hər dəfə çatdırmaq olmur. Bu mürəkkəbliyə bir sıra amillər təsir göstərmişdir. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

1. Aşağı iş şəraiti

İşçilərin göstərilən xidmətlərə uyğun maliyyə mükafatlarının ödənilməsini gözləmələri düzgün deyil. Düzgün olan sağlam bir mükafat sistemi və quruluşu üçün sistemli bir istehsalçıya sahib olmaqdır. Yaxşı əmək haqqı işçilərin qazancları arasındakı bərabərsizliyi azaltmağa, fərdi əhval-ruhiyyəni yüksəltməyə, əmək haqqının yüksəldilməsi üçün işləməyə həvəsləndirməyə gətirib çıxarır və eyni zamanda işçilərin şikayətlərini azaldır.

2. Kadr problemi

Kadr problemi çox mühim bir məsələdir. Təhsil işçilərinin əmək haqqılarının aşağı olması bu sahəyə marağı azaldır. Eyni zamanda Azərbaycanda vətəndaşların xüsusiylə Bakı şəhərinə məskunlaşması ucqar rayonlarda məktəblərin müəllim kadrı ilə bağlı problemlər yaşamasına gətirib çıxarır. Hazırda ölkə üzrə məktəb müəllimlərin sayı 144 414 nəfər təşkil edir. Onların da 39 179 (27%) nəfəri, 35 yaşa qədər olan müəllimlərdir. (Təhsil statistikası – 2019)

Təhsildə İKT-nin istifadəsinə çağırış

21-ci əsr dünyada sürətli dəyişikliklər yaşandığı üçün təhsildə İKT-nin tətbiqi hal hazırda aktualdır. Təhsil sisteminin informasiyalaşdırılmasının əsas məqsədi ölkədə vahid təhsil və informasiya mühitini formalaşdırmaqdır. Bununla təhsilin keyfiyyətinin artırılması və təhsil sisteminin dünyanın informasiya, mədəniyyət və təhsil məkanına inteqrasiyasının təmin edilməsinə nail olmaq olar. Bütün bunlardan əlavə, İKT istifadə etməklə təhsildə idarəetməni də xeyli təkmilləşdirmək mümkündür. Administrasiya sistemində tez-tez təkrar olunan əməliyyatları müəyyənləşdirməklə onları avtomatlaşdırmaq olar. Məktəbin informasiya bazasında toplanmış məlumatları analiz etməklə, rəhbərlik tədrisin hansı səviyyədə getdiyini, dərs proseslərinin necə keçdiyini izləyə bilər və çatışmazlıq aşkar etdikdə operativ tədbirlər görməklə onları aradan qaldıra bilər. Göründüyü kimi, İKT-nin təhsil sisteminə səmərəli tətbiq etməklə tədris prosesinə tamamilə yeni ruh, yeni nəfəs vermək, təhsil sisteminin idarəedilməsində sadə və keyfiyyətli yeni model qurmaq olar. (Haqverdiyev,2010) Göstərilən məqsədlərə çatmaq üçün mühüm vəzifələrin kompleks şəkildə həll olunması zəruri şərtlərdəndir: müəllimlər tərəfindən İKT bacarıqlarının məcburi mənimsənilməsinə üstünlük verilməlidir. Hal hazırda Respublikamızda bu sahədə mühüm işlər aparılır. Hələ 2010-cu ildə Təhsil Nazirliyi ölkəmizdə "Təhsildə İKT ili" elan etmiş və bu kampaniya çərçivəsində konfranslar, seminarlar, müxtəlif stimullaşdırıcı və həvəsləndirici aksiyalar, müsabiqələr həyata keçirilmişdir

Müəllimlərin İKT bacarıqlarının artırılması təlimi isə "Təhsildə İnnovativ Texnologiyalar" Əlavə Təhsil Mərkəzinin peşəkar təlimçiləri tərəfindən keçirilir. Bütün bunlar insan resurslarının idarəetməsində heyətin inkişafına gətitib çıxarır.

Nəticə

Nəticələrə görə təhsil sahəsində Azərbaycanda insan resurslarının idarə edilməsi yüksək səviyyədə həyatə keçirldiyi təqdirdə sosial və iqtisadi inkişaf üçün etibarlı bir vasitə olaraq qaldığı qənaətinə gəlir. Bu sektorda nə etmək lazımdırsa, hamısı diqqətdə saxlanılmalı, yeni təcrübələr tətbiq edilməli,

təhsil sahəsində xüsusi ixtisaslı menecerlərin yetişməli və əvvəlcədən təyin olunmuş təhsil məqsədlərinə tam çatmaq üçün davamlı şəkildə yerinə yetirilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Təhsil haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı: Qanun, 2010.
2. Təhsilin idarə olunmasının əsasları - O.H.Rzayev, S.M.Məmmədov, Ş.N.İsmayılov (Bakı 2010)
3. Rabitə dünyası - Vüqar M. Haqverdiyev (2010- 30 dekabr- 8).
4. Boselie P, Dietz G and Boon C (2005) Commonalities and contradictions in HRM and performance research. Human Resource Management Journal 15: 67–94.
5. Bowen DE and Ostroff C (2004) Understanding HRM-firm performance linkages: The role of ‘strength’ of the HRM system. Academy of Management Review 29: 203–221.
6. Boxall P and Purcell J (2003) Strategy and Human Resource Management. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
7. Burchielli R (2006) The intensification of teachers’ work and the role of changed public sector philosophy
8. Chiang FF and Birtch TA (2012) The performance implications of financial and non-financial rewards: An Asian Nordic comparison. Journal of Management Studies 49(3): 538–570.
9. Clarke DJ and Hollingsworth H (2002) Elaborating a model of teacher professional growth. Teaching and Teacher Education 18: 947–967.
10. David E. Guest (2011) Human resource management and performance: Still searching for some answers. Human Resource Management Journal 21: 3–13
11. Mossholder KW, Richardson HA and Settoon RP (2011) Human resource systems and helping in organizations: A relational perspective. Academy of Management Review 36: 33–52.
12. Nwaka, N.G. &Ofojebe, W. N (2010).Strategies for coping with Shortage of Resources in Primary School Administration in AnambraState.Journal of Education Leadership, 1 (1) 29-36.
13. Omojunnwa, J. (2007). Teacher Education in the 21st Century: making a different through a commitment to effective teacher preparation programme. A lead paper presented at the Festchrift in honour of Professor MbongAkpanUdofot at the University of Uyo. July 18-21 2007.
14. Onah, F.O. (2008).Human Resource Management.John Jacob’s Classic Publisher Ltd Plot 7 Fmr ESUT Road, Nkpokiti Junction Enugu.
15. Smylie MA, Miretzky D and Konkol P (2004) Rethinking teacher workforce development: A strategic human resource management perspective.

Azərbaycanın Əmək Bazarında Qadınların Mövqeyi, Qadın Sahibkarlığının Əhatə Dairəsi, Həcmi Və Profili

Afaq Mustafayeva

afaq.mustafayeva.2014@gmail.com

Xülasə

Digər postsosialist ölkələri kimi Azərbaycan Respublikası da iqtisadi islahatlar həyata keçirərək müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçmişdir. Bununla əlaqədar olaraq iqtisadiyyatın liberallasdırılması, mülkiyyətin özəlləsdirilməsi, kiçik və orta biznesin inkisafı, bazar infrastrukturunun formalasdırılması, rəqabətin dəstəklənməsi və inkisafı, daxili və xarici bazarın tələbatına müvafiq məhsul istehsalının inkisafı istiqamətində, iqtisadiyyatın strukturunun qurulması sahəsində xeyli islər görülmüş və bu gün də görülməkdədir.

Azərbaycan Respublikasında səmərəli milli iqtisadiyyatın yaradılması isə ölkədə sahibkarlıq sektorunun inkisafını tələb edir. Və məhz bu sektor daxili bazarı keyfiyyətli məhsul və xidmətlərlə təmin edir, respublikanın ixracat potensialını artırır, əhalinin məsgulluq səviyyəsini yüksəldir, dövlət büdcəsinin formalaşmasında mühüm yer tutur, milli iqtisadiyyatda rəqabətini gücləndirməklə qalmayıb, onun səmərəliliyinə də təsir göstərir.

Sahibkarlığın inkişafına dövlət köməyi digər tədbirlərlə yanaşı, bu sektora əhalinin daha geniş kütləsinin cəlb edilməsini, insanların işgüzarlıq potensialının gerçəkləşməsinə əlverişli imkanların yaradılmasını nəzərdə tutur. Odur ki, iqtisadi və sosial inkişafın səmərəliliyinə nail olmaq, iqtisadi inkişaf və yüksəlişdən bəhrələnmək üçün cəmiyyətin hər iki cinsdən olan üzvləri özlərinin imkanlarını istifadə etməlidirlər.

Statistik göstəricilərə dayanaraq deyə bilərik ki, son illərdə ölkədə qadın sahibkarların sayının artdığı müşahidə olunur. Qadın sahibkarlığının inkişafı isə öz növbəsində yoxsulluğun azaldılmasına, məşğulluğun təmin edilməsinə və bir çox hallarda, cəmiyyətdə gender bərabərsizliyinin aradan qaldırılmasına yardım edir. Və sevindirici haldır ki, ötən illər ərzində ölkədə qadın sahibkarlığının inkişafı istiqamətində yaradılmış dəstək mexanizmləri vasitəsilə bir çox silsilə tədbirlər davam etdirilmişdir.

Açar sözləri: biznes, sahibkarliq, qadın sahibkarlığı

Giriş

Diqqət yetirsək görərik ki,son 20 il ərzində iş dünyasında və sahibkarlıqda qadınların rolu və çəkisi intensiv sürətdə artır.Qadınlarımızın sahibkarlıq fəaliyyətini artırmaq,onlara verilmiş hüquqları qorumaq,layiq olduqları əmək şəraiti ilə təmin etmək, müasir dövrün və bazar iqtisadiyyatının tələblərindən irəli gələn istiqamətlər üzrə maarifləndirici tədbirlərin və layihələrin həyata keçirilməsini təmin etmək Azərbaycanda bu sahə üzrə görülən işlərdən sadəcə bir neçəsidir.

Qadınların hüquqlarının qorunması demək, onların iqtisadi müstəqilliyi deməkdir. Buna görə də qadın sahibkarlığının inkişafı ən aktual mövzulardan biridir və böyük əhəmiyyət kəsb edir.Cəmiyyətin bütövlükdə inkişafına nail olmaq üçün ilk növbədə qadın sahibkarlığının inkişafına nail olmaq lazımdır.

Metod

Problemin tədqiqi zamanı onun elmi səviyyəsinin stimulluğunu və obyektivliliyini təmin etmək, habelə yeni elmi nəticələrə nail olmaq üçün, metodoloji əsas olaraq, analiz, emprik və nəzəri-konseptual yanaşma, matrealların öyrənilməsinin müqayisəli və sistemili təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə və qruplaşdırma kimi metodlar ilə yanaşı, statistik məlumatlardan və sosioloji tədqiqat üsullarından və metodlarından daha geniş şəkildə istifadə olunmuşdur.

Qeyd edim ki, ölkə daxilində peşə təhsilinin durumu, mövcud çağrışlar, bu çağrışlar kontekstində qadın sahibkarlığının yeri və rolu kimi mövzular eyni za-manda sistematik yanaşma metodları ilə bərabər, induktiv və deduktiv metdoların tədqiq edilməsilə öyrənilmişdir. Ki, bu da ümumilikdə tədqiqat prosesində bir çox məqamların daha dərindən öyrənilməsi üçün müstəsna əhəmiyyət kəsb etmişdir.

Real nəticələrin əldə edilməsi və onun praktiki tətbiqi üçün qabaqcıl ölkə-lərin anoloji problematikasının araşdırılması, ölkəmizə sintez edilə bilmə kimi im-kanlarının müəyyən edilməsi, tətbiq olunan metodlar baxımdan çox mühüm olmuşdur

Analiz

Schumpterin fikrincə "yenilikçi,təşəbbüskar,və ya bir iş fəaliyyətini mənimsəyən qadınlar sahibkar qadınlardır. Qadın sahibkarlar fürsətləri görə bilən,ticari səriştəsi olan,çox əzmkar və hər şeydən əvvəl sahib olduğu sərgüzəşt ruhu səbəbiylə bilinməyənlərlə risk etməyi bacaran ir qadındır".Qadın sahibkarlar 3 fərqli qrupa ayrılmışdır:

a)Öz biznesinə başlayan qadınlar

b)Ailə biznesində işləyən və ya ortaqlığı olan

c)İşlədiyi ictimai bir şirkətdə səhmdar olan

Sahibkarlıq çətin iqtiadi dövrlərdə inkişaf üçün faydalı bir maliyyə vasitəsidir və qadın sahibkarlar iqtisadi uğurları tez bir zamanda artırmaq potensialı olan ,çox istifadə edilməyən və qiyməti ilinməyən bir mənbədir.(Allen, I.E., Elam, A., Langowitz, N. and Dean, M. (2007)

İnsan resurslarının idarə edilməsi perspektivindən qadın sahibkarların artması iqtisadiyyat üçün çox vacibdir.Alvarado və Lynhama görə,təşkilatlar çoxaldıqca gələcək ehtiyacların daha yaxşı təmin edilmək və rəqabətə davamlı olmaq üçün qadınlara və etnik azlıqlara diqqət yetirməli olacaqlar.Bundan əlavə aparılmış tədqiqatlar göstərdi ki,bacarıqlı və istedadlı qadınlar işlərindən ayrıldıqda iqtisadiyyatlar və təşkilatlar əziyyət çəkirlər.(Hewlett, S.A. and Luce, C.B., 2005)

Sahibkarlar cəmiyyətdə əsasən iki səbəbdən formalaşır:birincisi şərait və ya dəyişiklik,ikincisi ambisiya və seçimə görə yaranır.Bəzi qadınlar təsadüfən yaranan vəziyyət səbəbindən sahibkarlıq sahəsinə girirlər.Ancaq sahibkarlıq karyerası qurmağı hədəfləyən digərləri də var,belə olan halda sahibkarlıq onların yeganə seçimidir və ikinci bir karyera seçimi yoxdur.

Bəs qadınların sahibkar kimi fəaliyyət göstərməsinə təsir edən amillər hansılardır?Ümumilikdə dünya təcrübəsinə nəzər yetirsək bu faktorları aşağıdakı kimi qruplaşdıra bilərik:

Daxili və xarici amillər-Sahibkarlıq fürsətlərin öyrənilməsini özündə cəmləyən,gələcək malların və xidmətlərin aşkarlanması,qiymətləndirilməsi və istismarıdır.(Shane, S. and Venkataraman, S.,2000)

Daxili faktorlar: Uğurlu sahibkarlara aid edilən daxili amillər arasında özünüdərk və risk götürmə bacarığı var.Van Prag və Cramer qeyd edirdilər ki,sahibkarlıq riskli bir iş olduğu üçün birinin sahibkar olub-olmaması onların risk götürmə qabiliyyətlərindən asılıdır.Slovicin qeyd etdiyi kimi,risk anlayışı ilə bağlı aparılan araşdırmaların əksəriyyəti göstərir ki,qadınlar kişilərə nisbətən biznesə başlamaq risklərindən daha çox narahat olurlar.Risk götürmə uğurlu sahibkarların vacib bir keyfiyyəyi

olduğundan qadın sahibkarların riskə görə olan narahatçılıqları onların böyüməsinə maneə kimi nəzərdən keçirilə bilər.

Xarici faktorlar: Araşdırdığımız iki xarici amil gender streotipləri və cəmiyyətin mədəniyyət və adətləridir.Tədqiqatlar qadın sahibkarların üzləşdikləri ciddi maneələrdən biri olaraq gender streotiplərinə istinad edir.Bu cür streotiplər yalnız qadın sahibkarların təsəvvürlərinə təsir etmir,eyni zamanda qadınların öz biznesinə başlamaq istəklərinə də təsir göstərir.(Gupta, V. and Bhawe, N.,2007)

Azərbaycanda bu sahəyə xüsusi diqqət ayrılıb və qadın sahibkarlığının inkişafı üçün şərait yaradılıb: əlverişli hüquqi baza mövcuddur, dövlət sahibkarlara diqqətlə yanaşır,onların iqtisadi bazasını artırmaq məqsədilə texniki və maliyyə yardımlarının göstərilməsi,güzəştli kreditlərin verilməsi istiqamətində bir sıra mühim işlər görülür.Son iki ildə Azərbaycanda sahibkar qadınların sayı 2 dəfə artıb.Təkcə 2019-cu ilin 9 ayı ərzində 55 nəfər qadın sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayıb. Ölkənin sosial-iqtisadi həyatında fəal iştirak edən Azərbaycan qadınlarının məşğul əhalinin ümumi sayındakı xüsusi çəkisi ilkin məlumatlara əsasən 48,2 faizdir.

Qadınların işçi qüvvəsindəki payı kişilərlə müqayisədə 48.1%-dir,kişilər üçün isə bu göstərici 51.9%-dir.Beş sektorda işləyən 82% qadından 42.1%-i kənd təsərrüfatı, 18.2%-i ticarət, 11.7%-i təhsil, 6.1%-i səhiyyə və sosial sahə, 3.5%-i isə qida emalında çalışır və onların ÜDM-ə töhfəsi bu beş sektorda cəmi 27%-dir.Demokratiya monitoruna əsasən qadınların daha çox az maaşlı sektorda cəmləşdiyini deyə bilərik. Statistik məlumatlar da təsdiqləyir ki, qadınlarda işsizlik əmsalı kişilərdən yüksəkdir (kişilərdə 2.1%, qadınlarda isə 2.9%) Hal-hazırda Azərbaycanda qeydiyyata alınmış sahibkarlıq müəssisələrindən yalnız 25%-i qadınlara məxsusdur.

Kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin isə ,yalnız 21%-i qadınlar tərəfindən təmsil olunur və bu göstərici Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda 25.5%, Dağlıq Şirvan iqtisadi bölgəsində isə daha az 15% arasında dəyişir.

Cədvəl 1.Ölkənin iqtisadi və inzibati rayonları üzrə mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərində çalışan qadınların sayı, nəfər

İqtisadi və inzibati rayonlar	2018			
	Cəmi	o cümlədən		
		Mikro	Kiçik	Orta
Ölkə üzrə cəmi	**73441**	**10302**	**21878**	**41261**
Bakı şəhəri	49888	7756	15561	26571
Abşeron iqtisadi rayonu	5397	533	1466	3398
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	3733	452	1025	2256
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	2643	270	537	1836
Lənkəran iqtisadi rayonu	1302	181	355	766
Quba - Xaçmaz iqtisadi rayonu	1665	183	474	1008
Aran iqtisadi rayonu	4678	632	1227	2819
Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonu	466	70	149	247
Kəlbəcər-Lacın iqtisadi rayonu	251	22	113	116
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	538	77	195	266
Naxçıvan Muxtar Respublikası	2880	126	776	1978

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

2002-2015-ci illər ərzində 3500 qadın sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq məqsədilə 55.5 milyon manat aldı və bu da öz növbəsində yeni iş yerlərinin fəaliyyəta başlamasına və gəlirlərin artmasına gətirdi.Lakin, 2015-ci ildə baş verən valyutanın iki dəfə devalvasiyası faizlərin yüksəlməsinə və biznes üçün mövcud kreditlərin azalmasına səbəb oldu.Bundan KOB-lar daha çox təsirləndilər çünki onlar daha çox risk daşıyırdılar və qısamüddətli kreditlər tələb edirdilər.(AZERBAIJAN COUNTRY GENDER ASSESSMENT-December 2019 https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/546166/azerbaijan-country-gender-assessment-2019.pdf)

Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin açıqlamasına görə 1 oktyabr 2019-cu il tarixinə qeydə alınan ,sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayı 196.030 nəfərdir, 2012-ci ildə isə bu göstərici 73.469 nəfər olmuşdur yəni yeddi il ərzində qadın sahibkarların sayı demək olar ki, üçqat artmışdır.

Cədvəl 2. 2019-cu il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə fəaliyyət növləri üzrə fərdi sahibkarların gender bölgüsü

Fəaliyyət növləri	Qadınlar		Kişilər	
	Sayı	faizlə	Sayı	faizlə
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	59859	33.0	161793	24.5
Mədənçıxarma sənayesi	33	0.0	698	0.1
Emal sənayesi	3173	1.7	14815	2.3
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	6	0.0	61	0.0
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və email	24	0.0	258	0.0
Tikinti	122	0.1	6540	1.0
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	42386	23.4	162704	24.6
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	1215	0.7	90677	13.7
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	5838	3.2	33147	5.0
İnformasiya və rabitə	1180	0.7	5512	0.8
Maliyyə və sığorta fəaliyyəti	450	0.2	1370	0.2
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	3510	1.9	9183	1.4
Peşə, elmi və texniki fəaliyyət	4757	2.6	9486	1.4
İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi	1056	0.6	2243	0.4
Təhsil	3971	2.2	2197	0.3
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	1041	0.6	1679	0.3
İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət	1300	0.7	10060	1.5
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	46510	25.7	134531	20.4
Ev təsərrüfatlarının fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyət	4842	2.7	14050	2.1
Cəmi	181273	100	661004	100

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

Cədvəl 2-dən də göründüyü kimi qadın sahibkarların sayı kişi sahibkarlarla müqayisədə çox daha azdır. Sahibkar qadınlar daha çox Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq (33%), Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi (25.7%), ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri (23.4 %), ev təsərrüfatlarının

fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyətlə (2.7%) məşğul olur.

Altmış ildir ki,Avropa Birliyi qadınların hüquqlarını qorumaq ,onlara öz potensiallarını reallaşdırmaq üçün fürsət verməyə çalışır.Gender bərabərliyi AB-nin Şərq Tərəfdaşlğı təşəbbüsünün əsasını təşkil edir.Bu qadınların və kişilərin fərdi həyatı üçün və uzunmüddətlə demokratik inkişaf üçün vacibdir. Aİ Azərbaycanla əməkdaşlıqda qadınları biznesdə gücləndirmək məqsədilə dəyişikliklər aparır,keyfiyyətli təhsil və daha ədalətli cəmiyyət üçün müxtəlif imkanlar yaradır.

Qanunvericiliyə diqqət yetirsək görərik ki,Azərbaycan qanunları sahibkarlıq sahəsində hər hansı məhdudiyyət nəzərdə tutmur,və eyni zamanda qanunvericilikdə qadınlar üçün xüsusi güzəştlər də yoxdur. Sahibkarlıqla bağlı bütün məsələlərdə heç bir cinsiyyətin fərqi yoxdur və sahibkarlar hüquqi cəhətdən bərabər imkanlara malikdir. AR-nin Strateji Yol xəritəsində qadın sahibkarlığını inkişaf etdirmək məqsədilə stimullaşdırıcı mexanizmlər kimi kreditləşdirmə,vergiqoyma və digər güzəştlər nəzərdə tutulmuşdur. Bundan başqa qadın sahibkarlığına informasiya dəstəyi,biznes inkubatorlarının, qadın sahibkarlığı assosiasiya və peşə təşkilatlarının yaradılması qarşıya məqsəd qoyulub. (Strateji Yol Xəritəsi 2020)

Hal-hazırda Ölkəmizdə sahibkarlığa dəstək üçün yaradılmış bəzii təşkilatlar fəaliyyət göstərir.

"Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası"(AQSİA) İctimai Birliyi 26.10.2017-ci ildə təsis olunub ,22 dekabr 2017-ci ildə isə dövlət tərəfindən qeydiyyata alınıb.Birliyin sədri “Bakı Tekstil Fabriki” MMC-nin də sədri olan Səkinə Babayevadır.Təşkilatın əsas məqsədi Azərbaycan iqtisadiyyatında qadın sahibkarların biznesin müxtəlif sahələri üzrə fəaliyyətinin dəstəklənməsi ,onların hüquq və iqtisadi maraqlarının qorunması, fəaliyyət göstərdikləri sahələrin inkişafının davamlı olmasıdır.Vəzifələri isə,ən yaxşı təcrübədən istifadə edərək xidmət standartlarını yüksəltmək,təşkilata üzv olan hər bir qadının maraqlarını qorumaq və dəstəkləmək,qadın sahibkarlar arasında sahibkarlıq haqqında qabaqcıl informasiyaların yayılması,qadın sahibkarların gördüyü işlər barədə Azərbaycanla bağlı olan informasiyaların toplanması və dərc edilməsi,qadınları sahibkarlığa cəlb etmək məqsədiylə müxtəlif seminar və konfranslar təşkil etməkdir.

Sahibkarlığın İnkişafı Fondu-Dövlət başçısının 31 iyul 2018-ci il Fərmanı ilə Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu ləğv edilərək, Sahibkarlığın inkişafı fondu yaradıldı. İndiyədək Fond tərəfindən 2070 sahibkar qadına toplamda 46.2 milyon manat güzəştli kreditlər verilib.Bunun sahəsində isə 3000-dən çox yeni iş yerinin yaradılmasına nail olunub və bu istiqamətdə tədbirlərin davamlı olması nəzərdə tutulur.

Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi-Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 28 dekabr 2017-ci il tarixindəki Fərmanı əsasında yaradılıb.Agentliyin əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri də qadın sahibkarlığının inkişafı üçün zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Bu məqsədlə

“We2019” Xanım sahibkarlar üçün müsabiqə, “SHE Congress” (“Smart. Happy. Elegant.”) tədbiri, "Scale Up" akselerator proqramı, “Qış Bazarı” satış-yarmarkası və s. Fəaliyyətlər həyata keçirilib, “İş Qadınlarına Dəstək” İctimai Birliyi yaradılıb.

Nəticə

Nəticə olaraq onu qeyd edə bilərik ki,Respublika əhalimizin yarıdan çoxusu qadınlardır,lakin statistikada sahibkarlıqla məşğul olan qadınlar kişilərdən 58% azdır.Bunun səbəbi kimi deyə bilərik ki,cəmiyyətdə qadınların kişilərlə birlikdə bizneslə məşğul olmasına mənfi hal kimi baxılır.Milli adət-ənənələr və mentalitet kimi səbəblərdən qadınların qarşısına tələblər və maneələr qoyulur.Təəsüf ki, qadın ailəsi və uşaqların tərbiyəsi ilə məşğul olan,heç bir sosial çevrəsi olmayan,yalnız ev işləri,ailənin problemləri ilə öhdələndirilir.Zaman-zaman ölkəmizin yadelli işğalçıların hücumuna məruz qalması və bunun nəticəsi olaraq qaçqın və məcburi köçkünlərin sayının artması,qız uşaqlarının təhsilinin yarımçıq qalması da qadın sahibkarlığının inkişafına olan əsas maneələrdən biridir.

Qeyd etdiyimiz bütün bu problemlər qadın sahibkarlığının inkişafı üçün,əngəllər yaradırdı.Müstəqilliyimiz qazandıqdan sonra iqtisadiyyatımızda baş verən müsbət dəyişikliklər əhali arasında biznese yönəlmiş maraq yaratdı.Müxtəlif təlimlər,peşə təhsili və layihələr hazırlamaq və həyata keçirməklə,fondlar,QHT-lər yaradılmaqla əhaliyə bu sahə üzrə informasiyalar verilirdi.Və bütün bunların nəticəsi olaraq sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyən qadınların əmsalında ciddi artımın baş verdiyini müşahidə edirik.Qadınlar artıq istədikləri hər hansı bir sahəyə yönəlir,bu sahələr üzrə kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayır və sonda böyük uğurlar qazanırlar.

Sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən qadınlarımızı bu sahədə uğura aparacaq addımlar barədə marifləndirmək üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirməli,onlara hüquqlarını bilmək və öz haqlarını tələb etməkdə yardımçı olmaq lazımdır.Xanımlarımız fəaliyyət göstərdikləri sahibkarlıq sahələri üzrə ixtisaslaşdırılmalıdır.Xalçaçılıq,pambıqçılıq kimi sahələrin inkişaf etdirilməsi,yeni iş yerlərinin,zavod və fabriklərin açılması,burda istehsal olunan məhsulların xarici ölkələrə ixrac olunması,qadınlar arasında ixtisaslı kadrların,savadlı,təcrübəli mütəxəssislərin hazırlanması prosesi sürətləndirilməlidir.Bu məqsədlə də bir sıra işlər görmək,yenilikçi layihələr hazırlamaq lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. ABAD - http://abad.gov.az/az
2. Ahmet Merih Özyılmaz 2016 Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma
3. Allen, I.E., Elam, A., Langowitz, N. and Dean, M. (2007), "Global entrepreneurship monitor (GEM).
4. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. https://www.stat.gov.az/source/gender/
5. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi 2016 https://static.president.az/pdf/38542.pdf
6. Gupta, V. and Bhawe, N. (2007), "The influence of proactive personality and stereotype threat on women"s entrepreneurial intentions", Journal of Leadership and Organizational Studies, səh. 73-85.
7. Hewlett, S.A. and Luce, C.B. (2005), "Off-ramps and on-ramps: keeping talented women on the road to success", Harvard Business Review, səh. 43-54.
8. Kiçik Orta Sahibkarliğin İnkişaf Etdirilməsində Qadin Sahibkarliğin Rolu: Azərbaycan Baki Nümunəsində, 2018 - Ülkər Bayramova
9. Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research", Academy of Management Review, səh. 217-26.

Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı İstiqamətləri

Səma Mustafayeva

mustafayeva08021996@gmail.com

Xülasə

Son illər ölkədə həyata keçirilən iqtisadi islahatların başlıca istiqaməti kimi çıxış edən bazar mexanizmlərinin inkişafının əsasında sahibkarlıq bölməsinin yaradılması və inkişafı durur. Bu istiqamətdə ölkədə mütəmadi olaraq hökumət tərəfindən bir sıra təşkilati, hüquqi və iqtisadi tədbirlər görülmüş, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün daha da əlverişli mühitin yaradılması məqsədilə islahatlar aparılmışdır.

Bu tədbirlərin bir parçası olan dünyada qadın sahibkarlığının inkişafı ilə bağlı tədqiqat və araşdırmaların aparılması aktual məsələlərdəndir. Dünya ölkələrində qadın sahibkarlığı iqtisadi, siyasi və sosial inkişafa təkan verən əsas amillərdən biri kimi qiymətləndirir. Qadın sahibkarlığının geniş yayıldığı ölkələr daha çox inkişaf etmiş ölkələrdir, çünki İEÖ-də təhsil səviyyəsi olduqca yüksəkdir.

Azərbaycanda da bu sahədə elmi tədqiqatların araşdırılmasına böyük ehtiyac var. Aparılmış islahatlar, həyata keçirilmiş tədbirlər, qadın sahibkarlığına əsaslanan bir sıra qərarların qəbul edilməsi, ölkə Prezidentinin bu sahə üzrə imzaladığı fərman və sərəncamlar, Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlığının inkişafının əhəmiyyətinin xüsusilə qeyd olunması, bu istiqamətdə həyata keçirilən işlər bir daha onu sübut edir ki, qadın sahibkarlığının inkişafı etdirilməsi dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biridir. Məhz bu səbəbdən də qadın sahibkarlığının inkişafının təmin edilməsi dövlətin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir.

Xüsusilə bizim kimi inkişaf etməkdə olan ölkə üçün qadın sahibkarlığının inkişafı ölkənin iqtisadi rifahının yüksəlməsinə səbəb olur. Təhsilin inkişafı, bu məqsədlə aparılan islahatlar, hazırlanan proqramlar, maarifləndirici tədbirlər və s. kimi fəaliyyətlər qadın sahibkarlığının inkişafında mühüm rol oynayacaqdır.

Açar sözlər: Qadın sahibkarlığı, sahibkarlığın inkişafı,inkişafdakı problemlər.

Giriş

Bugünkü dövrümüzdə ölkəmizdə çox güclü imkanlara malik sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan qadınlarımız var. Düzdür, qadın sahibkarların sayı qismən kişilərə nisbətən azlıq təşkil edir, lakin dövlətin gənc qadınların sahibkarlığa meyil etməsi üçün həyata keçirdiyi tədbirlər qadınların bu sahəyə olan maraqlarını daha da artırır. Qadın sahibkarlığını dəstəkləyən, onun inkişafı üçün stimullaşdırıcı tədbirlər reallaşdıran təşkilatların yaranması, əhatə dairələrini genişləndirmələri yaxın gələcəkdə qadın sahibkarlığının inkişafına böyük töhvə verəcəkdir. Dövlət tərəfindən sahibkarlara tam dəstəyin verilməsi, strateji yol xəritəsində qeyd olunması, qadın sahibkarlığın dövlət qarşısında da prioritet siyasət olaraq ön sıralarda durduğunun göstəricisidir.

Qadınların ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətində hərtərəfli iştirakı digər işsiz və ya öz işini qurmaq istəyən qadınlarada stimul verir, cəmiyyətimizdə yeni fikirlərin yaranmasına səbəb olub gələcək nəsilin yüksək səviyyəli təhsilini təmin edir. Onlar müstəqil, öz işlərinin sahibi olmaqla birlikdə şəxsi insan kapitalı səviyyələrini də yüksəldirlər ki, bu da cəmiyyətin inkişaf səviyyəsinin artmasına yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Bilirik ki, "cəmiyyətdə qadınlar üzərinə çox böyük vəzifələr düşür, onların işi həmişə ağırdır. Ancaq onlar bu vəzifələri şərəflər yerinə yetiri və həmişə olduğu kimi indi də cəmiyyətdə aparıcı rol oynayırlar". (Heydər Əliyev)

Metod

Tədqiqat metodları: Analiz, Sintez, Müqayisəli təhlil, Statistik təhlil metodları, Empirik tədqiqat metodlarından, Müşahidə metodundan istifadə edilib.

Tədqiqatın obyekti: Qadın sahibkarlığı

Analiz

Məqaləmə ilk öncə bu sualla başlamaq istərdim: Qadın nədir? Qadın lövbər salınacaq bir limandır...Hər kəsdə bir az yox, bir kəsdə bütün olmaqdır qadın...Hər bir kəsin görmək istədiyi ancaq görə bilmədiyini görmə bacarığına malik, yeni məhsul, habelə yeni mənbə və yerli istehsal metodlarıyla yeni kombinasiyalar yaradan, var olan durğunluğu aradan qaldıran insan kimi qadın sahibkarlar iqtisadi reallığın gerçək qəhrəmanı sayılırlar.

Ölkə siyasətinin əsas məqsədlərindən biri davamlı iqtisadi artıma və rəqabətə davamlı milli iqtisadiyyatın formalaşmasına nail olmaqdır. Son dövrlərin iqtisadi göstəriciləri onu göstərir ki, ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlıqların yaradılmasına böyük diqqət ayrılmış, sahibkarlıq sahəsində əhəmiyyətli nailiyyətlər əldə olunmuş, işgüzar və investisiya mühiti yaxşılaşdırılmış, qadın sahibkarlar da daxil olmaqla ölkədə fəaliyyət göstərən sahibkarlar aparılan uğurlu iqtisadi islahatlar nəticəsində cəmiyyətin aparıcı qüvvəsinə çevrilmişlər. Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, fərdi sahibkarların sayının artmasına baxmayaraq onlar arasındakı qadın sahibkarların sayı elə də çox deyildir. Belə ki, yarımillik hesabatlardakı məlumatlara əsasən fərdi sahibkarların 78,4%-ni kişi, 21,6%-ni isə qadınlar təşkil edir (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi [AR], 2019).

Qeyd edək ki, Azərbaycanda hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayı 200 minə yaxındır və 2019-cu il noyabr ayınadək Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitlərindən təxminən 4 300-dək sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan qadın yararlanaraq 115 mln. manatdan çox kredit əldə edib.

Dövlət Statistika Komitəsinin açıqlamasına görə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə Şərqdə qadınlara seçki hüququ verən ilk ölkə olan Azərbaycanda sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayı 170934 nəfərdir və onun 31.4%-i paytaxt Bakıda, həmçinin 17.1%-i Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda və 10.6%-i isə Lənkəran iqtisadi rayonunda fəaliyyət göstərir (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2018). Statistik göstəricilər onu göstərir ki, qadın sahibkarlığın inkişaf göstəriciləri regionlar üzrə müxtəlifdir. Bəzi regionlar üzrə sahibkarlıqla bağlı göstəricilərin yüksək olmasına baxmayaraq, ən yüksək göstərici paytaxt Bakıdadır. Azərbaycanda sahibkar qadınların 32,8% -i əhalinin daha çox hissəsinin cəmləşdiyi Bakıda, 17,1%-i əlverişli təbii şəraitə, mühüm energetika bazasına malik Aran, 16,2%-i Gəncə-Qazax, qalanları isə digər iqtisadi rayonlarda qeydiyyatdan keçib. Digər bir göstəriciyə nəzər salaq:

Cədvəl 1. Əmək qabiliyyətli yaşda olan iqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə

	Cəmi		Şəhər yeri		Kənd yeri	
	qadınlar	kişilər	qadınlar	kişilər	qadınlar	kişilər
Əhalinin iqtisadi fəallığının səviyyəsi*	71,3	74,9	67,8	71,9	75,5	78,3
Məşğulluğun səviyyəsi*	67,0	71,8	62,9	68,3	71,7	75,8
İşsizliyin səviyyəsi	6,1	4,1	7,1	5,1	5,0	3,2

Qadınlar 15-59,5 yaşda, kişilər 15- 62,5 yaşda

*Əmək qabiliyyətli yaşda olan əhaliyə nisbəti

Mənbə:Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (2018)

Cədvəl 1-də göründüyü kimi iqtisadi fəal əhalidə qadınların 71,3% olduğu halda işsizlik səviyyəsinin göstəriciləri kişilərə nisbətən çox olduğu nəzərə çarpmaqdadır. Həmçinin kənd yerində yaşayan qadınların məhsuldarlıq səviyyəsi şəhərdə yaşayan qadınlara nisbətən 7,7 % yüksəkdir. Bu onu göstərir ki, regionlarımızda əmək prosesinə cəlb olunmuş qadınlar əksər hallarda muzdlu işlərdə işləyirlər. 71,7%-in tərkibində fermer təsərrüfatlarına və ya kənd təsərrüfatı işlərinə cəlb edilmiş qadınlar, digərləri və cüzi hissəsi sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan qadınlar daxildir. Kənd yerlərində bir çox qadınlar öz həyətyanı sahəsində müxtəlif ev heyvanlarının, müxtəlif quşların, iribuynuzlu, xırdabuynuzlu heyvanların yemləyərək bir müddətdən sonra onlardan əldə olunan məhsulları və ya heyvanların özlərini satıb gəlir əldə edir və ya digər bir nümunə tərəvəzçilik, meyvəçiliklə, bitkiçiliklər məşğul olaraq qadınlar öz əl qabiliyyətlərinin sayəsində gəlir əldə edirlər. Əslində bunlar da sahibkarlıq hesab olunur. Lakin bu fəaliyyətlər ölkəmizdə, hətta bir çox ölkədə rəsmi qeydiyyatdan keçmədiyi üçün buna dair statistik informasiyalar tam dəqiq deyildir.

"Women Matter Türkiye 2016" da əks olunan hesabatlara görə dünya miqyasında qadınlar istehlakçıların 50%-ni təşkil edir, həmçinin onlar bir çox sektorda istehlakçı qərarlarının 70%-nə təsir edirlər. Həmçinin hesabatda qadın işçilərin istehlakçı davranışları və seçimlərində böyük rol oynadığını, qadınların işlədiyi sahələrdə "müştəri məmnuniyyəti"ni əsas götürdükləri bildirilmişdir. Ayrıca müştəri marağının artmasını təmin etmək istəyən firmalar marketinq və müştəri xidmətləri başda olmaqla bütün departamentlərində qadın işçi faizlərinin balanslı şəkildə olması vacibdir ("Women Matter Türkiye 2016" Türkiyənin potensialı: Qadının iş dünyasındakı yeri, McKinsey&Company, 2016).

Qadın sahibkarlıq fəaliyyətinə dair statistik məlumatların tam düzgün olmamasının digər bir səbəbi isə qadın sahibkarların sayının və dəqiq, xüsusiyyətlərinin birbaşa qeyd edilməsində yaranan problemlər, böyük ölçüdə qadınların statistik məlumatlarının yetərsiz olduğu, kiçik xidmət sektorlarında fəaliyyətlə məşğul olmasıdır. (Bayramova, 2018).

Gender bərabərliyinin təmin edilməsi, habelə qadınlar və kişilər üçün əmək bazarında bərabər imkanların yaradılmasına istiqamətlənmiş məsələlər öz əksini ölkəmizin uzunmüddətli inkişafının əsas prioretlərini müəyyən edən "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında tapmışdır.

Düzdür, cins, irq, və digər keyfiyyətlərə görə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan insanları bir-birindən ayırmaq, onların hər birinə müxtəlif cür münasibət göstərmək sahibkarlığın inkişafına mane olan amillərdən biridir. Belə davranışlar sahibkarlıq sferasının parçalanmasına gətirib çıxarır. Həmçinin sahibkarlıq fəaliyəti ilə məşğul olan kəslər peşakar olmaqla yanaşı xüsusi bilik və bacarıqlara malik olmalıdır, onun cinsi mənsubiyyəti, yaşı və digər əlamətləri sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir etməməlidir

Lakin qanunvericilikdə qadınlara sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmasına görə heç bir məhdudiyyət və ya güzəşt nəzərdə tutulmur. Bu o deməkdir ki, sahibkarlıqla məşğul olan qadınlar xüsusi bir güzəşt növündən faydalanmır. Bununla belə, qadınlar da kişilərlə bərabər və eynihüquq çərçivəsində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola bilər. AR-nin Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlığı ilə bağlı başlıqda qadın sahibkarlığın inkişafının təkmilləşdirilməsi dövlətin prioritet bir vəzifəsi kimi qəbul

edilir.

Bugün ölkəmizdə qadın sahibkarlığının inkişafı prioritet məsələlərdən biri olaraq qalmaqdadır. Ölkədə qadınların iqtisadi təşəbbüsü artmaqda davam edir və bu sosial-iqtisadi inkişafın əldə olunmasında, məşğulluğun artmasında böyük rol oynayır. Belə ki, ölkəmizdə qadın sahibkarlığının inkişafının təmin olunması məqsədilə "Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası" İctimai Birliyi yaradılıb. Birliyin məqsədi Azərbaycanda qadın sahibkarlığına dəstək olmaq və onların sayını artırmaqdır.

Ölkəmizdə qadın sahibkarlığına dəstək olmaq məqsədilə yaranan bəzi digər təşkilatlar arasında 4200 qadın sahibkara 104 milyon manatadək güzəştli kredit ayıran Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi, dekorativ-tətbiqi xalq sənətkarlığı və kənd təsərrüfatı sahəsində fəaliyyət göstərən ailə bizneslərinə dəstək layihələri həyata keçirən, bir çox qadınların öz əl işlərini təqdim etməklə kənd təsərrüfatı və əl əməyindən ibarət məhsullarını satışa çıxardıqları ABAD qurumunu misal göstərə bilərik (Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, 2019).

Qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar

Qadınları sahibkarlıqla məşğul olmağa yönləndirən əsas faktorlar arasında qadınların öz işlərinin rəhbəri olmaq, onlara verilən "evdar qadın" rolundan çıxmaq, gəlir əldə etmək, maddi baxımdan müstəqil olmaq arzularının olmasıdır. Qız övladlarına dəstək, onların stimullaşdırılması, habelə maddi cəhətdən yanlarında olmaq qadınların sahibkarlıqla məşğul olmasının digər mühüm səbəblərindəndir. Sosiallaşmağı, dünya görüşünü təkmilləşdirməyi, insanlarla kommunikasiyanı inkişaf etdirməyi də qadınları bu sahəyə yönləndirmək üçün səbəb olaraq göstərə bilərik. Gördüyünüz kimi sahibkarlığa yönləndirən müxtəlif səbəblər vardır, lakin hər birinin daxilində yüksək səviyyəli təhsil, ailə və gəlir baş rolda özünü göstərir.

Lakin günümüzdə qadınların təhsilsiz olması, öz hüquqlarını bilməməsi qadına qarşı zorakılıq hallarının artmasına səbəb olur. Başqa cür desək, dünyada və ölkəmizdə qadına qarşı şiddət artmaqda davam edir. Dünyada hər 3 qadından biri şiddətə məruz qalır, erkən nikahlar da bu cür problemlərin yaşanmasında böyük rol oynayır. Bu səbəbdən qızların təhsil almasına yönəlik müxtəlif tədbirlər həyata keçirilməli, xüsusi məktəblər, liseylər fəaliyyət göstərilməlidir, xüsusilə regionlarımızda qızların təhsil almasının vacibliyi ilə bağlı onların ailələri arasında maarifləndirici tədbirlər keçirilməlidir. Necə ki müsəlman Şərqində ilk qızlar məktəbinin yaradıcısı Hacı Zeynalabdin Tağıyev deyib: "Bir oğlana təhsil verməklə təhsilli bir insan qazanırsız, bir qıza təhsil verməklə isə təhsilli bir ailə..".

Qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemlər

Qadın sahibkarların elə qadın olması onların iş həyatı boyunca qarşılaşdıqları ən böyük problem olaraq hələ də qalmaqdadır. Ümumiyyətlə, qadınlar yeni bir iş qurarkən, yeni bir sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmağa başlarkən bir sıra problemlərlə üzləşirlər. Kişilərdən fərqli olaraq cəmiyyətin idarəedici, rəhbər kimi vəzifələrdə qadınları çox zaman qəbul etməməklə onları ruhdan düşmələrinə səbəb olurlar. Son onillikdə düşüncə tərzimiz dəyişməsinə baxmayaraq, yenə də qadınları tam olaraq lider və ya idarəedici mövqeyində görə bilmirik.

Qadın sahibkarların əsasən aşağıdakı problemlərlə qarşılaşırlar:

- Təhsil və təcrübə əksikliyi:
- Maliyyə azlığı:
- Sosial məsuliyyətlər:
- Ailə üzvlərinin dəstək olmaması:
- Glass Ceiling Block (Şüşə tavan).

Bu problemlərin çoxu bizə məlumdur. Onlardan ən çox diqqət çəkəni "glass ceiling blok" problemidir. Bu elə bir haldır ki, eyni ixtisasa və təcrübəyə sahib olub, eyni işləri gördüyü halda sırf cinsi ayrıseçkilik olaraq qadınlara daha az əmək haqqı verilməsi və ya iş həyatında tutduğu mövqeydən bir pillə üstün mövqeyə addım atabiləcəyi halda, qazandığı bilik və bacarıqlarının gözardı edilməsi kimi halların yaşanmasına deyilir. Müasir dözrümüzdə də bir çox qadın "glass ceiling blok"la üzüzə qalır, haqq etdiyi nəticəni uğuru əldə edə bilmir. Bu cür hallar rəsmi olaraq sənəd üzərində əks olunmasa da, bəzi dövlətlərdə, idarələrdə və sektorlarda bu halların yaşanması qaçınılmazdır.

Nəticə

Bu problemlərin həlli yolunda, həmçinin qadın sahibkarlığın inkişafı istiqamətində aşağıda göstərilmiş təklifləri irəli sürə bilərik:

1. Qadın sahibkarlığının göstəriciləri yüksək olan İEÖ-dən nümunə proqramlar götürülməli Azərbaycanda tətbiq edilməlidir.
2. Qadın sahibkarlıqla bağlı dövlət tərəfindən dəqiq dövlət proqramları hazırlanmalı, icrası təmin olunmalıdır.
3. Şirkətin qurulması, sənədləşdirilmə işləri yüngülləşdirilməli, bir mərkəzdə sadə və dəqiq olmalıdır.
4. Yalnız kənd təsərrüfatı deyil, həmçinin digər sektorlar üzrə vergitutmalarda yeni sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayan qadınlara güzəştlər tətbiq olunmalıdır.
5. Qadın sahibkarlara verilən kreditlərin faiz dərəcələri aşağı salınmalıdır.
6. Qadın sahibkarlıq subyektləri ilə bağlı müntəzəm olaraq təhlillər aparılmalı və hesabatlar hazırlanmalıdır.
7. Qadın sahibkarlığını dəstəkləyən qurumların işi böyüdülməli, sahibkarlıqla bağlı start-up hazırlayan hər bir qadına başdan sona qədər sahibkarlıq fəaliyyətində köməklik göstərilməlidir.
8. Sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə yaranmış problemlərin, şikayət və təkliflərin bir mərkəz tərəfindən idarə olunması məqsədə uyğundur.

Cəmiyyətə dəyər qatan, ölkənin sosial mədəni, siyasi, fikir dəyişmələrində rol alan qadınların iqtisadi mühitdə inkişafı önəmlidir və bu prossesin sürətli inkişafı üçün araşdırmalar aparılmalı problemlərin əsas səbəbləri tapılmalıdır. Bu gün Azərbaycan Respublikasında 170934 qadın sahibkar var və bunların 53653 nəfəri Bakı şəhərində fəaliyyət göstərir. Bu məqalənin mövzusunun araşdırılması zamanı Azərbaycandakı qadın sahibkarlığın mövcud vəziyyəti, ölkə iqtisadiyyatındakı rolu, qadınları

sahibkarlığa yönləndirən faktorlar, qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemlər araşdırılmış və təhlilləraparılmışdır.

Respublikamızın əhalisinin yarıdan çoxunu qadınlar təşkil edir. Buna baxmayaraq statistik hesabatlarda qadınlar sahibkarların kişi sahibkarlardan sayının 58% az olduğunu müəyyən edirik. Bunun əsas səbəbi olaraq bir qadının ölkə iqtisadiyyatında kişilərlə birgə fəaliyyətinə mənfi hal kimi baxılmasını göstərə bilərik. Mentalitet, adət-ənənə kimi səbəblər qadınlar üzərində ağır bir yük olub onlar qarşısında böyük maneələr yaradırdı. Qadın yalnız ev işləri ilə məşğul olmalı, ailə-ev, uşaq məsuliyyəti daşımalı, heç bir sosial fəaliyyəti olmuyub ailə problemlərinin həlli ilə məşğul olan insan olan müəyyənləşdirilirdi. Keçən dövr ərzində müxtəlif işğal xarakterli hücumlar insanlarda ruh düşkünlüyü yaratmış, bu səbəbdən öz yurdlarını tərk edən məcburi köçkünlərin, xüsusilə qız uşaqlarının təhsili yarım qalmışdır. Bu isə özü-özlüyündə qadın sahibkarlığının inkişafına müəyyən məhdudiyyətlər yaratmışdır. Sovet İttifaqının var olduğu dövrdə yalnız qadınlar deyil, həmçinin kişilərin hüquqları belə məhdudlanmış, fərdi sahibkarlıqla məşğul olmaq üçün icazələr çətinləşmiş, yalnız sovet hakimiyyətinə məxsus obyektlərdə işləmək məcbur hala çevrilmişdi.

Yuxarda qeyd olunan bir çox problemlər qadın sahibkarlığın qarşısında bir əngəl, maneə yaradırdı. Müxtəlif qeyri-hökümət təşkilatları, fondlar yaradılmaqla, layihələr təlimlər keçirilməklə vətəndaşlar bu yolla maariflənirlər. Bunun sayəsində son zamanlarda sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyin qadınların sayında artım görürük. Qadınlar kiçik bir təşəbbüs reallaşdırır və uğurlu nailiyyətlər əldə edirlər.

Qeyd edək ki, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin inkişafı istiqamətində dövlətin həyata keçirdiyi digər tədbirlərdən biri qadın sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi istiqamətindədir. AR-nin Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlıqla bağlı başlıq qadın sahibkarlığın inkişafının sürətlənməsinin dövlətin prioritet bir vəzifə kimi qəbul etməsinin göstəricisidir. Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlığının inkişafı məqsədilə görüləcək tədbirlər planı kimi, stimullaşdırıcı mexanizimlərin işlənib hazırlanması, informasiya dəstəyinin inkişaf etdirilməsi, qadın sahibkarlar assosasiyalarının və peşə təşkilatlarının yaradılması üzrə işlər aparılır. (Strateji Yol Xəritəsi 2019) Belə ki, ölkəmizdə qadın sahibkarlığının inkişafının təmin olunması məqsədilə "Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası" İctimai Birliyi yaradılıb. Birliyin məqsədi Azərbaycanda qadın sahibkarlığına dəstək olmaq və onların sayını artırmaqdır.

Uğurlu və bol qazanclı sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən xanımlar öz hüquq və vəzifələrini bilməli, quracaqları iş üzrə ixtisaslaşdırılmalı və maarifləndirilməlidirlər. Qədim fəaliyyət növü olan pambıqçılıq, xalçaçılıq kimi sahələrin inkişaf etdirilməsi, yeni fabrik, zavodların yaradılması, yaradılan məhsulların xaric ixracının təmin olunması, qadınlar arasında bilikli, təcrübəli mütəxəssislərin hazırlanması üzrə layihələr hazırlanıb tədbirlər həyata keçirilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. "Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair" Strateji Yol Xəritəsi, 2016.
2. Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığın İnkişafı Milli Hesabat. Strateji Yol Xəritəsi 2020" Proqramı.
3. Bayramova Ü.A. (2019), "Kiçik Orta Sahibkarlığın İnkişaf Etdirilməsində Qadın Sahibkarlığın Rolu: Azərbaycan Bakı Nümunəsində".

4. “Women Matter Türkiye 2016” Türkiyənin potensialı: Qadının iş dünyasındakı yeri, McKinsey&Company, 2016.
5. BƏT-in ″Azərbaycan və Gürcüstanda İşəgötürənlər Təşkilatları vasitəsilə Qadın Sahibkarlığın İnkişafı″ layihəsi.
6. edf.gov.az
7. stat.gov.az
8. scfwca.gov.az
9. doingbusiness.org
10. aqsia.coder.az

Kiçik və Orta Sahibkarlığın İnkişaf Etdirilməsində Qadın Sahibkarlığın Rolu

Pinar Cəbrayılova

pinar.cebrayilova@gmail.com

Xülasə

Son dövrlərdə istər, dünyada istərsə də, Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığının xüsusi ilə bu səviyyədə əhatə olunan qadın sahibkarlığının araşdırılması aktual mövzulardan biridir. Dünya ölkələrində iqtisadi, siyasi və sosial inkişafa təkan verən əsas amillərdən biri kimi qiymətləndirilir. Diqqət etsək görərik ki, qadın sahibkarlığının geniş yayıldığı ölkələr daha çox inkişaf etmiş ölkələrdir və bu mövzu yuxarıda göstərilənlərə görə öz aktuallığını qoruyub saxlayır. Azərbaycanda bu sahədə tədbirlər görülməsinə böyük ehtiyac var. Aparılan islahatlar, qadın sahibkarlığı ilə əlaqəli qəbul edilmiş bir sıra qərarlar, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin bu sahədə imzaladığı fərman və sərəncamlar, strateji yol xəritəsində qeyd olunması, bu istiqamətdə işlər bir daha sübut edir ki, qadın sahibkarlığın inkişafı dövlətin iqtisadi siyasətinin əsas prioritet istiqamətlərindən biridir. Günümüzdə dövlətimizin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri qeyri neft sektorunun inkişafına təkan verməkdir. Məhz bu səbəbdən də xüsusi ilə qadın sahibkarlığının inkişafının təmin edilməsi dövlətin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir. Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq əvəllər az işlənmişdir. Xüsusilə bizim kimi inkişaf etməkdə olan ölkə üçün bu mövzu çox aktualdır. Əgər bu gün sahibkarlığın inkişafına diqqət ayırırıqsa, sahibkarlıqda qadınlarında iştirakına yol açmalıyıq. Ölkə əhalisinin yarısını təşkil edən qadınların iqtisadiyyatda iştirakı olmadan iqtisadi inkişafın sürətlənməsi mümkünsüzdür. Bir ölkənin iqtisadiyyatında sahibkarlıq göstəriciləri nəqədər çoxdursa o ölkənin iqtisadiyyatı və gücü bir o qədər sağlamdır.

Açar sözlər: Kiçik və Orta Sahibkarlıq, Qadın Sahibkarlığı, Sahibkarlığın İnkişafı.

Giriş

Azərbaycan Respublikası keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdən biridir. Keçid dövründə baş vermiş iqtisadi və texnoloji dəyişikliklərin nəticəsində bir çox yeni iqtisadi imkanlar yaranmışdır. Lakin heç də hər bir kişi və qadın iqtisadi yüksəlişdən eyni dərəcədə bəhrələnə bilməmişdir. İqtisadi və sosial inkişafın səmərəliliyinə nail olmaq, iqtisadi inkişaf və yüksəlişdən bəhrələnmək üçün cəmiyyətin hər iki cinsdən olan üzvləri özlərinin imkanlarını dərk etməli və bundan istifadə etməlidirlər. Cəmiyyətin sosial, iqtisadi, siyasi və mədəni həyatında qadınların iştirakını təmin etmədən buna nail olmaq mümkün deyil.

Azərbaycanda qadınlar əhalinin əksər hissəsini (51,2%) təşkil edir. Son illərdə qadınların sahibi olduğu müəssisələrin sayının artdığı müşahidə olunur. Sahibkarlığın və kiçik biznesin inkişafının yeni iş yerlərinin yaradılması, işsizliyin azaldılması və məşğulluğun artırılması sahəsində səmərəli vasitə olduğunu nəzərə alsaq, mövcud və potensial qadın sahibkarların inkişaf proseslərindən kənarda qalmadığı təmin edilməlidir. Belə ki, qadın sahibkarlığın inkişafı yoxsulluğun azaldılmasına, qadınların iqtisadi və sosial nüfuzunun artmasına və bir çox hallarda, cəmiyyətdə qender bərabərsizliyinin aradan qaldırılmasına yardım edir. Qadın sahibkarlığın ehtiyaclarının, problem və xüsusiyyətlərinin təhlili qadın sahibkarlığın, ümumilikdə isə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına yardım edəcəkdir.

Qadınların məşğulluq imkanlarının artırılması, biznesə başlamaq və inkişaf etdirmək üçün onlara müvafiq mənbə və bacarıqların verilməsi sahəsində hökumət, donorlar, həm yerli, həm də beynəlxalq Qeyri-Hökumət Təşkilatları (QHT) tərəfindən bir çox tədbirlər həyata keçirilmişdir. Bununla belə, hələ də ölkədə qadınların produktiv resurslardan, xüsusilə, kredit resurslarından, bazar və müxtəlif imkanlardan istifadəsini məhdudlaşdıran sosiali-qtisadi maneələr qalmaqdadır. Bundan başqa, cəmiyyətdə üstünlük təşkil edən mövcud stereotiplər də ümumilikdə, qadınları bizneslə məşğul olmaqdan çəkindirir. Ölkədə

qadın sahibkarlığın inkişafını təmin edəcək düzgün proqramların və strategiyanın müəyyənləşdirilməsi qadın sahibkarlığı ilə bağlı məsələlərin təhlil edilməsi və aydınlaşdırılmasını tələb edir.

Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı anlayışı

Hər kəsin baxdığı amma görə bilmədiyini görmə qabiliyyətinə sahib olan, yeni məhsullar, yeni bazarlar, yeni mənbələr və yerli istehsal üsullarıyla yeni kombinasiyalar inkişaf etdirərək, mövcud durğunluğu yıxan adam olaraq qadın sahibkarlar iqtisadi həyatın gerçək qəhrəmanlarıdır. Sahibkar olaraq cəmiyyətdə var olmaq qadına; digər işlərlə müqayisədə daha müstəqil olmaq, düşüncələri ilə hərəkət etmək, öz işinin sahibi olmaq, özünü təsdiq etmək və gələcək hədəflərinə çatmaq üçün bir fürsətdir. 1970-ci ildən öncə sahibkarlıqda bir neçə nümunədən başqa qadın sahibkarlar haqqında danışılmırdı. 1986-cı ildən etibarən bu mövzu nəzəri olaraq araşdırılmağa başlamışdır. Ədəbiyyatda qadın sahibkarlara müxtəlif tərifl ər verilməkdədir; Buttner və Moore (1997) görə qadın sahibkar, müəssisəni quran, aktiv olaraq idarəçilikdə söz sahibi olan, idarənin 50 faizinə sahib olan və ən az 1 il müxtəlif işlər təşkil edəndir. Sosyala (2010, s.74) görə evdən kənar, ticarət məqsədli bir müəssisə quran, dövlət və ya özəl şirkətlərlə əlaqə quran, tək başına və ya bir neçə işçisi olan, ortaqlıq edən, gələcəklə bağlı planlar və strategiyalar quran, müəssisənin üzərində söz sahibi olan və risk alandır. Sahibkarlıq, tarixən həmişə bir “kişilərə xas bir sahə” olaraq görülmüşdür . Amerikalı yazar və şair Gertrude Stein'ın da söylədiyi kimi, “Sahibkar, sahibkardır” və ölçüsünün, şəklinin, rənginin ya da cinsiyyətinin əhəmiyyəti olmamalıdır. Son illərdə dünyada işçilərin demoqrafik strukturunda bir çox dəyişikliklər meydana gəlmiş və bu dəyişikliklər xüsusilə qadınlara təsir etmişdir. Sənaye İnqilabına qədər qadınların vəzifələri çox diqqətə çarpan bir şəkildə ev və ya əl işi olaraq müəyyən edilmişdirsə, sonrakı dövrlərdə qadınların cəmiyyətdəki mövqeyinde mənalı dəyişikliklər olmuşdur. Beləki, qadınlarda fəal əhalinin bir hissesini təşkil etməyə başlamışlardı.

Sahibkarlıqdan fərqli olaraq və təyin edilməsinə görə, qadın sahibkarlıq tərif edərkən ümumi olaraq bir çərçivə çəkilir:

♣ Evdən kənar bir yerdə onun adına bir və ya bir neçə iş yeri olan,

♣ Qurmuş olduğu iş yerində tək başına və ya digər şəxslərlə çalışan

♣ Hər hansı məhsul və ya xidmət istehsal edib, satışını təşkil edən

♣ İşlə əlaqəli sahibkarlar, dövlət müəssisələri və qeyri-hökümət təşkilatları ilə əlaqələr yaradan

♣ İş prosesinin təşkili, planlaması, iş yerinin bağlanması və ya genişləndirilməsində birbaşa söz sahibi olan

♣ İşdən əldə edilən mənfəətin, qazancın, investisiya və ya istifadəsi sahələrinə dair qərar verən şəxsdir.

Əgər bu gün sahibkarlığın inkişafına diqqət ayrırıqsa, sahibkarlıqda qadınlarında iştirakına yol açmalıyıq. Ölkə əhalisinin yarısını təşkil edən qadınların iqtisadiyyatda iştirakı olmadan iqtisadi inkişafın sürətlənməsi mümkünsüzdür.

Qadınlar iqtisadi və sosial həyatda önə çəkilməli, onlara dəstək olmalı və informasiya ilə təmin edilməlidirlər. İqtisadi və sosial sahələrdə fəal iştirak edən qadınlar, cəmiyyətin bir çox problemlərinin həllinə şərait yaradır. Onlar cəmiyyətdə olan qlobal problemlərin həllinə diqqət çəkməyə qadirdirlər. Sahibkar qadınlar digər qadınlara da dəstək olur, onların iqtisadiyyatda aktiv rol almasını təmin edirlər. Women Matter Türkiye 2016 hesabatlarına görə qadınlar dünyada istehlakçıların 50% ni təşkil edir,

bununla birlikdə birçox sahədə isə istehlakçı qərarlarının 70% nə təsir edir. Hesabatda qadın işçilərin istehlakçı davranışları və seçimlərində böyük rol oynadığını, qadınların işlədiyi sahələrdə "müştəri məmnuniyyəti" ni əsas götürdükləri bildirilmişdir. Ayrıca müştəri marağını artırmaq istəyən şirkətlər marketinq və müştəri xidmətləri başda olmaqla bütün departamentlərində qadın işçi faizlərinin balanslı şəkildə olması vacibdir. Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində iştirakı digər qadınlarada stimul verir, cəmiyyətdə yeni fikirlər yaradır, gələcək nəsilin yüksək səviyyədə təhsilini təmin edir. Onlar maliyyə baxımından müstəqil, öz işlərinin sahibi olmaqla birlikdə şəxsi insan kapitalı səviyyələrinidə yüksəldirlər ki, bu da cəmiyyətin inkişaf səviyyəsinin artmasına, yaşam səviyyəsinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Bir qadın iş qurub sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olub yeni bir iş yeri yaradırsa, burada işsizliyin azalması, iş tapmaqda çətinlik çəkən (fiziki məhdudiyyətli, şəhid ailələri, ailə himayəsindən məhrum və s.) fərdlərin işlə təmin edilməsi proseslərida gün üzünə çıxır. Bir cəmiyyətdə qadın nə dərəcədə inkişaf etmiş və dünyagörüşlüdürsə həmin cəmiyyət bir o qədər öndə sayılır. Bütün bu aspektlərdən baxıldıqda sahibkarlıq inkişafın və sosial faydanın yaranmasında təməl faktorlardan biridir.

Qadınlar iş qurarkən, sahibkarlıq fəaliyyətinə başlarkən bir çox problemlərlə qarşılaşırlar. Kişilərdən fərqli olaraq cəmiyyətin idarəedici, rəhbər kimi vəzifələrdə qadınları çox zaman qəbul etməməklə onların fəaliyyəti məhdudlaşdırılır. Son zamanlar fikirlər dəyişsədə hələ də qadınları tam olaraq idarəedici, lider mövqeyində görməkdə çətinlik çəkirik.

Qadın sahibkarlar, sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qarşılarına çıxan əngəl və çətinliklərlə olduqca sıx bir şəkildə qarşılaşırlar və kişilərə nəzərən risklərdən daha çox təsirlənirlər. Dünya Bankının məlumatlarına görə qadın sahibkar üzərində bu faktorların təsiri böyükdür: sahibkarlıq, idarəçilik və bazar məlumatlarının azlığı, maliyyə resurslarının əlçatan olmaması, xarici bazarlarda qeyri-rəsmi sektorun rəqabəti, ayrı-seçkiliklər, müəllif hüquqlarının qorunmaması və müxtəlif mədəniyyətlər.

Son vaxtlarda iş dünyasına qatılmağda olan qadınların sayı artır və qadınların bir çoxu maddi maneələrlə üz-üzə qalırlar. Bir çox maneəyə baxmayaraq qadınlar müvəffəqiyyətli olmaq üçün güclü bir dözümlülük göstərirlər. Qadınlar ailələrinin məhdudiyyətlərinə baxmayaraq gəlir gətirən fəaliyyətlərlə özlərini güclü sahibkarlar olaraq sübut edirlər.

Sahibkar olmaq istəyən qadınlar hər zaman ailələri tərəfindən dəstəklənmir. Sahibkarlıq qadınlara aid olmayan iş kimi qələmə verilir və sahibkarlıqda kişilər qadınlara nisbətən çoxluq təşkil edir. Bəzi ölkələrdə isə nəinki sahibkarlıq hətta təhsil almaq mövzusunda belə qadınlara məhdudiyyətlər qoyulur. Bu məhdudiyyətlər rəsmi, qanuni şəkildə olmasa 27 da cəmiyyətdə formalaşan fikir, münasibətlər qadınlarda demotivasiya, ruh düşkünlüyü, özünə inamsızlıq yaradır.

Qadınların ifadə etdiklərinə görə iş qurma mərhələsində yaşadıqları problemlər: pul tapmaq, iş yeri axtarış və icarəsi, mal təmini, təchizat və vəsait təmini, rəsmi təşkilatlarla olan əlaqələr, təcrübəsizlik, tək başına olma, işi lazımınca təşkil edə bilməmə, cəmiyyətin iş qadınına öyrəşməməsi kimi göstərilir.

İşyeri qurulduqdan sonrakı problemlər: müştəri ilə əlaqə qura bilməmə, iş mövzusundakı məlumatsızlıq, müştərilərin az olması, bazara uyğunlaşa bilməmək, pul problemi, yalnız və qadın olması, özünü qəbul etdirə bilməmək, personal təmini, bazardakı qeyri-sabitlik, ödənişlər və sənədləşmələrdir. Qadınlar arasında daha çox vurğulanan mövcud problemlər isə müştəriləri çatışmazlığı, dövlət qurumları, ixtisaslı işçi tapa bilməmə, ucuz xammal təmini, keyfiyyətli xammal-mal təmini, infilyasiya.

Bütün bu problemləri başlıqlar şəklində verərək;

Təhsil və təcrübə əksikliyi: Sahibkarlıqla məşğul olmaq, bazarın tələblərinə cavab vermək güclü rəqiblərlə mübarizə aparmaq üçün təhsil və təcrübəyə ehtiyac var. Təcrübəli qadınların sahibkarlıq fəaliyyətlərində daha bacarıqlı olduqları araşdırılmalarda göstərilmişdir.

Sosial məsuliyyətlər: Günümüzdə hələ də cəmiyyətdə qadınlara yalnız ev işlərində ailədə bacarıqlı olacaqları aşılanır, digər işlərdə uğurlu olmayacaqlarına inandırılırlar. Onlar bəzən sahibkarlıqla məşğul olduqları təqdirdə digər vəzifələrini layiqincə yerinə yetitirməyəcəklərinə, ev-ailə, məişət qayğılarına zaman ayıra bilməyəcəkləri düşüncələrilə sahibkarlıqdan imtina edirlər.

Ailə üzvlərinin dəstək olmaması: Bəzii ailələr qız övladlarının sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmasına müsbət bir hal kimi baxmır onları digər sahələrə yönləndirirlər. Ailədən dəstək görməyən qadınlar da sahibkarlıqdan çəkinir və ya işi natamam qoyurlar. Ailənin dəstək olmaması qadınlarda çox zaman ruh düşgünlüyü yaradır və onlar dəstək görmədikləri təqdirdə daha çox özlərini tək hiss edirlər, işin uğursuz olacağı düşüncəsinə inanırlar.

Glass Ceiling Block (Şüşə tavan): Qadınların iş həyatında qarşılaşdıqları çətinlikləri araşdırarkən "glass ceiling blok" terminini görməmək mümkünsüzdü. Bu elə bir haldır ki, eyni ixtisasa və təcrübəyə sahib olub, eyni işləri gördüyü halda sırf cinsi ayrıseçkilik olaraq qadınlara daha az əmək haqqı verilməsi və ya iş həyatında tutduğu mövqeydən bir pillə üstün mövqeyə addım atabiləcəyi halda, qazandığı bilik və bacarıqlarının gözardı edilməsi kimi halların yaşanmasına deyilir. Müasir dözrümüzdədə bir çox qadın "glass ceiling blok"la üzüzə qalır, haqq etdiyi nəticəni uğuru əldə edə bilmir. Bu cür hallar sənəd üzərində göstərilməsədə bəzii dövlətlərdə, idarələrdə və sektorlarda bu halların yaşanması qaçınılmazdır (Anafarta vd., 2008).

Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Azərbaycanda

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə Azərbaycan Şərqdə qadınlara seçki hüququ verən ilk ölkə oldu. SSRİ dağıldıqdan sonra Azərbaycan iqtisadiyyatında dərin böhran vəziyyəti baş vermiş, əhalinin məşğulluq səviyyəsi kəskin şəkildə aşağı düşmüşdür. Bununla yanaşı Ermənistan Respublikasının hərbi təcavüzü nəticəsində qaçqın və məcburi köçkünlərdən ibarət bir təbəqə, vəziyyəti daha da ağırlaşdırırdı. Azərbaycanda 1990- cı ilin ikinci yarısından ölkə iqtisadiyyatında geriləmə prosesi dayandı və əhalidə kiçik orta sahibkarlığa maraq artdı. Qadınların kiçik və orta sahibkarlığa tələbatında artım müşahidə olunsada rəsmi şəkildə fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların sayı çox az idi. Bu gün sahibkarlığın inkişafı istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər gənclərdə sahibkarlıq ruhunun formalaşmasına yüksək təsir göstərir və cəmiyyətin inkişafında təkan verici rol oynayır. Azərbaycanda əhalinin 50,1 %-ni qadınlar təşkil edir və 2018-ci il hesabatlarına görə əmək qabiliyyətli qadınların sayı 3349.7 min nəfərdir. Statistik göstəricilər göstərir ki, qadın sahibkarlığın inkişaf göstəriciləri regionlar üzrə müxtəlifdir. Bəzii regionlarda sahibkarlıq göstəriciləri yüksək olsada, ən yüksək göstərici paytaxt Bakıdadır. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin açıqlamasına görə ölkəmizdə sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayı 170934 nəfərdir və 31.4% Bakı şəhərində, 17.1% Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda, 10.6% isə Lənkəran iqtisadi rayonunda fəaliyyət göstərir (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi 2018). Cədvəl 8 də göründüyü kimi qadın sahibkarların sayı kişi sahibkarlarla müqayisədə çox aşağı səviyyədədir. Sahibkar qadınların 35,2% kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıqla, 24.4% ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri, 22.5% digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi və 3.0% ev təsərrüfatlarının fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyətlə məşğul olur.

Cədvəl 1. Azərbaycanda qadınların və kişilərin fəaliyyət sahələri üzrə faizi və miqdarı.

Fəaliyyət növləri	Qadınlar		Kişilər	
	sayı	faizlə	sayı	faizlə
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	60227	35.2	162626	26.1
Mədənçıxarma sənayesi	30	0.0	642	0.1
Emal sənayesi	2932	1.7	14222	2.3
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5	0.0	57	0.0
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	24	0.0	231	0.0
Tikinti	114	0.1	5928	1.0
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	41641	24.4	159480	25.6
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	1140	0.7	83434	13.4
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	5499	3.2	31980	5.1
İnformasiya və rabitə	1128	0.7	5341	0.9
Maliyyə və sığorta fəaliyyəti	419	0.2	1300	0.2
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	3359	2.0	8794	1.4
Peşə, elmi və texniki fəaliyyət	4520	2.6	8896	1.4
İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi	898	0.5	2023	0.3
Təhsil	3353	2.0	1891	0.3
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	935	0.5	1598	0.3
İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət	1221	0.7	9649	1.5
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	38414	22.5	110740	17.8
Ev təsərrüfatlarının fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyət	5075	3.0	14675	2.3
Cəmi	170934	100	623507	100

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/gender/

Digər yandan Respublikanın 2017-ci il statistik məlumatlarına baxdıqda qadınların kişilərə nəzərən az əmək haqqı aldığınıda görürük(cədvəl 1.), Məsələn: Maliyyə və sığorta fəaliyyəti ilə məşğul olan kişilərin orta aylıq nominal əmək haqqı cəmi 1584.0 manat olarkən eyni işdə işləyən qadınların orta aylıq nominal əmək haqqı cəmi 1008.5 manat təşkil edir. Rəhbər vəzifədə çalışan qadınlara nəzər yetirdikdə isə 2017-ci ildə onların sayının 90 nəfər olduğunu görürük.

Cədvəl 2. Azərbaycanda şəhər və kənd yerləri üzrə genderlərin göstəriciləri.

	Cəmi		Şəhər yeri		Kənd yeri	
	qadınlar	kişilər	qadınlar	kişilər	qadınlar	kişilər
Əhalinin iqtisadi fəallığının səviyyəsi*	71,3	74,9	67,8	71,9	75,5	78,3
Məşğulluğun səviyyəsi*	67,0	71,8	62,9	68,3	71,7	75,8
İşsizliyin səviyyəsi	6,1	4,1	7,1	5,1	5,0	3,2

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/gender/

Cədvəl 2-də də göründüyü kimi iqtisadi fəal əhalidə qadınların 71,3% olduğu halda işsizlik səviyyəsinin göstəriciləri kişilərə nisbətən çox olduğu nəzərə çarpmaqdadır. Həmçinin kənd yerində yaşayan qadınların iqtisadi fəallıq səviyyəsi şəhərdə yaşayan qadınlardan 7,7 % üstündür. Ölkəmizin

uzunmüddətli inkişafının əsas məqsədlərini müəyyənləşdirən "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında gender bərabərliyinin 46 təmin edilməsi, o cümlədən qadınlar və kişilər üçün əmək bazarında bərabər imkanların yaradılması məsələsi də öz əksini tapmışdır.

Qanunvericilikdə qadınlara sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmasına görə heçbir məhdudiyyət və ya güzəşt nəzərdə tutulmur. Qadınlar kişilərlə bərabər eynihüquq çərçivəsində iş qura bilərlər. AR-nin Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlıqla bağlı başlıq qadın sahibkarlığın inkişafının sürətlənməsinin dövlətin prioritet bir vəzifə kimi qəbul etməsinin göstəricisidir. Strateji Yol xəritəsində qadın sahibkarlığının inkişafı məqsədilə görüləcək tədbirlər planı kimi, stimullaşdırıcı mexanizimlərin işlənib hazırlanması, informasiya dəstəyinin inkişaf etdirilməsi, biznes inkubatorlarının yaradılması, qadın sahibkarlar assosasiyalarının və peşə təşkilatlarının yaradılması nəzərdə tutulur.

Bundan başqa qadın sahbikarlığın fəaliyyətinə dəstək göstərən bir sıra qurumlar da mövcuddur.

1. Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası" İctimai Birliyi 22 dekabr 2017-ci ildə dövlət qeydiyyatına alınıb. Birlik Ölkədə fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların təşəbbüsü, İqtisadiyyat Nazirliyinin, Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin və Azərbaycan Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyasının (ASK) dəstəyi ilə təsis edilib. Birliyin sədri "Bakı Tekstil Fabriki" MMC-nin rəhbəri Səkinə Babayevadır. Birliyin məqsədi Azərbaycanda qadın sahibkarlığına dəstək olmaq və onların sayını artırmaqdır. Burada qadın sahibkarlara məlumat xarakterli seminarlar, təlimlər və görüşlər keçirilir, onların digər şəxslərlə əməkdaşlığına şərait yaradılır. Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası ilə İBE Consulting şirkəti arasında əməkdaşlıq çərçivəsində Qida Təhlükəsizliyi İdarəetmə Sistemi (ISO 22000) əsasları üzrə təlim keçirilib. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun dəstəyi və Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığın İnkişafı Assosasiyasının (AQSİA) təşəbbüsü ilə Bakı Biznes mərkəzində "Qadın Sahibkarların Güzəştli Maliyyə Resurslarına Çıxışlarının Dəstəklənməsi" mövzusunda işgüzar görüş və qadınların əl işlərindən ibarət sərgi baş tutub həmçinin "Vergi Məcəlləsinə Dəyişikliklərin İzahı" kimi bir çox 47 məlumatlandırıcı tədbirlər tez tez keçirilir. Birliyə üzv olma, onlarla əməkdaşlıq etmək üçün şərait yaradılır. Bir çox yerli və beynəlxalq əməkdaşlıq əlaqələridə mövcuddur.

2. Sahibkarlığın İnkişafı Fondu- İlk öncə Sahibkarlığa Kömək Milli fondu kimi yaransada sonradan islahatlar aparılmış və nəhayət AR-nin Prezidentinin "Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında" 31 iyul, 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu ləğv edilərək, İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində Sahibkarlığın İnkişafı Fondu təsis edilmişdir. Fondun illik faiz dərəcəsi 6 faizdən 5 faizə endirilmişdir. Fond tərəfindən 4200 qadın sahibkara 104 milyon manatadək güzəştli kreditlər verilmişdir.

3. Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi- Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 28 dekabr 2017-ci il tarixli Fərmanı ilə yaradılıb. Dövlət başçısının 26 iyun 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə Agentliyin Nizamnaməsi və strukturu təsdiq edilib. Agentliyin strukturuna daxildir: Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin Aparatı; Kiçik və orta biznes evləri; Kiçik və orta biznesin inkişafı mərkəzləri; Dövlət-Sahibkar Tərəfdaşlığının İnkişafı Mərkəzi; Kiçik və orta biznesin inkişafı fondları.Agentlik tərəfindən Qadınların Liderliyi üzrə Yay məktəbi" tədbiri keçirilib, iştirakçılar KOBİA-nın və Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyətinin (GIZ) birgə təşkilatçılığı ilə sentyabrın 26-da Naftalanda keçiriləcək sərgi-satış yarmarkasında öz məhsullarını nümayiş etdirdilər.Bundan başqa KOBİ tərəfindən qadın sahibkarlar üçün idarəetmənin əhəmiyyəti, maliyyə hesabatları və təhlil,maliyyə

resurslarına çıxışların dəstəklənməsi, sahibkarlıqlarının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı bir çox tədbir və seminarlar keçirilmiş və həmçinin "SHECongress" , "WE2019" kimi layihələrin keçirilməsində dəstək göstərmişdir.Agentlik daimi olaraq bundan sonra da qadın sahibkarların fəaliyyətinə dəstək göstərəcəyi seminar və layihələri həyata keçirəcək.

4. ABAD - Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin (ASAN xidmət) tabeliyində "ABAD" publik hüquqi şəxs Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 23 sentyabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə yaradılıb. "ABAD" tərəfindən dekorativ-tətbiqi xalq sənətkarlığı və kənd təsərrüfatı sahəsində fəaliyyət göstərən ailə bizneslərinə dəstək layihələri həyata keçirilir. Burada bir çox qadınlar öz əl işlərini təqdim etməklə kənd təsərrüfatı və əl əməyindən ibarət məhsullarını satışa çıxarırlar (http://abad.gov.az/az)

5. AFAQ "Aqrar Tədarük və Təchizat" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti tərəfindən həyata keçirilən layihə-layihənin əsas məqsədi fermer qadınların kənd təsərrüfatı sahəsində informasiya, bilik və bazarlara çıxış imkanlarının yaxşılaşdırılması, onların kənd təsərrüfatında biznes qurmağa, idarə etməyə və sahibkarlığa təşviq edilməsi, kənd təsərrüfatı sahəsində qadınlar tərəfindən idarə olunan təsərrüfatların sayının artırılmasıdır. Layihə çərçivəsində həyata keçiriləcək fəaliyyətlər qadınların kənd təsərrüfatında sahibkar kimi formalaşmasını dəstəkləyəcək, bunun üçün lazımi informasiya və texniki dəstək göstəriləcəkdir.

Nəticə və Təkliflər

Ölkəmizdə qadın sahibkarlığın inkişafına dəstək məqsədli Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən 4200-dək qadına 104 milyon manatadək güzəştli kredit verilmişdir və bu kreditlərin reallaşdırılması 8500-dən çox iş yerinin yaradılmasına əlverişli mühit yaradır. Fond tərəfindən həmçinin 3524 nəfərə 2002-2015-ci illər ərzində 55,5 milyon manat, 2016-cı ilin I yarımilində 154 qadın sahibkara 8,1 milyon manat güzəştli kreditin verilməsi həyata keçirilmişdir. Turan Bankın Marketinq və Satış Departamentinin "Qadın Bankçılıq" şöbəsi sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyən qadınlara ödənişsiz maliyyə məsləhətləri verir. Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində inkişafı məqsədilə Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi ilə Almaniya Federal İqtisadiyyat və Texnologiya Nazirliyi arasında imzalanmış müqaviləyə əsasən, ölkə sahibkarları "biznesin idarə edilməsi sahəsində kadrların ixtisasının artırılması" proqramı çərçivəsində 277 sahibkardan 57-i qadın sahibkar, o cümlədən 2016-cı ilin I yarımili ərzində 21 sahibkardan 3-ü qadın sahibkar olmaqla Almaniyada ixtisas artırma kurslarına göndərilmişdir. Bu gün Azərbaycanda çox böyük sahibkar olan qadınlarımız var. Sayları azda olsa dövlət tərəfindən verilən dəstək gənc qadınların sahibkarlığa olan marağını artırır. Sahibkarlığı dəstəkləyən təşkilatların yaranması və işlərini böyütmələri gələcəkdə qadın sahibkarlığına böyük töhfələr verəcəkdir. Dövlət tərəfindən sahibkarlara tam dəstəyin verilməsi, strateji yol xəritəsində qeyd olunması, qadın sahibkarlığın dövlət qarşısında da prioritet siyasət olaraq ön sıralarda durduğunun göstəricisidir. Sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən qadınlarımız uğurlu sahibkarlıq fəaliyyəti üçün maarifləndirilməli, hüquqlarını bilməli, qurduqları iş sahəsində ixtisaslaşdırılmalıdırlar. Xalçaçılığın, pambıqçılığın inkişaf etdirilməsi, yeni zavod və fabriklərin yaradılması, onların məhsullarının xaricə ixrac olunması, qadınlar arasında savadlı və təcrübəli mütəxəssislərin hazırlanması istiqamətində işlər görülməli layihələr hazırlanmalıdır.

Bu sahədə tədbiq oluna biləcək təkliflər isə belədir:

1. Qadın sahibkarlıqla bağlı dəqiq və açıqlayıcı bir şəkildə vizyon yaradılmalı, hökümət proqramlarında ön sırada olmalıdır.

2. Vergi tutulmalarında sadəcə kənd təsrrüfatı deyil digər sahələrdə də yeni sahibkarlığa başlayan qadınlara güzəştlər tətbiq olunmalıdır.

3. Qadın sahibkarlara verilən kreditlər artırılmalı, faiz dərəcələri aşağı düşürülməlidir.

4. Qadın sahibkarlara uyğun mütəmadi işləyən mükafat və təşviq mexanizimləri yaradılmalıdır.

5. Sahibkarlıqla bağlı yaranan problemlər, şikayət və təkliflər bir mərkəz tərəfindən idarə olunmalıdır.

6. Orta məktəbdən etibarən sahibkarlıq fənni tədris edilməli, şagirdlər sahibkarlıq ruhunda yetişdirilməlidir.

7. İnkişaf etmiş, qadın sahibkarlığının göstəriciləri yüksək olan ölkələrdən nümunə proqramlar götürülməli Azərbaycanda tətbiq edilməlidir.

8. Sahibkarlığın yüksək səviyədə olduğu dövlətlərlə birgə layihələr hazırlanmalıdır

9. Uşaqlı analara iş həyatına, iqtisadiyyata qatılmaları üçün həvəsləndirici və dəstəkləyici proqramlar hazırlanmalıdır.

10.Əl əməyi olan lakin təhsilsiz, məlumatsız olan, sosial mühitdən kənar qalan qadınlara təlim keçirilməli onların işi professionalşdırılmalıdır

11. " Biznesə başlamaq istəyən qadınların təhsilini və peşə hazırlığını təmin etmək məqsədilə hökumət strukturlarını da cəlb etməklə, qeyri-hökumət təşkilatları və kommersiya institutları ilə birgə informasiya və treninq mərkəzinin yaradılmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “İri, orta və kiçik sahibkar meyarları”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikasi Nazirlər Kabinetinin Qərarı http://www.eqanun.az/framework/30115
2. ABAD - http://abad.gov.az/az
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/source/gender/
4. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi 2016 https://static.president.az/pdf/38542.pdf
5. Bakırcı, K. (2011). “Business, Women In”. Editors Zeiss Stange, M., K. Oyster, C. Sloan, J.E((Eds.). Encyclopedia of Women in Today’s World, Volume 1, (p. 206 210.), Thousands Oaks: Sage Publications.
6. Çelik, Cemile ve Mahmut Özdevecioğlu (2001); “Kadın Girişimcilerin DemografikÖzellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma,” Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, s. 487-498,
7. Sosyal, A 2010. “Kadın Girişimcilərin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde bir Araştırma” Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi 5(1), 71-95.
8. ŞAHİN, E.; 2006. Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
9. Davis, Angela, (2011). “Rural and Urban Women Entrepreneurs: A Comparison of Service Needs and Delivery Methods Priorities”, Journal of Business Science and Applied Management, Volume. 6, Issue. 2: 1-16.
10. .Dharmendran, A., “A Study on Women Entrepreneurship Development Through Self Help Group”, Shanlax International Journal of Management, IV/1, 2016, s. 69-74
11. European Commission(2008).Evaluation On Policy: Promotion Of Women Inno vators And Entrepreneurship.
12. https://www.dunya.com/ekonomi/dunyada-sirket-yonetimlerinin-yuzde-25inde-kadin-varhaberi-352975
13. Hulbert, Bev; Gilmore, Audrey; Carson, David, (2013). “Sources of Opportunities Used By Growth Minded Owner Managers of Small and Medium Sized Enterprises”, International Business Review
14. .Xavier, S.R., Kelley, D.J., Kew, J., Herrington, M. & Vorderwülbecke, A.(2012) Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report. http://www.leo.itesm.mx/GEM/Reporte%20Global%202012.pdf
15. Women’s Entrepreneurship Around the World. Entrepreneurial Dynamics Conference Warsaw, Poland December 17, 2011. http://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/15

Müasir Qloballaşma Dövründə Kiçik Və Orta Sahibkarlığın İnkişaf Strategiyasında İnternetin Rolu

Aişə Babayeva

babayeva_aiwe@mail.ru

Xülasə

Məlumdur ki, müasir dövrdə internet bütün sahələrdə öz təsirini müftəlif formalarda göstərməkdədir. Qloballaşan dünyamızda internetin, habelə elektron ticarətin səmərəli istifadəsi kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin fəaliyyətində müşahidə olunur. Məqalədə kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan firmaların inkişaf strategiyalarında internetdən nə dərəcədə istifadə olunması ilə bağlı fikirlər irəli sürülmüşdür. Düzdür, elektron ticarət dedikdə ilk ağıla gələn vasitə internet şəbəkəsidir, lakin telefon, faks, televizor, elektron məlumat mübadiləsi kimi vasitələr də bu siyahıya daxildir. Elektron ticarətin əhatə dairəsini müəyyən etmək məqsədilə aparılan araşdırmalar, əsasən, bu platformanın internet şəbəkəsi üzərindən fəlaiyyət göstərdiyi qənaətindədir.. İnternet resurslarından istifadə, adətən, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin inkişafı üçün bir fürsət kimi qiymətləndirilir. Çünki bu halda əməliyyatların maliyyə tutumluluğu aşağı düşməklə yanaşı, rəqabətqabiliyyətliliyin artırılmasına da kömək edir. Bilik iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi müasir dünyamızda internetin iş planının ayrılmaz bir parçası olmağa davam edir. Bir çox kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri interneti yeni iş modellərinin yaradılması və ya mövcud modellərin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə istifadə edirlər. İnnovativ tərəfləri güclü olan firmalar elektron ticarət strategiyasını əldə rəhbər tuturlar, bununla onlar fəaliyyətin genişləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi məqsədini güdürlər. Tədqiqat işində e-ticarətin KOS-ların fəaliyyətindəki önəmi vurğulanmış və inkişaf strrategiyasındakı rolu izah edilmişdir. "İnternetin tətbiqinin genişlənməsi və sahibkarlıq fəaliyyyətinin böyük bir hissəsinin elektronlaşdırılması hansı müsbət və mənfi tərəfləri ilə nəticələr verdi?", "hansı üstünlüklər gətirə bildi?", suallarına cavab tapmaq məqalənin əsas məğzini təşkil edir.

Açar sözlər: İnternet, Kiçik və Orta Sahibkarlıq, Elektron ticarət, E-ticarət.

Giriş

İnternet müəyyən bir iş sektorunun təkamülünün və inkişafının öyrənilməsi üçün bənzərsiz bir fürsət yaradır, çünki qısa müddət ərzində, çoxlu sayda insanla və ya kitabla əlaqədə olmadan, axtarış rahatlığı ilə məlumatların əldə edilməsini təmin edir. Fəaliyyətdə internet resurslarından istifadənin ən çox diqqət çəkən faydaları sırasına bazar payının genişləndirilməsi, informasiyanın əlçatanlığının artırılması, daha sürətli və geniş əlaqələrin qurulmasına şərait yaratması, yeni bazarlara çıxış imkanlarının yaradılması, tədarükçülər və digər tərəfdaşlarla əlaqələrin rahatlaşması və genişlənməsi kimi üstünlükləri saymaq olar.

İnkişaf edən texnika və texnologiyalar arasında İnternet istənilən sektorda ticarət üçün yeni kanal hesab olunur. Yeni bir strategiya aləti olmaqla, bir çox ölkələrdə yerli bazarın və sahibkarlığın dünya bazarına, ölkələrarası ticarət əlaqələrinə sürətli bağlanmanın açarıdır.

Bir çox kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri interneti yeni iş modellərinin yaradılması və ya mövcud modellərin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə istifadə edirlər. İnnovativ tərəfləri güclü olan firmalar elektron ticarət strategiyasını əldə rəhbər tuturlar, bununla onlar fəaliyyətin genişləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi məqsədini güdürlər.

Dünya Bankının KOS-larla iş üzrə Departamentliyi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi istiqamətində xidmət göstəriri. Dünya Bankının rəsmi səhifəsində qeyd etdiyi kimi desək, fərdi təsərrüfatlar. Kiçik müəssisələrin yaradılması inkişaf etməkdə olan, xüsusilə də, zəif inkişaf etmiş ölkələrdə daxili tələbatın ödənilməsinin əsas yolu kimi qiymətləndirilməlidir. KOS-ların inkişafı bütövlükdə yerli iqtisadiyyatı canlandıracaq,iqtisadi böyüməni sürətləndirəcəkdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatına nəzər salsaq, son dövrlərdə kiçik müəssisələrin payının artdığının şahidi olarıq. Məsələn, Ekvadorda özəl müəssisələrin 99%-ni işçi sayı 50-dən çox olmayan kiçik və orta müəssisələr təşkil edir. KOS-ların yaradılması yüzlərlə yoxsul əhali üçün real iş yeri deməkdir.

Dünya Bankı KOS-ların inkişafına dəstəyi dörd əsas istiqamətdə göstərir ki,bunlardan biri də sözü gedən müəssisələrin internet, informasiya texnologiyalarına əlçatanlılığının təmin edilməsidir. İnformasiya texnologiyalarından və İnternetdən istifadə məsələləri Dünya Bankının kiçik və orta sahibkarlıqla bağlı strategiyasının dörddə birini təşkil edir. Şübhəsiz ki, qloballaşan dünyamızda internetin rolu danılmazdır və biznesin inkişafı üçün əvəzolunmaz vasitə kimi çıxış edir (https://www.worldbank.org/).

Cədvəl 1: Sosial media və internetdən istifadənin statistikası (2018-2019)

	2018-ci il (milyard nəfər)	Dünya nüfuzuna nisbəti (faizlə)	2019-cu il (milyard nəfər)	Dünya nüfuzuna nisbəti (faizlə)
Internet istifadəçilərinin sayı	4,02	53	4,38	56
Sosial şəbəkə istifadəçilərinin sayı	3,19	42	3,48	45
Mobil şəbəkə istifadəçilərinin sayı	5,13	68	5,11	67
Mobil sosial media istifadəçilərinin sayı	2,95	39	3,25	42

Mənbə: www.statista.com saytından əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Son iki ilin müqayisəsi bizə onu deməyə imkan verir ki, ən çox artım internet istifadəçilərinin sayında olmuşdur və ötən il dünya nüfuzunun 56% -i internet istifadəçisi qismində çıxış etmişdir. Bu isə dünya əhalisinin yarısından çoxunun internet şəbəkəsinə çıxışının olması mənasına gəlir.

2020-ci ilin birinci rübündə isə aktiv internet istifadəçilərinin sayı 4,54 milyard nəfər, mobil internet istifadəçilərinin sayı 4,18 milyard nəfər, aktiv sosial media istifadəçilərinin sayı 3,8 milyard nəfər və aktiv mobil sosial media istifadəçilərinin sayı isə 3,75 milyard nəfər olmuşdur.

Vaxt və məkan məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaqla, sahibkarlıq münasibətlərində yeni bir dövr açan internetdən istifadə e-ticarətə keçidlə daha da geniş yayılmağa başlamışdır. İnternet vasitəsilə ticari əməliyyatlarının və əlaqələrin qarşısındakı maneələr aradan qalxmış, elektron mühitdə müəssisələr və ayr-ayrı fərdlər arasında səs, görüntü və yazılı mətnlərin e-ticarət platformasında tətbiqi ilə rabitə və kommersiya münasibətləri asanlaşmışdır. Elektron ticarətin əhatə dairəsini müəyyən etmək məqsədilə aparılan araşdırmalar, əsasən, bu platformanın internet şəbəkəsi üzərindən fəlaiyyət göstərdiyi qənaətindədir. Bu səbəbdən, adambaşına düşən kompyuter sayı, internet bağlantısına qoşulanların sayı kimi kəmiyyət göstəricilərinin artması, elektron ticarətin inkişafına müsbət yöndə təsir göstərir.İnternetin kəşfi və tətbiqinin genişlənməsi ilə iş prosesinin prinsiləri əsaslı surətdə dəyişdi və elektron mühitdən asılı hala gəldi. Zəif inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet bağlantısına qoşulanların sayı gün keçdikcə daha da artmaqdadır və bu artımın davam edəcəyi də istisna edilmir. Əgər 1995-ci ildə dünya əhalisinin təxminən 1% -dən də azı internet istifadəçisi idisə, 1999-cu ildən 2013-cu ilə kimi istifadəçi sayı on dəfəyə qədər artmış, 2014-cü ildə isə üç milyard nəfəri keçmişdir.

Metodlar

Tədqiqatın aparılması məqsədilə təhlil və sintez üsulu tətbiq edilmişdir, müxtəlif elmi mənbələrdən əldə edilən məlumatlar təhlil edildikdən sonra tədqiqatın məqsədinə müvafiq olaraq sintez edilmişdir. Məlumatların qruplaşdırılması metodu ilə informasiyalar başlıqlar üzrə qruplaşdırılmışdır. Statistik təhlil metodunun tətbiqi ilə verilmiş statistik göstəricilər araşdırılmış və nəticələr bildirilmişdir. İnternetin KOS-lara iri sahibkarlıq müəssisələinə qarşı rəqabətdə verdiyi üstünlüklər müqayisəli təhlil yolu ilə araşdırılmışdır.

Analiz

İngilis tədqiqatçıları Levy və Powel kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri arasında internetin mənimsənilməsini araştırmış və bununla bağlı maraqlı bir model irəli sürmüşlər.

Levy və Powel kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətində internetin tətbiqinin öyrənilməsi zamanı iki neqativ gücün olduğunu aşkar etmişlər. Bunlardan birincisi Businnes Growth adlandırdığımız cəhətdir. Fəaliyyətin genişləndirilməsi yəni businnes growth nail olunması üşün müəyyən miqdarda yatırım edilməsi tələb olunur. Bu məsələdə KOS-lar iri sahibkarlıq müəssisələrindən fərqlənir. Belə ki, KOS-lar yatırımı adətən müəssisənin yaradılması zamanı edirlər və bu ilkin kapital məbləği də aşağı olur. İş fəaliyyətinin genişləndirilməsi məqsədilə edilən sərmayə məbləği məhdud olduğundan, bu KOS-ların internetin tətbiqinə istiqamətləndirilmiş yatırım qərarlarına da öz təsirini göstərir (Ghafoor və Iqbal, 2008).

İkinci cəhət isə internetdən istifadənin iş dəyəridir. İnternetin biznes dəyəri dedikdə firmanın bazardakı rəqabət mövqeyi və əlaqədar sənaye müəssisələri haqqında informasiyası baxımında qiymətləndirilməsi başa düşülür.

Əksər firmalar internetin onların inkişaf strategiyasındakı rolunu düzgün qiymətləndirə bilməsə də, istənilən halda sahibkarlar internet resurslarından istifadəni genişləndirməklə biznes fəaliyyətlərinin müsbət yöndə dəyişə biləcəklərinə inanırlar.

Broshurvare - Marketing və reklam əməliyyatlarının vebsaytlarla İnternetdə yerləşdirilməsi - Bir qrup kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri internetin ümumi fəaliyyətdəki tətbiqini aşağı qiymətləndirir və dəyərini yüksək görmür. Bu tip müəssisələr interneti ticari deyil, marketing fəaliyyətlərinin həyat keçirilməsi məqsədi ilə istifadə edirlər.

Biznes fürsətləri kimi –İnterneti biznes fəaliyyətinin genişləndirilməsində bir fürsət kimi qiymətləndirən müəssisə qrupları fəaliyyətdəki verimliliyin artımını, istehlakçı qrupları ilə kommunikasiya, əlaqələrin genişlənməsini internetin tətbiqinin nəticələri hesab edirlər. Bu kategoriyaya daxil olan müəssisələrlə Broshurvare müəssisələri arasındakı ortaq cəhət ondan ibarətdir ki, hər iki tip firmalar inkişafa nail olunmada internetin rolunu qəbul edir və sərmayə yatırımlarının edilməsini zəruri hesab edirlər (Ghafoor və Iqbal, 2008).

Businnes Supports – biznes dəstəyi qrupuna daxil olan firmalar iş planlamasında internetin rolunu qəbul edirlər və yaxın gələcəkdə bu tətbiqin iqtisadi səmərə verəcəyinə inanırlar. Bu tip KOS-lar əsasən innovativ, yenilikçi firmalar olurlar.

Businnes network kateqoriyasına daxil olan KOS-lar internetdən istifadını inkişafın açarı olaraq qiymətləndirirdilər, xüsusilə, e-ticarətə keçid üçün bu yol qaçılmazdır.

İnternet resurslarının fərqli səviyyələrdə mənimsənilməsi müxtəlif fəaliyyət sferalarında tətbiqini asanlaşdırır. Tədqiqatçılar Teo və Pian özlərindən əvvəlki araşdırmalara, tədqiqatlara və iqtisadi ədəbiyyatlara istinad edərək, internetdən istifadənin mənimsənilməsini 0- 4 intervalında səviyyələrə ayırmışlar (Ghafoor və Iqbal, 2008). Bu model aşağıdakı kimidir:

0-cı səviyyə. e-maill lərin qəbulu səviyyəsi. Bu səviyyədəki müəssisə, mail adresi olan lakin web site sahib olmayan şirkətlərdir. Bunların da bir neçə forması vardır: internet hesabı olmayanlar,internet hesabı olub web site olmayanlar və sair. Müasir zamanda bu səviyyədəki sahikbarlıq müəssisələri ümumiyyətlə yoxdur.

1-ci səviyyə. İnternetin mövcudluğu. Bu internetdən istifadənin mənimsənilməsinin ilkin səviyyəsidir. İnternetdən istifadənin bu səviyyədə mənimsəyən firmalar adətən marketing və reklam fəaliyyəti üçün ondan istifadə edirlər və internetdən istifadəni strateji istiqamət kimi qəbul etmirlər.

2-ci səviyyə. Araştırma-tədqiqat səviyyəsi. İnternetdən istifadənin mənimsənilməsinin ikinci səviyyəsi məhdud istifadə şəraitində araşdırma səviyyəsidir. Bu səviyyədəki firmaların əksəriyyəti müştərilərə şirkətlə, məhsullarla, mal və xidmətlərlə bağlı məlumatların verilməsi,xəbərlərin ötürülməsi və bəsit formada müştəriylə şirkət araslnda kommunikasiya yaradılması məqsədi ilə web site-lar yaradaraq internetdən istifadəni fəaliyyətlərinə daxil edirlər.

3-cü səviyyə. İşə inteqrasiya səviyyəsi. İnternetin iş modelinə daxil edilməsi ilə ümumi fəaliyyətə integrasiyasını nəzərdə tutur. Başqa sözlə desək, internet strategiyası firmanın ümumi iş strategiyası ilə bütünləşdirilir. Sözü gedən firmalar bu yolla müştərilər və tədarükçülərlə əlaqələrin çarpaz şəkildə genişləndirilməsinə nail olurlar.

4-cü səviyyə. Biznes transformasiyası. İnternetdən istifadənin mənimsənilməsinin ən yüksək səviyyəsi olan dördüncü səviyyədə artıq sahibkarlıq müəssisələri ondan istifadəni bir model olaraq qəbul edir və iqtisadi inkişafa nail olunmasınln əsas alətlərindən biri kimi qiymətləndirirlər (Ghafoor və Iqbal, 2008).

İnternetdən istifadənin innovativ fəliyyətlərə təsiri üç istiqamətlidir. Birincisi, web site-dan istehlakçıların ehtiyacları və tələbləri ilə bağlı məlumatlar toplanır ki, bu məlumatlar hesabına yeni məhsul və xidmətlərlə bağlı ideyalar ortaya çıxa bilir. İkincisi, firma ilə fəaliyyətin davamlılığını təmin edən partnyorları arasında informasiya axınını sürətləndirir və zaman itkisinin qarşısını alır. Üçüncüsü, tədarük və paylama zinciri boyunca ortaq tərəflər arasındakı kommunikasiyanı sağlamlaşdırır. İnternetdən istifadənin mənimsənilməsi firmaların bazar və istehlakçı payının artmasına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində firmanın iqtisadi böyüməsinə təkan verir. Fəaliyyətində internet texnologiyalarına əsaslanan müəssisələr həm dünya bazarında həm də yerli əhəmiyyətli bazarlarda mövqeyini genişləndirmə fürsəti əldə edir. İnkişaf edən informasiya texnologiyaları və internet KOS-lar arasında rəqabətliliyi artırır, kommunikasiyanın genişlənməsi üçün yeni və daha az maliyyə xərcləri tələb edən kanal kimi çıxış edir. Günümüz iqtisadiyyatında sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan firmalar üçün dünya bazarına nüfuz edə bilmək və iqtisadi böyüməyə nail olmağın yolu məhz bilik iqtisadiyyatında öz mövqeyini möhkəmlətməkdən, texnika və texnologiyalara, internet resurslarınan istifadəyə sərmayə yatırımları etməkdən keçir.

Elektron ticarətin üstün və zəif tərəfləri

E-ticarət həm müəssisələrə, həm də mal və xidmətləri online satın alan istehlakçılara bir sıra üstünlüklər təmin edir. E-ticarətin kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün təmin etdiyi üstün cəhətlər bunlardır (Budak, 2010) :

- Müəssisələrə qlobal bazarda fəaliyyət göstərmək imkanı yaradır.
- İnternet vasitəsi ilə müəssisələr regional sərhədlərin kənarına çıxmaq və istehsal etdiyi mal və xidmətləri dünya bazarına satmaq ikanı əldə edir.
- Dünya bazarına çıxa bilmə müəssisələrə təkcə yeni müştəri platforması etmək üçün deyil, eyni zamanda iqtisadi cəhətdən əlverişli mühitə keçid, yeni maliyyə mənbələri və ixtisaslı, peşəkar insan resuslarının əlçatanlığını təmin etmək üçün mühümdür.
- əvvəlki dönəmdə kağız üzərində aparılan əməliyyatların elektron sistemə keçirilməsi maliyyə xərclərini azaltmaqla yanaşı, vaxt itkisinin də qarşısını alır.
- e-ticarət sistemdəki vizual şəkillər və fərdi dəstək xidmətləri ilə ən uyğun maliyyə xərcləri hesabına məhsul və xidmətlərin təbliğatını etmək mümkündür.
- Sifariş və satış sonrası xidmətlərin keyfiyyəti ilə müştəri məmnuniyyətinin və sədaqətinin qazanılması imkanı.
- Istehlakçıların tələblərinin qısa zaman ərzində və daha rahat şəkildə müəyyən edilməsi, bu tələblərə müvafiq məhsul istehsalını stimullaşdırır.

E-ticarətin istehlakçılar nəzərində üstün cəhətləri (Yeşil, 2008) :

- Istehlakçılara dünyanın hər yerindən, istənilən zamanda ticarət etmə imkanı təmin edir.
- Coğrafi məhdudiyyətləri aradan qaldıran e-ticarət, məhsul çeşidliliyini artırmaqla istehlakçıya müxtəlif göstəricilərə görə seçim etmə imkanı verir.

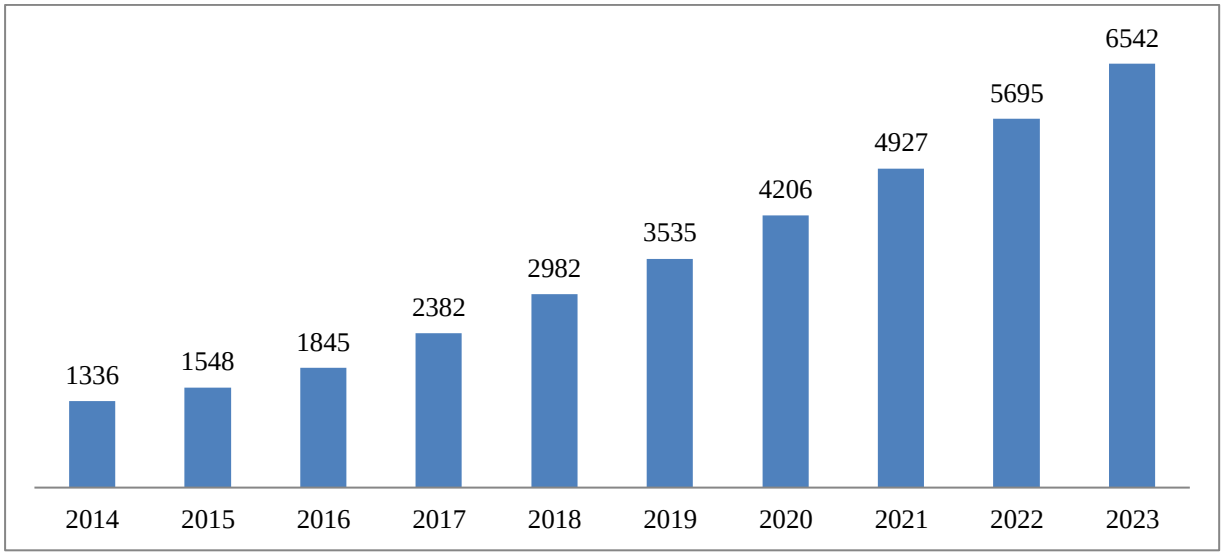
- E-ticarət həmçinin istehlakçı ilə istehsalçılar arasındakı əlaqələri asanlaşdırır və müştəri xidmətlərinin keyfiyyətini artırmağa kömək edir.

Elektron ticarətin zəif tərəfləri. Bir çox üstün cəhətləri ilə yanaşı elektron ticarət təhlükəsizliklə bağlı bir sıra problemlərə və yeni nəsil oğurluq cinayətlərinə yol açmaqdadır (Budak, 2010):

- Yeni yaradılan bir sıra e-ticarət saytlarının etibarlılığının şüphə altında olması
- Kredit və digər ödəmə kartlarının surətinin çıxarılması texnikası ilə online istifadə olunan kartlardan fırıldaqçıların fəaliyyətinin mümkünlüyü.
- Online alqısı həyata keçiriləcək məhsulun və ya xidmətin test edilməsi və yoxlanılması imkanın olmaması. Bu isə öz növbəsində məhsulun tələbatı ödəməməsi halında vaxt və maliyyə itkisi ilə nəticələnir. Qeyd edilən şikayətlər adətən B2C (businnes to consumer) e-ticarət modelində rast gəlinir.
- Elektron ticarət zamanı vergi problemlərinin yaranması.
- Fəaliyyətin elektron formada həyata keçirilməsi üçün lazımi texnika və texnologiyaların tələb olunması
- həmçinin onlardan səmərəli istifadənin təmin edilməsi üçün peşəkar və ixtisaslı kadrlara ehtiyacın olunması.
- Təbii ki, bütün bunlar yetərli maliyyə vəsaitləri ilə təmainatı labüd edir.

İnternet resurslarından istifadənin ən verimli forması olan e-ticarət quruluş etibarilə iqtisadi xarakter daşısa da sosial sahələrə təsirləri də danılmazdır. Fəaliyyətdə internetin mənimsənilməsinə və tətbiqinə nail olunan müəssisələr rəqiblərinə nisbətdə bir sıra üstünlüklər əldə edirlər. Belə ki onlar, bazarda istehlakçı tələbi, gözləntilər, seçimlərlə bağlı daha yaxşı araşdırma etmə imkanına malik olurlar. Bu da nəticə etibarilə bazar tələbinə daha tez və dinamik surətdə cavab vermə şansı yaradır. Fərdlər nöqteyi-nəzərindən mövzuya baxıldıqda, internet istehlakçılar üçün zaman və məkandan asılılığı aradan qaldıraraq qısa vaxt ərzində böyük həcmli informasiya əldə etməyə imkan verir.

Qrafik 1: 2014-2023-cü illəri əhatə edən elektron ticarət üzrə qlobal pərakəndə satışın həcmi, milyard ABŞ dolları ilə.



Mənbə: Qrafik www.statista.com saytından əldə olunmuş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Təqdim olunan sütunlu qrafik 2014-cü ildən 2019-cu ilə qədər faktiki satış həcmini, 2020-ci ildən 2023-cü ilə qədər olan zaman üçün təxmin edilən satış həcmini ifadə edir. 2014-cü ildən 2019-cu ilə qədər online satışların həcmində 2,5 dəfədən daha çox artım müşahidə olunmuşdur. Hesablamalara görə 2020-ci ilin sonunadək satışların həcmi əvvəlki ilə nisbətən təxminən 19% artaraq 4206 milyard ABŞ dollarına çatacaqdır. Və bu tendensiyanın yaxın üç ildə artan istiqamətdəki hərəkəti də istisna edilmir.Onu da qeyd etmək istərdim ki, bu qrafik B2C (businnes to consumer) modeli üzrə satış həcminni özündə əks etdirir.

E-ticarət iqtisadi fenomen olmasına baxmayaraq, informasiyanın qloballaşması hesabına artıq səhiyyə, təhsil, mədəniyyət kimi sosial sahələrə də öz təsirni göstərməkdədir. Bu təsiredici faktorları aşaıdakı kimi sıralaya bilərik (Erdağ ve Batuman, 2006):

- Sahibkarlıq müəssisələri arasındakı rəqabəti artırır
- Bazar gücünün istehlakçıya fokuslanmasını təmin edir
- Məsrəflərin azalmasını təmin etməklə mal və xidmətlərin qiymətlərinin azalmasına səbəb olur
- Istehlakçılar üçün məhsul seçimi imkanını genişləndirir
- Istehsalçılarla istehlakçılar arasındakı ənənəvi vasitəçiləri aradan qaldırır
- Tələbə uyğun yeni, online vasitəçiləri ortaya çıxarır
- Vasitəçilərin funksiyalarının dəyişməsi və ya onların aradan qaldırılması ilə məhsullar üçün müəyyən edilən qiymətlərin azalmasına səbəb olur.
- Istənilən zamanda və məkanda online alış-verişi təmin etməklə həyatı asanlaşdırır.
- Zaman və coğrafi yaxınlıq faktorlarının təsir dairəsini azaldır.
- Müəssisələrin təchizat zəncirinin idarəedilməsi xrclərini azaldır
- Internetin “gəlirli satış metodu” kimi qəbul edilməsinə səbəb olur
- Bazarın strukturunu dəyişdirir
- Sahibkarla istehlakçı arasındakı münasibətləri inkişaf etdirir.

Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri fəaliyyyətində yüksək estetikliyə və çevikliyə sahib olduğundan, həmçinin istehlakçıların bazar tələbinin qısa zamanda ödənilməsini təmin etdiyindən iri sahibkarlıq müəssisələrinə nisbətdə internetin habelə elektron ticarətin tətbiqində bir addım öndədir. KOS-ların iri müəssisələrə nisbətdə əsas zəif cəhəti coğrafi cəhətdən uzaq ərazilərdəki bazarlara çıxışın və istehlakçıların əldə olunmasının qeyri- mümkünlüyü idisə, internet bu çatışmazlığı qısa zaman kəsiyində aradan qaldıra bilmişdir. İnternet və elektron ticarətin KOS-ların fəaliyyətinə təsirini aşağıdakı kimi izah edə bilərik (Korkmaz, 2004):

- KOS-lar interneti “gəlirli satış metodu” olaraq qiymətləndirirlər
- İnternet KOS-lar üçün satışı təmin edən və yeni istehlakçı kütləsinə əlçatanlığı təmin edən vasitə rolunu oynayır.
- İnternet hesabına müəssisələr ilə istehlakçı qrupları arasındakı əlaqələr inkişaf etdirilir

- İnterneti məhsul və xidmətlərin tanıdılması məqsədilə istifadə edən KOS-ların sayı günü – gündən artmaqdadır.

Elektron ticarət ən böyük təsirini məhz kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üzərində hiss etdirməkdədir. İnternet mühiti KOS-lara iri sahibkarlarla rəqabət məsələsində əlverişli şərait yaratmağa müvəffəq oldu.

Nəticə

İnkişaf edən texnika və texnologiyalar, iqtisadi və sosial həyatda baş verən dəyişikliklər və internetdən istifadənin qlobal xarakter daşıması, bununla da dünyanın istənilən nöqtəsi ilə kommunikasiyanın sürətli, bir o qədər də rahatlıqla qurulması halları sahibkarlıq müəssisələrini daxili bazarın sərhədlərindən kənara çıxarmışdır. İnternetin qlobal miqyasda sürətli və effektiv ünsiyyəti təmin etməsi hesabına KOS-lar təkcə daxili bazarda deyil, bütün dünya bazarında rəqabət edə bilən, texnika və texnologiya istehsal edən, onları mənimsəyən və tətbiq edn organizasiyalara çevrilmişlər. Günümüzdə sahibkarlıq müəssisələrinin bu kəskin rəqabət şəraitində öz mövcudluğunu davam etdirmələri, birbaşa onların sürətli dəyişikliklərə və inkişafa davam gətirmək qabiliyyətlərindən asılıdır.

Son 20-30 ildə texnoloji inkişafın gətirdiyi yeniliklərdən biri kimi çıxır qarşımıza elektron ticarət və internet. Bununla elektron ticarət ticarətin bir növü kimi çıxış etməyə başladı.İnternetdən və e-ticarətdən istifadə özünü ən çox kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətində göstərdi. Müasir dövrümüzdə,rahatlıqla demək olar ki, kiçik və orta sahibkarlıq müəssislərinin ticari fəaliyyətlərində internetin və elektron ticarətin istifadəsi danılmazdır. Buradan belə bir nəticəyə gəlinir ki, inkişaf strategiyasında intertnetdən istfadə üçün lazımi infrastrukturlar artıq formalaşmışdır. Sahibkarlıq müəssisələrinin, demək olar ki, hamısı web site sahibidirlər və bu saytlardan istifadənin yeni istehlakçı kütlələrinin cəlb edilməsindəki rolunu artıq mənimsəyiblər. Müəssisələrin çoxunda mobil ticarət təbiqlərindən istifadə zəifdir. Smartfonların gündən-günə inkişafı hesabına bütün dünyada online tivarət və alış-veriş edən istehlakçı qruplarının sayı durmadan artmaqdadır. Sahibkarlıq sektorundakı hər bir işin mobil tətbiqlər hesabına online həyata keçirilməsi qeyri-mümkün hal deyildir. Belə olan halda KOS-lar mobil tətbiqə sahib olaraq və yaxud da mobil tətbiqləri olan internet saytlarına üzv olmaqla istehsal etdikləri mal, məhsul və xidmətləri böyük istehlakçı kütləsinə təqdim etmək imkanı əldə etmiş olarlar. Sahibkarlıq müəssisələri, adətən, internetdən kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi məqsədilə və pul köçürmə əməliyyatları üçün istifadə edirlər. Tədqiqat çərçivəsində müəssisələrin interneti reklam və marketing məqsədilə, daxili və xarici bazara çıxışı təmin etmək məqsədilə, insan resurslarını təmin etmək məqsədilə, xammal təchizatı proseslərində, sosial qurumlar və təşkilatlarla əlaqələrin yaradılmasında, partnyorlarla əlaqələrin yaradılması məqsədilə istifadə edilir. İnternetin istifadəsi ilə artan rəqabət mühiti sahibkarları daha yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlər istehsalına təşviq etmişdir. Bu baxımdan internetin və elektron ticarətin strateji məqsədli istifadəsi istər kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün, istərsə də iri sahibkarlar üçün bir sıra üstünlüklər təmin etmişdir. Artıq internet rəqabət üstünlüyünü təmin edən vasitədən daha çox rəqiblərdən geri qalmamaq üçün istifadəsi məcburi olan faktor halına gəlmişdir.

Ədəbiyyatlar

1. Budak, B. (2010). E-ticaret, internet ortamında ticaret. İstanbul, Etap Yayınevi.
2. Edınburg Group (2012). Growing the global economy through SMEs. Edınburg, "Edınburg Group Press".
3. Erdağ, N., Batuman, E. (2006). Elektronik ticaretin el kitabı. İstanbul, Arıkan Basım Yayım Dağıtım LTD.
4. Ghafoor, Z., Iqbal M. (2008). The role of internet in SME growth strategies. Lulea, Luleå University of Technology.
5. Kaya, A. (2017). "Bilişim ve iletişim çağında Giriçimcilik ve Kobi yönetimi", İstanbul, Eğitim Yayınevi.
6. Korkmaz, N. (2004). Sorularla e-ticaret, e-iş. İstanbul, İstanbul Ticaret Odası.
7. Yeşil, A. (2008). İnternet ortamında ticaret. İstanbul, Kum SaatiYayın Dağıtım LTD.
8. WTO – World Trade Organization (2013). E-Commerce in Developing Countries: Opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises. Switzerland, WorldTrade Organization.
9. www.statista.com
10. https://www.worldbank.org/

Kiçik Və Orta Sahibkarlıq Fəaliyyətinin Maliyyələşdirilməsi Riskləri

Sevgili Rüstəmova

sevgili.rustemova@gmail.com

Xülasə

Hal-hazırda kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri kütləviliyinə görə ölkənin sosial-iqtisadi mühitini müəyyən edən mühüm təbəqələrindən biridir. Təqdim olunan məqalənin aktuallığı sahibkarlıq subyektlərinin maliyyələşdirilməsində meydana çıxan problemlərlə əladədardır. Məqalənin məqsədi makroiqtisadi səviyyədə sahibkarlıq fəaliyyətinə əlaqəli olan sahələrin göstəricilərinin qiymətləndirilməsi və Azərbaycanda bu fəaliyyət üzrə maliyyələşdirmə təsirlərinin müzakirə edilməsidir. Belə ki, araşdırmada sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsində risk amili öyrənilmişdir. Təhlil zamanı kredit qoyuluşlarının ümumi həcmi, vaxtı keçmiş kreditlər, iqtisadiyyatın sahələri üzrə ÜDM göstəriciləri və bu sahədə məşğul əhalinin sayı qrafiklə təsvir edilərək real qiymətləndirmələr aparılmış və əldə olunan nəticələr şərh edilmişdir. Həmçinin Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarının inkişafında maliyyələşdirilməsində riskin azaldırması məqsədilə ölkə miqyasında aşağıdakı tədbirlər sadalanmışdır. Məqalənin praktik əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, sahibkarlıq fəaliyyətində maliyyələşdirmə üzrə xüsusi risklərinin təsnifatlaşdırılması, risklərin qarşısının alınması və ya azaldılması üçün ən geniş yayılmış effektiv üsullarının qeyd edilməsindan istifadə edərək kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün tövsiyyə edilə bilər. Məqalənin elmi yenili sahibkarlığın maliyyələşdirmə risklərinə birbaşa və dolayı təsir etdiyi fərqli sahələr üzrə vaxtı keçmiş kreditlərin həcmi ilə iqtisadiyyatda məşğul əhalinin sayı arasındakı düz mütənasiblik əlaqəsinin korrelyasiya təhlili vasitəsilə əsaslandırılmasıdır. Təhlillər və qiymətləndirmələrin şərhlərindən belə nəticəyə gəlmək olar ki, mövcud şəraitdə sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsində makroiqtisadi göstəricilər əsasında risk ölçüsü nəzərə çarpan dərəcədə aşağıdır və yeni sahibkarlıq subyektlərinin biznes fəaliyyətinə başlaması üçün əlverişlidir.

Açar sözlər*:* Sahibkarlıq fəaliyyəti, kredit, bank, maliyyələşmə, risk.

Giriş

Maliyyə sahəsi kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün əhəmiyyət kəsb edən sahələrdən biridir. Dövlət səviyyəsində kifayət sayda həyata keçirilən inkişaf proqramları əsasən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əhatə dairəsindən kənara çıxan böyük strateji layihələrə yönəldilmişdir. Buna görə regional və yerli səviyyədə maliyyə sisteminin biznesə dəstək üçün effektiv idarə edilməsinə xüsusi diqqət yetirilir. Bu baxımdan rəqabətli seçim üçün şərait yaratmaq, xarici investorların əlavə maliyyə mənbələrini, investisiya layihələrini cəlb etmək üçün bir sistem qurması dövlətin diqqət mərkəzindədir. Regional miqyasda maliyyələşdirmə sisteminin inkişafı kiçik və orta sahibkarlıqda mal və xidmətlərin lazımi səviyyədə rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasına kömək etməsi ilə səciyyələnir. Lakin adı çəkilən sahədə fəaliyyətin maliyyələşdirilməsi müəyyən risklərin nəzərə alınmasını ehtiva edir.

Sahibkarlığın maliyyələşdirilməsində istifadə olunan faktorinqdə müəssisənin üzərinə borc öhdəliklərinin qoyulması deyil, işlək kapitaldan istifadə imkanının verilməsi nəzərdə tutulur. Burada borc öhdəliklərini satın alan şirkət alıcıların ödəniş qabiliyyətinə cavabdehliyi üzərinə götürür. Faktorinq, kredit qorunması, debitor mühasibat uçotu, yığım xidmətləri və maliyyələşdirməni əhatə edən geniş maliyyə xidmətidir(Klapper, 2004).

“Trinity Business” məktəbinin beynəlxalq maliyyə və əmtəə üzrə professoru Brian Luceyə görə, bir qayda olaraq daxili maliyyə kapitalı sahibkarlıq subyektlərinin genişlənməsi üçün yetərli

olmadığından xarici maliyyə kapitalına etibar etməlidir. İki başlıca xarici maliyyələşmə mənbəyi isə likvidlik və borclardır. Sahibkarlıq subyektləri adətən xarici likvidlikdən yararlana bilmədiyindən, əksər hallarda borc vəsaitlərindən istifadə etməli olur (Fatoki, 2012). Xarici maliyyə mənbələri dedikdə şirkətin fəaliyyətini davam etdirmək üçün kənardan alınan maliyyə vəsaitlərinin tətbiqi başa düşülür. Biznesin maliyyələşdirilməsinin xarici mənbələrinə birgə biznesin qurulmasında tərəfdaşların maliyyə resurslarının cəlb edilməsini, səhmlərin satışından (xaricdən maliyyə cəlb etmək yolu), dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilməsi: birbaşa kapital qoyuluşları (dövlət müəssisələri); subsidiyaların verilməsi (firmaların fəaliyyətinin qismən maliyyələşdirilməsi); dövlət sifarişi (dövlət xərcləri maliyyələşdirmir, lakin firmaya malların satışından gəliri əvvəlcədən təmin edir) və bank kreditləri daxildir (Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, 2020). Təbii ki, göstərilən bu mənbələr sahibkar üçün geri qaytarılmasını şərtləndirdiyinə görə müəyyən hallarda riskli sayılır. Çünki sahibkarın uğursuzluğu onun borc verənlər qarşısında öhdəliyini yerinə yetirməməsi ilə nəticələnə bilər.

Müasir iqtisadçi tədqiqatçılardan Arnold və Ukponq, eləcə də Aruva əsərlərində kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində risklərin araşdırılmasını öyrənən zaman xüsusilə maliyyələşdirilməsində dörd başlıca problemi vurğulayır: kapitalın dəyəri, risklər, bank maliyyələşdirilməsində münasib olmayan şərtlər və kapitalın likvidlik çatışmazlığı (Terungwa, 2012). Hazırkı dövrdə sahibkarlıq subyektlərinin maddi baxımdan daha zəif sabitliyə olması və bu səbəbdən, uğursuzluq ehtimalının yüksəkliyi fikirləri təşəkkül tapmışdır. Maliyyə sahəsində əminsizlikvə ya ani qapanma onların yüksək risk səviyyəsinə məruz qalmasını, bir-birindən asılı olan ölçü ilə əlaqəli bir çox amillərin nəticələrini əks etdirir. Bu amillərə aşağıdakılar aiddir (Barnes vd, 1998):

- maliyyələşdirmə imkanı;
- müştərilərə və bazarlara, ixrac bazarlarına açıq şəkildə təsir etmək;
- menecerlər də daxil olmaqla məlumatlı və səlahiyyətli işçilərin əldə edilməsi və saxlanılması;
- həm strateji, həm də mal tədarükçüləri ilə münasibətlər;
- icmalara təsir;
- məhsul və ya xidmətin həcmləri;
- tədqiqat və texnoloji tətbiqlərin təsiri;
- məhsuldarlığı və əlavə dəyər nəticələrinin keyfiyyəti.

Sahibkarlıq fəaliyyətində maliyyələşdirmənin xüsusi riskləri aşağıdakılardır:

1. Nəticələrin qeyri-müəyyənliyi riski. Digər şəxslərə maliyyələşdirmə növləri ilə müqayisə olunan xərclərlə bankın kiçik müəssisələrə nəticələrinə dair qeyri-müəyyən maliyyələşdirməsi zərərsizdir.

2. Böyük sayda sazişlərin və onların rəsmiləşdirilmə keyfiyyətinin aşağı olması riski. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə dövriyyə kapitalının artırılması üçün verilən maliyyə vəsaitləri investisiya vəsaitlərindən fərqli olaraq, az miqdarda bağlanmış çox sayda əməliyyatla fərqlənir. Buradan sazişlərin sayı ilə risk səviyyəsi arasında düz mütənasiblik ortaya çıxır. Bunlar üçün qısa müddətdə və səmərəli şəkildə çoxlu sayda kiçik əməliyyatlar hazırlayan və aparan xüsusi maliyyələşdirmə prosedurları mövcud deyil, eyni zamanda müəyyən növ maliyyə vəsaitləri üçün homogen maliyyə portfellərinin məqbul keyfiyyətini təmin edir.

3. Təminatsız maliyyə vəsaitlərinin olması. Son illərin böhran şəraitində banklar getdikcə kiçik müəssisələr üçün təminatsız maliyyə vəsaitləri verməyə başladılar. Belə inkişaf üçün maliyyə vəsaitləri, banklar borcalanın maddi vəziyyətini, borcu daimi gəlir mənbələri hesabına ödəmək qabiliyyətini yaxşı qiymətləndirməlidirlər. Bunun üçün kiçik bankın maliyyə vəziyyətini qiymətləndirmək üçün bütün banklar üçün vahidləşdirilmiş yeni texnologiyalar hazırlanmalıdır. Belə sistemlərin olmaması eyni borcalanın ayrı-ayrı banklarda fərqli maliyyələşdirmə qabiliyyəti və maliyyə vəziyyətinə görə təsnifatına səbəb olur.

4. Çox sayda eynicinsli portfel növünün olması. Bu riskin minimuma endirilməsi problemi, homogen kiçik biznes portfelinin müəyyən bir növü üçün adekvat risk idarəetmə metodlarının tətbiqidir.

5. Dövlətin vergi siyasətində dəyişikləri. Vergi mexanizmi sahibkarlıq subyektlərinin kapital yığımlarının artıb azalmasında, o cümlədən istehsal və ya xidmətin stimullaşdırılmasında əhəmiyyətli dərəcədə təsir imkanına malikdir. Sahibkarlıq subyektlərinə tətbiq edilən vergilərin dərəcəsinin yüksək olması kənar maliyyə resurslarının cəlbediciliyini azalmasına səbəb ola bilər. Belə olan halda sahibkarlıq subyekti öz fəaliyyət strategiyasını reallaşdıran zaman dövlətin vergi dərəcələrinin stabil qalmasına maraqlı tərəf kimi çıxış edir və bu şəraitdə o risk etmiş olur.

Vergilərin iqtisadi fəaliyyətdə rolunu nəzərə alaraq, göstərmək olar ki, yeni təsərrüfat subyektləri üçün əlverişli biznes mühitinin dəstəklənməsi məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri KOS reyestrində qeydiyyata alındıqdan sonra 7 il ərzində mənfəət, torpaq əmlak və müvafiq təsdiqedici sənəd əsasında istehsal, və ya emal məqsədləri görə texnikanın, texnoloji vasitələrin idxalından tutulan əlavə dəyər vergisindən azad edilmişdir (Vergi məcəlləsinə dəyişikliklər, 2018). Belə vəziyyət onu deməyə əsas verir ki, vergi mühiti sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsində məqbul hesab edilə bilər.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsində dövriyyə kapitalı və xarici risklər iştirak edir. Burada ümumi risklərə siyasi, makroiqtisadi, sosial və inflyasiya (borcalanın - kiçik müəssisənin maliyyələşdirmə qabiliyyətinin pisləşməsinə səbəb olacaq), qanunvericilik dəyişiklikləri riski daxildir. Məsələn, müəyyən növ maliyyə vəsaitləriin verilməsi və digərlərinə məhdudiyyətlərin qoyulması üçün tənzimləyici əlverişli şəraitin yaradılması. Xarici risklərin maliyyə vəsaitlərideki dövriyyə kapitalının artırılmasına təsirinin əhəmiyyətli xüsusiyyəti, digər bütün maliyyələşdirmə növləri kimi, siyasi risklər və dövlət proqramlarının məhdudlaşdırılması risklərinin təsirlənməməsi və zəif olmasıdır. Adı çəkilən maliyyələşdirmə sahələrinin inkişafında bunlar nəzərə alınmalıdır.

Sahibkarlıq subyektlərinin qarşılaşdığı uğursuzluqlar müəyyən dərəcədə idarəetmə bacarıqlarında çatışmazlıqla izah edilməklə, bəzi ölkələrdə kiçik və orta müəssisə rəhbərlərinə risk idarəetmə proseslərini aşağıdakı mərhələlərdə həyata keçirmək məqsədəuyğundur:

1) Risklərin müəyyən edilərək qiymətləndirilməsi;
2) Maliyyələşmə ilə bağlı risk strategiyasının yaradılması;
3) Sahibkarlıq subyektləri üçün maliyyə riskinin perspektivliyini müəyyənləşdirilməsi.

Risklərin azaldılması siyasəti isə itkilərin ehtimal və həcminin azaldılmasını nəzərdə tutur. Kommersiya fəaliyyəti risklərini azaldılmasının metod və üsullar var. Risklərin qarşısının alınması və ya azaldılması üçün ən geniş yayılmış effektiv üsullar bunlardır:

- sığorta (daxili və xarici);
- diversifikasiya;

- limitləşdirmə;
- hedcinq;

Birinci metod riskin özünü azaltmasa da, onun mənfi nəticələrini kompensasiya etməyə imkan verir. Diversifikasiya və limitləşdirmə isə mümkün itkilərin ehtimalını və miqyasını azaldır.

Sığorta. Bu metodda investorun risklərdən yayınmaq məqsədilə gəlirlərindən imtina edir, başqa sözlə, risk dərəcəsinin sıfıra endirilməsinə görə pul ödəyir. Sığorta xarici və daxili formada ola bilir.

Xarici sığorta. Sığortanın bu növü riskin hər hansı mükafat müqabilində (mənfi nəticələrin nəticələri üçün məsuliyyət) başqa bir təşkilata (sığorta şirkəti) ötürülməsidir. Buna müəssisənin əmlakının, daşımalar zamanı yüklərin, işçilərin bədbəxt hadisələrdən sığortası və s. şamil edilə bilər.

Daxili sığorta. Sığortanın bu tipi isə müəssisə daxilində həyata keçirilir və zərərlər üçün xüsusi fondların yaradılmasından ibarətdir. Belə fondların siyahısı və onlarda ayırmaların miqdarı müəssisənin nizamnaməsi ilə müəyyən edilir. Onların mənbəyi qazancdır.

Diversifikasiya. Bu metod özündə, bir-biri ilə bilavasitə əlaqəsi olmayan müxtəlif kapital yatırımı obyektləri arasında vəsaitlərin bölgüsü prosesini birləşdirir.

Limitləşdirmə. Limitləşdirmə xərclər, satış, kredit və s. məbləğlərinə məhdudiyyətlər qoyulmasıdır. Bu metodda əməliyyatın ölçüsünə məhdudiyyətlər sisteminin qurulması nəzərdə tutulur. Belə məhdudiyyətlərə bir tərəfdaşla aparılan əməliyyatın maksimum həcminə, inventarın maksimum ölçüsünə, bir alıcıya verilən kreditin maksimum məbləğinə, bir bankdakı maksimum əmanət məbləğinə və s. limitin qoyulması aid edilə bilər.

Hedcinq. Hedcinqdən bank, birja və kommersiya praktikasında valyuta risklərinin sığortası sahəsində müxtəlif metodlar qismində istifadə olunur. “Hedcinq”, gələcəkdə valyuta məzənnələrində ehtimal edilən dəyişiklikləri nəzərə alan, bu dəyişikliklərin arzuolunmaz fəsadlarından yayınmaq məqsədi daşıyan müddətli müqavilə və sazişlərin bağlanması sistemidir. Xarici ədəbiyyatlarda “hedcinq” məfhumu daha geniş mənada gələcək dövrlərdə məhsulların nəqlinin və satışının nəzərdə tutulduğu müqavilə və kommersiya əməliyyatları üzrə risklərin istənilən maddi-əmtəə dəyərlərində əlverişsiz qiymət dəyişkənliklərindən sığortalanması kimi izah edilir.

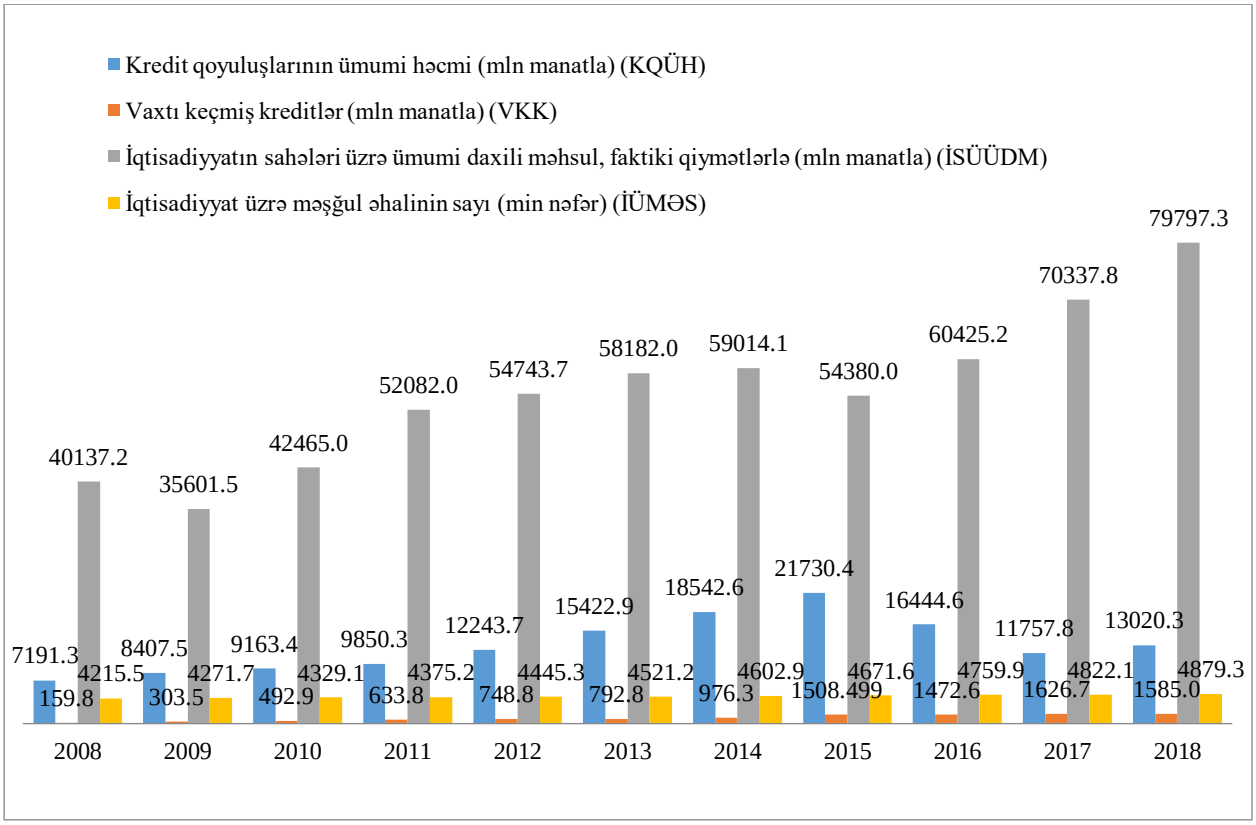
Metodologiya.

Məqalədə əsasən makroiqtisadi göstəricilər üzrə sistemli yanaşma və müqayisəli təhlil üsullarından istifadə edilmişdir. Təhlil edilən sahələrə banklar və ya digər kredit təşkilatlarının ölkə iqtisadiyyatına kredit qoyuluşları, ÜMD və iqtisadiyyat sahəsində çalışan məşğul əhalinin göstəriciləri daxildir. Tədqiqat aləti kimi korreliyasiya təhlilindən istifadə edilərək adı çəkilən sahələr arası əlaqə öyrənilmişdir.

Təhlil.

Ölkəmizdə, kiçik və orta sahibkarlıq milli iqtisadiyyatın və iqtisadi böyümənin sabitləşməsində vacib amillərdən biri kimi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Makro səviyyədə iqtisadiyyat sektorunu təhlil edən zaman sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirməsi formalarına nəzər saldıqda ilk öncə bank sektorunun mövcud təsirini araşdırmaq lazım lazımdır. Araşdırmadan əvvəl təhlil edilən sahə üzrə müqayisə ediləcək göstəricilərin statistikasını aşağıdakı şəkildə təqdim edək:

Qrafik 1. 2008-2018-ci İllər Üzrə Sahibkarlığın Maliyyələşdirmə Risklərinə Birbaşa Və Dolayı Təsir Göstərdiyi Fərqli Sahələr Üzrə Göstəriciləri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı www.cbar.az və Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika komitəsi www.stat.gov.az, 2020

2008-2018-ci illər aralığında real sektora kredit qoyuluşlarının ümumi həcmi 2016-cı il azalması istisna olmaq şərt ilə dinamik inkişafda olmuş və ən yüksək göstəricisini 2015-ci ildə əldə etmişdir. Real sektora kredit qoyuluşları ilə vaxtı keçmiş kreditlər arasındakı əlaqə bağlılığının ölçülməsi daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Vaxtı keçmiş kredit dedikdə əsas məbləğə hesablanan faizlər yaxud hər hansı birinin ödənilməyən hissəsinə görə ödənişləri müqavilədə göstərilən tarixdən 30 təqvim günündən çox gecikdirilən borc vəsaitləridir. (Azərbaycan Respublikasının Ədliyyə Nazirliyi Normativ hüquqi aktların vahid internet elektron bazası, 2003) Vaxtı keçmiş kreditlərin ümumi həcmi real sektora kredit qoyuluşlarının ümumi həcminə nisbəti, müqayisə edilən dövrlər üçün 0,1-dən aşağı olmuşdur. Bu vəziyyəti iqtisadiyyat üçün risk dərəcəsi kimi də qiymətləndirmək olar. Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarının inkişafında, o cümlədən real sektorun maliyyələşdirilməsində riskin azaldırması məqsədilə ölkə miqyasında aşağıdakı tədbirlər edilməlidir (Sadıqov, 2010):

- Bank sisteminin sağlamlaşdırılması və təşkilatı strukturun yenidən qurulması;

- Vergi yığımını artırmaq və iqtisadiyyatda real sektorun inkişafına təkan vermək məqsədilə vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi;

- Ödəniş balansı kəsirinin minimum endirilməsi və aradan qaldırılması;

- Manatın sabitliyinin təmin etmək;

- Ödəmələrin həyata keçirilməsindəki problemlərin aradan qaldırılması.

Yuxarıda qeyd edilən hər bir xüsusiyyət riskin azaldılmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qrafik 1-dən gördüyümüz kimi 2016-ci ildə kredit qoyuluşlarının ümumi həcmindəki dəyişiklik ölkədə sonuncu dəfə baş vermiş devalivasiya ilə yəni manatın məzənnəsi stabilliyini itirməsi ilə əlaqədardı.

Sahibkarlığın maliyyələşdirmə risklərinə birbaşa və dolayı təsir göstərdiyi fərqli sahələr üzrə göstəricilərin arasında asılılığa aşağıdakı cədvəldə cüt korrelyasiya təhlilində nəzər salaq:

Cədvəl 1. Sahibkarlığın Maliyyələşdirmə Risklərinə Birbaşa Və Dolayı Təsir Etdiyi Fərqli Sahələr Üzrə Göstəricilər Arasında Korrelyasiya Təhlili

Korrelyasiya	KQÜH	VKK	İSÜÜDM	İÜMƏS
KQÜH	1			
VKK	0,662169	1		
İSÜÜDM	0,43885	0,857300039	1	
İÜMƏS	0,615299	0,978411221	0,92228365	1

Cədvəl 1 üzrə cüt korrelyasiya əmsalları matrisinin təhlilinə əsasən qeyd etmək olar ki, ən yüksək asılı əlaqə vaxtı keçmiş kreditlər ilə iqtisadiyyatda məşğul əhalinin sayı arasındadı. Bundan başqa iqtisadiyat üzrə ÜDM-nin həcmi ilə bu sahədə çalışanların sayı arasında yüksək əlaqə mövcuddur. Real sektora kredit qoyuluşlarının həcmi ilə vaxtında qaytarılmayan kreditlərinin həcmi arasında davamlı olaraq birtərəfli mütənasiblik əlaqəsi yoxdur. Belə ki, bu göstəricilər arasında orta əlaqə sıxlığı müşahidə edilir.

Nəticə

Sahibkarlığın maliyyələşdirmə risklərin araşdırılması baxımından ümumiləşdirilmiş nətəcələri aşağıdakı formada göstərmək olar:

1) Maliyyə sahəsində əminsizlikvə ya ani qapanma müəyyən edilmiş kateqoriyalar üzrə onların yüksək risk səviyyəsinə məruz qalmasına səbəb ola bilər;
2) Dünya praktikasına əsasən qeyd edə bilərik ki, risklərin qarşısının alınması və ya azaldılması üçün ən geniş yayılmış effektiv üsullar sırasında sığorta, diversifikasiya, limitləşdirmə, hedcinqin tətbiqi sahibkarlıq subyektləri üçün faydalıdır;
3) Azərbaycanda vaxtı keçmiş kreditlərin ümumi həcmi real sektora kredit qoyuluşlarının ümumi həcminə nisbəti, müqayisə edilən dövrlər üçün 0,1-dən aşağı olması yeni fəaliyyətə başlamış kiçi və orta sahibkarlıq subyekti üçün əlverişlidir;
4) Sahibkarlığın maliyyələşdirmə risklərinə birbaşa və dolayı təsir etdiyi fərqli sahələr üzrə vaxtı keçmiş kreditlərin həcmi ilə iqtisadiyyatda məşğul əhalinin sayı arasında əlaqə mövcuddur. Belə ki, kreditlərin ödənilməsində geçikmələrin artması iqtisadiyyat sahəsi üzrə fəaliyyət göstərən işçi qüvvəsinin sayının artmasına səbəb olur. Bu onu göstərir ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsinin böyük hissəsi kənar

mənbələr hesabına həyata keçirilir. Başqa sözlə sahibkarlıq fəaliyyətinin dayanıqlığının yüksəldilməsində bankların rolu yüksəkdir.

Ədəbiyyatlar

1. Klapper L. (2004), "The Role of "Reverse Factoring" in Supplier Financing of Small and Medium Sized Enterprises", Vaşinqton, 1- 32;
2. Fatoki O. (2012), "The Impact of Entrepreneurial Orientation on Access to Debt Finance and Performance of Small and Medium Enterprises in South Africa", "Soc Sci" jurnalı, № 32 (2), 121-131;
3. Terungwa A. (2012), "Risk Management and Insurance of Small and Medium Scale Enterprises (Smes) in Nigeria", International Journal of Finance and Accounting, № 1(1), 8-17;
4. Barnes M., Coulton L., Dickinson T., Dransfield S., Field J., Fisher N., Saunders I. və Shaw D. (1998), "A new approach to performance measurement for small and medium enterprises", Avstraliya CSIRO Agentliyi, , 1-7;
5. "Vergi məcəlləsinə dəyişikliklər"(2018) Qanunvericilik bölməsi, "Azərbaycanın vergi jurnalı" Oktyabr-dekabr, , № 2 (137) 160
6. Sadıqov E. (2010), Bank əməliyyatları. Dərs vəsaiti. Bakı, 212
7. https://www.cbar.az/page-45/payment-system-indicators
8. https://www.stat.gov.az/source/labour/
9. http://www.e-qanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10017.htm

Kənd Təsərrüfatında Kreditləşmənin Əhəmiyyəti

Ümüd Vələdov

Veledovumud@mail.ru

Xülasə

Kənd təsərrüfatı qədim zamanlardan günümüzədək insanların həyatında mühüm əhəmiyyətə malik sahələrdən biridir. Ölkəmizdə də kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatın prioritet sahəsi olmaqla daim diqqət mərkəzindədir. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi, yeni texnika və texnologiyalarla təminatı qarşıda duran vacib məsələlərdəndir. Lakin, respublikamızda kənd təsərrüfatı subyektlərinin çox böyük hissəsi kiçik ailə-kəndli təsərrüfatlarından təşkil olunduğuna görə müasir texnika və texnologiyaların tətbiq edilməsi onların maliyyə təminatları baxımından mümkün deyildir. Bundan başqa iqtisadi, siyasi, sosial, iqlim və digər təsirlərin nəticəsində təsərüfatlar zərər görür, məhsuldarlıq aşağı düşür. Bu səbəbdən də sahibkarın gəlirləri kifayət etmədiyinə görə növbəti mövsümdə istehsal fəaliyyətinə davam edə bilmir. İstehsala davam etmək istəyi varsa qıraq mənbələrdən vəsait cəlb etməlidir. Bunun bir sıra yolları var, lakin ən effektiv yol kreditlərdən istifadə edilməsidir. Kreditlər müqavilə əsasında, müddətli və müəyyən faizlə verilir. Sahibkar kreditləri cəlb edərək xərclərini qarşılayır və vaxtı gəldikdə geri ödəyir, bununla da istehsalın fasiləsizliyi təmin olunmuş olur. Kənd təsərrüfatı subyektlərində kreditləşməni vacib edən amillərdən biri də bir çox kənd təsərrüfatı sahələrində istehsal prosesinin ildə bir dəfə baş verməsidir, yəni, sahibkar ildə cəmi bir dəfə gəlir əldə edir. Lakin, kənd təsərrüfatı bütün il ərzində xərc tələb edir. Bu xərclərə, gübrə, yem, yanacaq, zərərvericilərə qarşı dərman preparatları, toxumlar və digərləri daxildir. Kənardan maliyyələşmə təmin olunmasa bütün bu xərcləri qarşılamaq mümkün deyildir. Məqalədə bu problemlər araşdırılmış, onların həlli yolu kimi kreditlərin əhəmiyyəti göstərilmişdir.

Açar sözlər: Kənd Təsərrüfatı, Kənd Təsərrüfatı Maliyyələşməsi, Kreditlər, Qloballaşma.

Giriş

Ölkəmiz kənd təsərrüfatı üçün geniş potensiala sahib olan ölkələrdən biri olmasına baxmayaraq bu potensialın dəyərləndirilib dünya bazarına keyfiyyətli məhsul çıxara bilməkdə ciddi nailiyyətlər əldə edə bilməmişdir. Bu potensialdan tam səviyyədə istifadə olunması bir sıra iqtisadi, sosial, siyasi və s. problemlərin aradan qaldırılmasını təmin edəcəkdir. Bütün bu strateji və əvəzolunmaz yeri nəzərə alınaraq günümüzdə bütün ölkələr tərəfindən kənd təsərrüfatı prioritet sahələrdən sayılır və ölkənin inkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq dövlət tərəfindən xüsusi diqqət ayrılır.

Ölkələrə görə dəyişən aqrar islahatlar kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinə təsir etməklə yanaşı digər məhsulların da qiymətində özünü göstərir. Bu məsələ dünya ölkələrinin ortaq problemlərindən biridir. Xüsusilə 1990-cı illərdə başlayan və "qloballaşma" adlanan beynəlxalq münasibətlərdə ortaya çıxan yeniliklər, kənd təsərrüfatının klassik xüsusiyyətlərinə xüsusi çalarlar əlavə etməkdədir. Qloballaşma ilə birlikdə dünya ölkələri arasında aqrar sahədə istehsal və rəqabət gücünə sahib olmaq istəyi getdikcə artmaqdadır.

İqtisadi cəhətdən bu qədər vacib sahələrdən biri olmasına baxmayaraq məhsuldarlığın hava şəraiti və digər təbii hadisələrdən asılı olması, tələb-təklif arasında elastikliyin olmaması, qiymətlərin daimi dəyişkənliyi və s. hallar bu sahənin risklilik dərəcəsini artırır (Sezgin, 2010).

Kənd təsərrüfatı sahibkarlarının fəaliyyətlərini davam etməsi üçün ərazi, tikili və avadanlıqlara ehtiyacı var. Sahibkarlar bu yatırımları həyata keçirərkən verilməsi vacib olan qərarlardan biri, hansı maliyyə siyasətinin istifadə ediləcəyidir. Azərbaycanda kənd təsərrüfatının əsasən kiçik sahibkarlardan təşkil olunduğunu nəzərə alarsaq, kreditləşmənin digər sahələrə nisbətən aşağı olduğunu görərik.

Halbuki, bu sahibkarların inkişaf etməsi üçün avadanlıqların müasir tələblərə uyğunlaşdırılmasına, yatırım edərək fəaliyyətlərini genişləndirməsinə maliyyə vəsaiti lazımdır. Araşdırmada bu mövzuya toxunulmuş, kənd təsərrüfatı kreditləşməsini vacib edən səbəblər araşdırılmışdır.

Metod

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatının özünəməxsus xüsusiyyətləri və digər (təbii şərait, sosial, iqtisadi və b.) faktorların təsiri səbəbindən kənd təsərrüfatı müəssisələrinin qiymət və başqa vasitələrlə tənzimlənməsi lazım gəlir. Günümüzdə kənd təsərrüfatının inkişaf etdirilməsində əsas məsələ müasir texnika və texnologiyaların bu sahəyə cəlb edilməsinə əsaslanır. Bu, sahibkarların yetərli miqdarda vəsaitləri olduğu təqdirdə və ya kənardan dəstəkləndikləri zaman (kredit və digər şəkildə) mümkün olur. Maliyyə vəsaitinin olmadığı vəziyyətdə yeni texnika və texnologiyaların cəlb edilməsi mümkün deyildir.

Maliyyə və yaxud dilimizdə geniş yayılmış formasına görə maliyyələşmə, müəssisələr və təşkilatlar baxımından "tələb olunan pul vəsaitlərini uyğun şərtlərdə təmin edilməsi və mükəmməl bir şəkildə istifadəsilə bağlı fəaliyyət" deyə izah edə bilərik (Mucuk, 2008). Ölkədə fəaliyyətdə olan kənd təsərrüfatı subyektləri əsasən kiçik sahibkarlardan təşkil olunduğu üçün digər fəaliyyət sahələrinə nisbətən daha çox kənar mənbələrdən maliyyələşməyə ehtiyac duyurlar. Bunun nəticə isə bu sahədə məhsuldarlığın hava şərtlərinə bağlı olaraq dəyişməsilə gəlirin də miqdarı və əldə edilməsi vaxtı dəyişir. Məsələn, buğda əkən bir sahibkarın əkin zamanı maliyyə vəsaitinə ehtiyacı olur (yanacaq, gübrə, toxum və s.) və biçinə qədər o vəsaiti geri qaytara bilmir. Yəni, sahibkar əvvəl xərcləməni həyata keçirər, məhsulunu əkər daha sonra isə bu xərcləmələrin qarşılığını alar. Burdakı xərcləmə üçün də bir qaynağa ehtiyac duyur. Müasir şərtlərdə buna "kənd təsərrüfatı kreditləri" və ya "kənd təsərrüfatı maliyyəsi" deyilir.

İstər kənd təsərrüfatı fəaliyyəti olsun istərsə də digər sahələr üzrə fəaliyyət olsun bunların əsas funksiyası istehsal və satışdır. Ancaq vaxt keçdikcə bu iki funksiyanın ümumi yüksəlmədə kifayət etmədiyini, əlavə olaraq maliyyələşmə funksiyasının da vacib bir rola sahib olduğu qənaətinə gəlinmişdir. Maliyyə ehtiyyatlarını düzgün istifadə edə bilməyən subyektlər ya fəaliyyətlərini genişləndirə bilərlər ya da daha pisi, müflis olarlar, başqa sözlə fəaliyyətlərini davam etdirə bilməzlər. Maliyyə, müəssisələrin fəaliyyətlərini davam etmək üçün lazım olan pul vəsaitləri və digər qiymətli kağızların bütünüdür.

Araşdırma modeli

Araşdırmanın əsas məqsədi kənd təsərrüfatında kreditləşmənin əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir. Bunun üçün xarici təcrübəyə müraciət edib, kənd təsərrüfatı üzrə dünyada öz sözünü demiş ölkələrin təcrübələrindən faydalanmışdır. Onların kənd təsərrüfat sistemində kreditlərə verilən rol və onun nəticələri araşdırılmış, ölkəmizə tətbiq edilib-edilməyəcəyi təhlil edilmişdir.

Analiz

Əsasən kənd təsərrüfatı subyektlərində ehtiyacı olan vəsaiti iki cür təmin edə bilərlər. Birincisi, sahibkarların öz vəsaitlərini düzgün istifadə edilməsi şəraitində toplanmış məbləğ hesabına. İkincisi, təsərrüfatdan kənar mənbələr hesabına, bura qohumlar, digər şəxslər, koorperativlər, banklar, bank olmayan kredit təşkilatları və s. daxildir. Bu borclar vaxtı tamam olduqda geri qaytarılır və bir

çoxunda əlavə olaraq faiz şəkilində bir miqdar vəsait də ödənilməlidir. Müqavilə əsasında müəyyən müddətə və müəyyən faizlə, təminatlı və təminatsız şəkildə alınan borc vəsaitlərinə kreditlər deyilir (Erdemir, 1995).

Ümumi olaraq kənd təsərrüfatında kreditlərin istifadəsi, sahibkarların investisiya vəziyyəti, aqrar biliklər, mövcud yaxud gələcək üçün nəzərdə tutulmuş istehsal xətti və həcmi, iqtisadi bilikləri və aktivlərin faydalı şəkildə istifadəsi bacarıqları ilə yaxından əlaqədardır.

Kiçik ailə təsərrüfatlarının çoxluq təşkil etdiyi çox parçalı kənd təsərrüaftı torpaqları və termoloji dəyişikliyin (torpaqlarda gübrələmə və bu kimi yollarla edilən dəyişikliklər) faydalı miqdarda yeniləməməsi nəticəsində rentabelliyin aşağı səviyyədə olan ölkə kənd təsərrüfatı subyektlərində, vəsait çatışmamazlığı və bunların paylanılmasındakı bərabərsizliyi aradan qaldırılmasında istifadə olunan ən önəmli vasitələrdən biri kənd təsərrüfatı kreditləridir. Kənd təsərrüfatında gəlir səviyyəsinin artırılmaması və vaxtlı-vaxtında yatırımları əngəlləyən ünsürlər, kənd təsərrüfatı kreditlərindən geniş, faydalı və təsirli şəkildə istifadəsinin qarşısını kəsir.

Kənd təsərrüfatı fəaliyyətinin açıq ərazilərdə aparılması, təbiət hadisələrinin təsirinə sıx-sıx məruz qalması, təsərrüfat gəlirlərini mənfi şəkildə və daimi dəyişdirməkdədir. Sahənin təsirinə məruz qaldığı qiymət və məhsuldarlıq dəyişmələri, dolu, sel, quraqlıq, yanğın və s. ünsürlərin səbəb olduğu risk və qeyri-müəyyənliklər də diqqətə alındığında, kənd təsərrüfatı subyektləri üçün gəlir dalğalanmaları daha da artmaqdadır. Qeyd edilən risklərin artması, kəndli və ailəsinin yaşayış səviyyəsini aşağı salmaqla bərabər, qısa və uzun müddətli borc ödəmələrini çətinləşdirməkdədir. Digər tərəfdən isə təsərrüfatlarının kiçik olması və bazara lazımlı səviyyədə məhsul çıxara bilməmələri, bu təsərrüfat sahiblərinin gəlir və təhsil səviyyəsinin adətən aşağı olması, kredit ehtiyacını artıran digər amillərdəndir. Göründüyü kimi kənd təsərrüfatı subyektlərinin hazırkı şəraiti həm kreditin sahə üçün əhəmiyyətliliyini artırmaqda, həm də kreditlərdən faydalı şəkildə istifadəsini mənfi şəkildə istiqamətləndirməkdədir (Bülbül, 1995).

Kənd təsərrüfatı sahələrində kreditlərin lazımlılığını artıran səbəblərə ümumi olaraq nəzər salaq:

A.Təbii səbəblər:

1.Təbii hadisələr. Kənd təsərrüfatında istehsala zərər verən quraqlıq, daşqın, dolu, şaxta, külək və başqa meteroloji hadisələr məhsuldarlığa pis təsir edərək istehsalın və mənfəətliliyin azalmasına səbəb olur. Mənfəətdəki azalmaya görə sahibkar gələcək il üçün lazımlı istehsal vəsaitlərini yığa bilmədiyi, bəzən də yığılan vəsait sahibkar və ailəsinın xərclərini ödəmədiyi üçün sahibkar kredit üçün müraciət etmək məcburiyyətində qalır;

2.Xəstəliklər, həşərat və heyvanların vurduğu zərərlər. Kənd təsərrüfatı bitkiləri və heyvanlarında rast gəlinən xəstəliklər, ziyanverici həşərat və heyvanların verdiyi zərərlər, məhsuldarlığa təsir edərək sahibkarın gəlirlərinin azalmasına və dolayısıyla təsərrüfatının maliyyə vəziyyətinin pisləşməsinə gətirib çıxarır. Bu zərərlər səbəbilə kapitalın miqdarındakı azalmanı qarşılayacaq vəsaiti tapmayan təsərrüfatlar bu çatışmamazlığı kreditlər vasitəsilə aradan qaldırmaq üçün müraciət edirlər;

3.Müharibə və köçlər. Müharibə şəraitində kənd təsərrüfatında çalışan işçi qüvvəsinin azalması, hərbi əməliyyatlar aparılan ərazilərdə olan təsərrüfatlarda əmlaka zərər verilməsi, müharibə və sosial-iqtisadi səbəblərdən köçmə kənd təsərrüfatının strukturuna ciddi zərər verərək bir çox

çatışmamazlıqlar yaradır. Təsərrüfatların bu xərcləri qarşılayacaq vəsaitləri olmadığı üçün kreditlərə müraciət edir;

B.İqtisadi və sosial səbəblər:

1.Maliyyə cəhətdən kifayətsizlik və kənd təsərrüfatı subyektlərinin böyüklüyündən irəli gələn səbəblər. Kənd təsərrüfatında kapital dediyimiz zaman, təsərrüfatda istifadə edilən hər cür mallar və vasitələr başa düşülür. Kənd təsərrüfatı kapitalı çox vaxt təsərrüfatın bünövrəsini təşkil edən torpaq kapitalı və istehsal vasitələri kapitalı olaraq iki qrupa ayrılır. Kənd təsərrüfatında əsas kapital torpaq sayılır və onsuz istehsal mümkün deyildir. Bildiyimiz kimi müəyyən ərazi vahidinə görə və ya baş heyvana görə məhsuldarlığı artırmaq üçün istehsal vasitələrinin kapitalda payını artırmaq lazımdır.

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatı müəssisələrində istehsal vasitələri kapitalının ümumi kapitala nisbəti olduqca aşağıdır. Bəzi qabaqcıl kənd təsərrüfatı ölkələri ilə müqayisə etdikdə bu fərq daha çox gözə çarpır.

Ailə kəndli təsərrüfatlarının çox hissəsi normal ailə xərclərini qarşılayacaq səviyyədə deyildir. Bu səbəbdən dolayı məhsuldan qazanılan gəlirin ailə xərclərini ödəmək və gələcək mövsüm üçün investisiya olunmaq funksiyalarını yerinə yetirə bilmir;

2.Kənd təsərrüfatı subyektlərinin istehsalı genişləndirmək cəhdləri. İqisadi inkişaf və elmi-texniki tərəqqi ilə bərabər istehsalçıların təkcə öz tələbatları üçün deyil, bazara məhsul çıxartmaq istiqamətindəki fəaliyyəti nəticəsində əlavə vəsaitə ehtiyac yaranır. Bununla bərabər, gəlirliliyin aylara və mövsümlərə görə bərabər paylanılmamasına görə təsərrüfatlar istər istehsal, istərsə də istehlak üçün yaranan xərclərə görə kredit təşkilatlarına müraciət etmək məcburiyyətində qalırlar;

Bundan başqa, istehsalı böyütmək istəyən bir çox kənd təsərrüfatı sahibkarları istehsalın bir çox mərhələlərində kreditə almaq üçün müraciət edir. Digər tərəfdən, kənd təsərrüfatı müəssisələrində texnika və avadanlıqların müasirləşdirilməsi üçün lazım olan vəsaitin də qarşılanmasında kreditlərin rolu çox böyükdür;

3.Miras və vəsiyyətnamə işlərinin təşkili. Ölkəmizdə təsərrüfat sahibinin ölməsi vəziyyətində, mirasın bölünməsi prosesi səbəbilə təsərrüfatların parçalanması nəticəsində parçalara bölünmüş təsərrüfatın hissələrinin sahibləri lazımlı miqdarda vəsaitləri olmadığı üçün ərazilərini genişləndirmək və digər varislərin hissələrini satın almaq istəsələr kreditlərə ehtiyac duyurlar;

4.Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin azalması və infliyasiyanın təsiri. Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin aşağı düşməsi vəziyyətində bu məhsulları istehsal edən sahibkarın gəlirliliyi aşağı düşür və zərər edir, gələcək il üçün fəaliyyətini davam etdirmək istəyirsə kredit təşkilatlarına müraciət etməlidir.

İldə bir dəfə məhsul istehsal edən sahibkar gəlirini infliyasiyaya qarşı qoruya bilmədiyi kimi kənd təsərrüfatı xərclərinin də infiliyasiyaya görə artması nəticəsində gələcək mövsüm üçün istehsal xərclərində yaranan əksikliyi aradan qaldırmaq məqsədilə kredit almaq məcburiyyətindədir;

5.Kənd təsərrüfatında investisiyaların dövretmə sürətinin zəifliyi və təsərrüfatların gəlir-xərcləri arasında zaman fərqlərinin olması. Bitkiçilik və heyvandarlıqda istehsal periodunu istənilən halda qısaltmaq mümkün deyildir. Məsələn, bitkiçilikdə əkindən başlayaraq yaranan xərclər məhsulun satışına qədər davam edir və yalnız məhsul satıldıqda vəsait əldə olunur. Bu zaman fasiləsində vəsait

çatışmamazlığını aradan qaldırmaq üçün kənar mənbələrə ehtiyac duyulur. İstisna kimi quşçuluq və bir neçə digər sahədə bu period az olduğu üçün kreditə o qədər ehtiyac yaranmır;

C.Digər səbəblər:

Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərində təbii şərait, istehsala investisiyalar, tələb-təklif tarazlığı və başqa səbəblərlə bağlı istehsal periodları olə bağlı dəyişmələr ortaya çıxmaqdadır. Kənd təsərrüfatı subyektlərinin bu mənfi təsirlərdən zərər görməməsi üçün texnologiyaların gücləndirilməsi, mövcud istehsal həcminin artırılması və ya yeni məhsulların istehsalına başlanılmasının faydası böyükdür. Təsərrüfatların bu istiqamətdə investisiya etmələri səbəbilə kənd təsərrüfatı kreditlərinə tələb artmaqdadır.

Kiçik ailə-kəndli təsərrüfatlarının çoxluq təşkil etdiyi parçalanmış torpaq sahələri və müasir texniki avadanlıqlardan lazımi səviyyədə istifadə edilməməsindən ortaya çıxan məhsuldarlığın azlığı problemi olan Azərbaycandakı kənd təsərrüfatı subyektlərində çatışmayan ünsürləri və bunların istehsaldakı təsirlərini aradan qaldırmağa həll ola biləcək vasitələrdən biri kənd təsərrüfatı kreditləridir. Bu kreditlər vasitəsilə iqtisadiyyatdakı bəzi çatışmamazlıqların qarşısı alına bilər:

-kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərindəki dalğalanmaları aradan qaldırmaq;

-istehsalçıların aşağı olan mənfəətlilik səviyyələrini yaxşılaşdırmaq;

-kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına ölkənin maraqları üzrə istiqamət verməkdir.

-istehlakçıların maraqlarını müdafiə etmək və başqa məqsədlərlə kənd təsərrüfatı məhsulların istehsalına müdaxilə edə, maliyyə dəstəyi göstərməkdədir.

Kənd təsərrüfatı subyektlərinin sayca çox olan, bölünmüş və kiçik torpaq sahələrindən ibarət olması, miras qalan torpaq sahələrinin ailə üzvləri arasında paylanılması səbəbilə sahələrin daha kiçik hissələrə ayrılması, əldə edilən gəlirin bölüşdürülməsinə görə kənd təsərrüfatı subyektləri xroniki olaraq kiçilməyə doğru gedir. Bunun nəticəsidir ki, ildən ilə ərazilər dəyişməsə də aqrar subyektlər sayca artır.

Nəticə

Yekun olaraq belə bir nəticəyə gəlirik ki, kənd təsərrüfatı subyektlərinin inkişafı üçün zəruri şərtlərdən biri kreditləşmədir və bu səbəbdən kreditlərin verilməsi şərtləri sahibkarlar üçün münasibləşdirilməlidir ki, həm ölkədə ərzaq təhlükəsizliyi təmin olunsun, həm məşğulluq səviyyəsi artsın, həm də ki, xarici ölkələrlə ticarət əlaqələri genişləndirilsin. Kənd təsərrüfatı kreditləşməsinə xüsusi yer verilməsi, faiz dərəcələrinin aşağı salınması, uzun müddətli dövr üçün nəzərdə tutulması, ödənişlərin vaxtının məhsuldarlığa görə nəzərə alınması və s güzəştlərin tətbiq edilməsi ölkəmizin kənd təsərrüfatı potnsialından düzgün istifadəyə kömək edəcəkdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Alıyev İ.H. (2004). “Aqrar sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsi və regionlarda islahatların keyfiyyətcə səmərəli aparılması”, Bakı, “Elm”, 110 səh.
2. Cavadov N.Ə. “Regionların inkişaf etdirilməsində strateji planlaşdırmadan istifadənin əhəmiyyəti”, ADAU-nun Elmi Əsərləri, Gəncə, 2016,№1,səh.115-119..
3. İbrahimov İ. (2016). “Aqrar sahənin iqtisadiyyatı”, Bakı, (Monoqrafiya) 655 səh.

4. Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin və fərdi sahibkar təsərrüfatlarının əsas iqtisadi göstəriciləri. Bakı, 2019 (Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatı)
5. Quliyev E., (2015), "Aqrar İqtisadiyyat" Bakı,"Kooperasiya",320 səh.
6. Məmmədov Z.F. (2010), "Pul, Kredit, Banklar" Bakı, "Azərnəşr", 320 səh.
7. Eyvazova Nailə "Aqrar sahənin sosial-iqtisadi inkişafında məqsədli proqramların rolu", Akademik Tarih veDüşünce Dergisi, cilt 4, sayı 11, mayıs 2017, səh.217-224.
8. Ahmet Şahinöz "Tarım reformu" Hacetepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt 18, sayı 1, 2000, ss287-305.
9. Ayşe Sezgin "Çiftçilerin Tarımsal Yayımın finansmanına katılma isteklerini etkileyen faktörlerin analizi: Erzurum ili örneği" Tarım Bilimler Dergisi-Journal of Agricultural Sciences, 16, 2010. 116-122.
10. Figen Erdoğan, Zeki Bayramoğlu "Tarım işletmelerinde Finne-Kinney yöntemi ile risk analizi" TEAD, 2010, 3(2), ss19-28.
11. Mehmet Ersoy, M.Şerif Özsoy "Tarım finansmanının kalkınmadaki rolü ve önemi: bir model önerisi" Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, cilt12, sayı 47. Ocak 2017, ss 1-14.
12. 5. Mehmet Bülbül Ç., Engin Güneş E. "Tarımsal krediler ve uygulamaları" Türkiye Ziraat Mühündisliği IV Kongresi, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları, II cilt, Ankara, 1995.
13. Mustafa Acar "Tarımsal işletmelerde finansal performans analizi" Erciyez Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı 20, ocak-haziran 2003, ss 21-37.
14. Mucuk M, "Finansal serbestleşme sürecinde Türkiye ekonomisinde faiz ve kur ilişkisi" Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi (15), 2008.

Azərbaycanda Əmək Bazarının Biznes Mühitinə Təsirinin Analizi

Türanə Bağırova

baqirova.t@nbcbank.az

Xülasə

Tətqiqatı əsas məqsədi əmək bazarında meydana gələn problemlərin biznes sahəsinə təsirinin azaldılması istiqamətində dövlətin əlverişliliyinin artırılması istiqamətlərinin, dövlət tərəfindən biznesin tərəqqisinə görə ərsəyə gətirilən şəraitin və göstərilən dəstəyin, o cümlədən yürüdülən iqtisadi islahatların öyrənilməsidir. Bu nöqteyi-nəzərdən iqtisadi islahatlar biznes şəraitinin daha da optimallaşdırılmasını, təşviq siyasətinin həyata keçirilməsini və institusional islahatlarını özündə əks etdirəcəkdir. Məqalədə, Azərbaycan Respublikasında əmək bazarı və biznesin tərəqqisi üçün xüsusi imkanlar müəyyən edilmiş, o cümlədən, sahibkarlığa dövlət dəstəyinin mühüm istiqamətləri və ölkə daxilində biznes fəaliyyətinə mane olan əsas amillər öyrənilmişdir. Tətqiqatda əmək bazarında meydana gələn problemlərin biznes sahəsinə təsirinin azaldılması istiqamətində dövlətin əlverişliliyinin artırılması istiqamətlərinin, dövlət tərəfindən biznesin tərəqqisinə görə ərsəyə gətirilən şəraitin və situmullaşdırıcı amillər öz əksini tapmışdır.. Məqalədə, Azərbaycan Respublikasında əmək bazarı və biznesin tərəqqisi üçün xüsusi imkanlar müəyyən edilmiş, o cümlədən, sahibkarlığa dövlət dəstəyinin mühüm istiqamətləri və ölkə daxilində biznes fəaliyyətinə mane olan əsas amillər öyrənilmişdir. Bu tədqiqat işində məşğulluğun ümumi xüsusiyyətləri araşdırılmış, əmək bazarının ümum daxili məhsulda payının məşğul insanların sayına təsiri ekonometrik modellə qiymətləndirilmişdir. Qiymətləndirmə bazası olaraq 2000-2018-ci illəri arasında illik statsitik məlumatlardan istifadə olunaraq ekonometrik model qurulmuş və nəticələri təhlil edilmişdir.Ekonometrik modellərin tətbiqi ilə qiymətləndirmə aparılan zaman vacib şərtlərdən biri də əldə edilən nəticələrin etibarlılığıdır. Buna nail olmaq məqsədilə günümüzə qədər müxtəlif metodologiyalar tətbiq olunmaqla, nəticələrin etibarlığlığını yoxlamaq məqsədilə fərqli yanaşmalar irəli sürülmüşdür. Məqalə işində bütün qiymətləndirmələr Eviews 8 proqramı üzərindən aparılmışdır.

Açar sözlər: Bizness, Məşğulluq, Əmək

Giriş

Azərbaycan Respublikasında müasir dövrdə həyata keçirilən islahatlar iqtisadiyyat sahəsində əsaslı, keyfiyyət yeniliklərinə yol açmışdır. Nəticədə bu da dinamik iqtisadi tərəqqini təmin etmişdir. Azərbaycan Respublikasında mövcud sosial – iqtisadi siyasətin vacib sahələrindən biri əmək bazarının tərəqqisi və işçi qüvvəsindən əlverişli formada istifadə olunmasıdır.

Əmək bazarını əsaslandıran göstəricilər dedikdə, məşğulluğun növləri, məşğulluq səviyyəsi, məşğul əhalinin fəaliyyət növləri üzrə bölgüsü, muzdsuz və muzdla işləyənlər iqtisadi aktiv əhali, işsizlik səviyyəsi və s. nəzərdə tutulur.

Günümüzdə sahibkarlığın tərəqqisi ölkə daxilindəki mütəmadi olaraq davam edən sabitliyə, inkişaf və demokratikləşmə prosesinin zamanla lap da güclənməsinə öz töhfəsini verir, Azərbaycan Respublikasının xüsusi qarantına çevrilir. Düzgün yollar ilə maddi imkanlarını artıran hər kəs üçün əngəlsiz biznes mühiti yaradılır, özəl sferanın imkanları artırılır. Təcrübədən məlum olur ki, infrastrukturun yenilənməsi, ofislərin açılması, rəqabət qabiliyyəti olan məhsul istehsalının çoxalması, yəni iqtisadi islahatların yürüdülməsi ölkə daxilində biznes şəraitinin qurulmasından lap çox asılıdır.

Metod

Müqayisəli təhlil, statistik qruplaşdırma, analitik metodlardan, reqresiyya metodundan, ən kiçik kvadratlar (LS) üsulundan, Dikey Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP), Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) və Vahid kök (Unit root) testindən, habelə riyazi və ekonometrik modelləşdirmə

üsullarından, E-views program analizindən istifadə edilmişdir.

Analiz

Əmək bazarının nəzəri-konseptual əsasları

Əmək bazarı - kapital, qiymətli kağızalar, əmtəə, investisiya və başqa bir çox bazarlar kimi, bazar iqtisadiyyatının vacib amillərindən biridir. Gəlir və əmək bazarı nəzəriyyəsi, iqtisadiyyat sahəsindəki məhsulun nisbi səviyyəsi, qiymətləri ilə əlaqədar iqtisadi analiz orqanıdır. Bu makroiqtisadi faktorların bir-biri ilə əlaqələrini müəyyən etməklə dövlətlər iqtisadi sabitliyə şərait yaradan siyasət yürütməyə çalışırlar.

1930-cu illər ərzində ABŞ-da və Avropada Böyük Depressiyadan dərhal sonra gəlir və əmək bazarı nəzəriyyəsinə olan maraq tədricən artdı. İşsizlik səviyyəsinin yüksək hədlərini və iş məhsuldarlığının aşağı səviyyəsini açıqlaya bilmədiyindən, klassik iqtisadiyyat məktəbi həmin dövrün problemlərinin həlli yollarını müəyyən etmişdir.(Bruttel O.A. , 2016: s.588)

John Maynard Keynes, Ümumi İstehlak nəzəriyyəsi, faiz və pul nəzəriyyəsi nəşrindən gəlir və əmək bazarı nəzəriyyəsi ilə bağlı bəzi fikirlər irəli sürdü. Bu nəzəriyyəyə əsaslanan Keynesyalılar gəlir, çıxış və xərclər arasındakı əlaqəni qeyd etdilər. Hər hansısa dövr ərzində qənaət bundan əvvəlki səviyyələrdən yuxarı səviyyəyə yüksəldi. (Bruttel O.A., 2016:s.587-596) Göstərilən təsirin gələcək tələbinin çoxalması perspektivliyi yeni tələbatın azalması ilə ekvivalentdir. Əlavə kapital formalaşması (inventar kimi investisiya) eyni qədər artırsa, məhsuldar vəsaitlər xüsusi qaydada fəaliyyət göstərəcəkdir; fəaliyyət səviyyəsində yenilik olmayacaq və iqtisadiyyat olduğu kimi qalacaq .(Akyüz, Yılmaz 2016)

Nəticə etibarilə, kapital inkişaf etməsə, əməyin tələbi aşağı düşəcək və əmək haqqının azalmayacağını nəzərə alaraq, işçilərin bəzisi işsiz qalacaq və onların cari gəlirləri yox olacaq. Qazanılmış gəlirlərin tədricən azalması istehlak tələbini də azaldır, o cümlədən qənaət dərəcəsini azaldır. İstehsalçılar investisiya planlarına təsir etməzsə, balans aşağı səviyyədə qalacaq. Belə olduqda dəyişməyən qənaət yox, məhz investisiyaların səviyyəsi olur: investisiyanın nisbətən azalması və qənaətin artması nəticəsində iqtisadiyyat tənəzzülə edir. İnvestisiya artımı və bununla yanaşı istehlak xərclərinin çoxalması iqtisadiyyatı inkişaf etdirməyə meylli olacaqdır.

A.Piqunun qeyd edirdi ki, əmək bazarındakı rəqabət zəifdir və bu rəqabət əməyin qiymətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Sahibkarlara aid olan məhsulun qiymətinin çoxalmasına təkan verən yüksək ixtisaslı kadrlara maksimum əmək haqqı vermək məqsədəmüvafiqdir, onların yüksək əmək məhsuldarlığı hesabına işçi heyətini tədricən azaltmaq olar.(Pavlenkov V.A. 2017: s.148).

Ədəbiyyat xülasəsi

Nəzəri olaraq bir iqtisadiyyatda ÜDM-in real olaraq artması, istehsal edilən mal və xidmət miqdarı ilə işlədilən əmək miqdarının artması və məşğulluğun artması mənasına gəlir. Eyni şəkildə ÜDM real olaraq azalarsa, istehsal olunan mal və xidmət miqdarı azalmış deməkdir və bu halda işlədilən əmək miqdarıda azalar.

Qısaca normal şərtlərdə məşğulluqla və iqtisadi artım arasında düz mütanasib bir münasibət olması lazımdır. Ancaq iqtisadi ədəbiyyatda iqtisadi artımın məşğulluğa təsiri müzakirəli bir mövzudur və emprik araşdırma nəticələri gözlənilənləri çox zaman doğrultmur. Bu mövzu ilə bağlı olaraq aparılan

bir çox emprik araşdırmalar, ümumi olaraq, məşğulluq və iqtisadi artım arasındakı münasibətin keçmişdəki qədər güçlü olmadığı qənaətinə gəlmişdir.

Evans David ABŞ iqtisadiyyatı üçün 1950-1985-ci illər arasındakı məlumatlarla apardığı tədqiqatda, fərqli ekonometrik metodlarla məşğulluq-bizness mühiti əlaqəsini araşdırmışdır. Granger səbəb-nəticə analizinin nəticələrinə görə,məşğulluq-iqtisadi artım arasında düz istiqamətli bir səbəb nəticənin varlığı ortaya qoyulmuşdur. VAR modelində isə bizness mühiti səviyyəsi ilə məşğulluq səviyyəsi arasında güclü bir müsbət əlaqə tapılmışdır. (Loginova V. A. 2018).

Veber İkinci Dünya Müharibəsi ABŞ iqtisadiyyatında dövri işsizlik səviyyələri və dövri ÜDM arasındakı əlaqəni dinamik model vasitəsiylə analiz etmiş və Ouken əmsalını, bənzər emprik texnikalar istifadə edilən digər tədqiqtlara görə daha kiçik hesab etmişdir (-0.25). 1973-cü ildəki struktur dəyişimi test etdiyi araşdırmasında, meydana gələn təklif şokları öncəsində, işsizlik və bizness mühiti arasında bənzər əlaqənin olduğunu ifadə etmişdir . (Loginova V. A. 2018).

Valterskirschen tərəfindən Avropa Birliyinə üzv ölkələr üçün 1988-1998-ci illəri əhatə edən və cross-country metoduna görə həyata keçirilən real hasilat artımındakı dəyişmə ilə məşğulluq səviyyələri arasında qüvvətli bir müsbət əlaqənin olduğu müəyyən edilmişdir.

Sögner və Stiassny 15 OECD iqtisadiyyatının məlumatlarını istifadə edərək həyata keçirdikləri tədqiqatda iqtisadi artımdakı dəyişikliyin işsizliyə təsirinin ölkələr arasında fərqliliklər göstərdiyi müəyyən edilərək, proteksionist siyasətlərin tətbiq edildiyi əmək bazarlarında iqtisadi artım dəyişikliklərinin məşğulluğa təsirinin aşağı olması, işsizliyin qalıcı xüsusiyyət daşıdığını ifadə etmişdir. (Loginova V. A. 2018).

Ekonometrik model və verilənlər

Statistik məlumatlar Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komtəsinin və World Bankın Statistik Məlumat Bazasından götürülmüşdür. Bu tədqiqat işində nəticələrin etibarlılığını yoxlamaq üçün və ya digər ifadə ilə izah etsək, tədqiqat obyekti olan asılılıqların qiymətləndirilməsi üçün ən kiçik kvadratlar (LS) üsulundan istifadə edilmişdir.

Ən kiçik kvadratlar üsulu reqressiya analizinin əsas üsullarından biri olub, təsadüfi xətalar daşıyan dəyişənlərin qiymətləndirilməsində istifadə olunur. Ən kiçik kvadratlar üsulunun mahiyyəti onun adından göründüyü kimi ölçmə nəticəsində əldə olunan qiymətlər və gözlənilən qiymətlər arasındakı fərqin (xətanın) kvadratının minimal olmasına əsaslanır. Funksiyanın modeli elə seçilir ki, onun verdiyi qiymətləri arasında olan fərqlər kvadratlarının cəmi də minimum olsun.

Qiymətləndirmələr zamanı kointeqrasiya əlaqəsinin və ya dəyişənlərin uzunmüddətli dövr əlaqəsinin olması üçün bir çox metodlarda dəyişənlərin I (1) olması arzuolunandır. I (0) və I (1) dedikdə, dəyişənlərin səviyyədə və ya 1-ci tərtib fərqdə stasionar yaxud qeyri-stasionar olması başa düşülür. Əgər dəyişən səviyyədə stasionardırsa, I (0) hesab olunur. Əks halda 1-ci dərəcədən fərqlər hesablanır və stasionarlığı yoxlanılır. Bu halda stasionar olan dəyişənlər I (1) hesab edilir.Zaman əsaslı dəyişənin hər bir zaman aralığı üçün ehtimal paylanması eynidirsə, dəyişən stasionar sayılır. Dəyişənlərin stasionarlığını yoxlamaq üçün Gücləndirilmiş Dikey Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) və Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) Vahid kök (Unit root) testləri tətbiq oluna bilər. ADF və PP testlərində H_0 hipotezi olaraq “dəyişən qeyri-stasionardır” və ya “vahid kök problemi var” qəbul edilir. KPSS testində isə H_0 hipotezi “dəyişən stasionardır” olaraq qəbul edilir.

Qiymətləndirmənin nəticələri

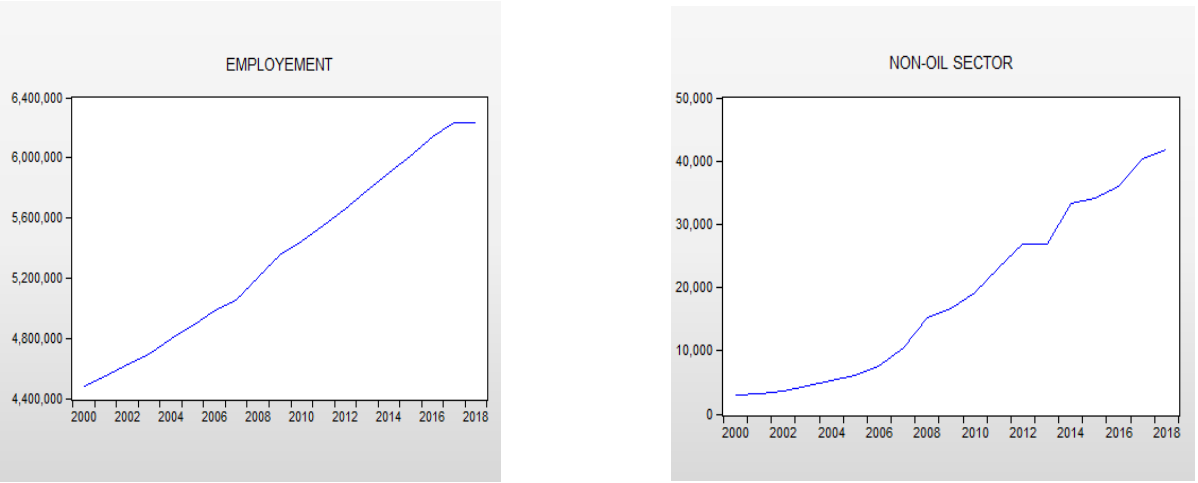
Ekonometrik analiz zamanı ilk növbədə modellərin dəyərləndirilməsində I mərhələ istifadə ediləcək dəyişənlərin trend analizini aparmaq spesifikasiyada xətaların ən aza endirilməsi nöqteyi-nəzərindən məqsədə uyğundur. Burada modelin dəyişənləri natural loqarifmik halda istifadə olunacaq. Yəni, modellərdə elastik əlaqə öyrəniləcək. Qiymətləndilməsi aparılan ekonometrik modelin ilkin statik ifadəsi belədir:

$$log\ (\ employment\ ) = \beta_0 + \beta_1 * log\ \ (\ \ Non\ \ oil\ \ sector\ \ )_t + u_t$$

Burada β_0 *və* β_1 əmsalları reqressiya əmsallarıdır, t zaman faktorunu ifadə edir, u_t isə modelin ağ küy xətasıdır. Qeyri neft sektorununun ÜDM-də payı əsas dəyişəndir. Məşğul insanların sayı asılı dəyişəndir. Qiymətləndirmədə xüsusi əhəmiyyət kəsb edən əmsal β_1 əmsalıdır.

Şəkil 1-də asılılqların ekonometrik qiymətləndirilməsi modellərində istifadə olunmuş dəyişənlərin ayrı-ayrılıqda loqarifmik profilləri tədqim edilir.

Şəkil 1. Dəyişənlərin artım nisbəti



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Şəkil 1-dən göründüyü kimi 2000-ci illərin əvvəlində bizness mühitinin ÜDM-də payı az olmuşdur. İllər üzrə bizness mühitində artım müşahidə olunur. 2015-ci ildə davamlı artımda sınma müşahidə olunur. Ölkədə baş verən iqtisadi proseslər və bu prosesin əsas tərkib hissəsi olan devalvasiya bizness mühitindən də yan keçməmişdir. Məşğul insanların sayı 2008-cı ilə qədər artmış, 2009-cu ildə azalma müşahidə olunur. Sonrakı illər də dağlanmalar müşahidə olunur.

Şəkil 2.Vahid kök testi

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-3.175988	0.0409
Test critical values:	1% level	-3.920350	
	5% level	-3.065585	
	10% level	-2.673459	

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Burada H_0 hipotezi aslı dəyişən olan məşğulluğun vahid kökə sahib olduğunu bildirir. III tərtib fərqdən p qiyməti 5 %-dən kiçik olduğu üçün (p=0.04<0.005) dəyişən vahid kökə sahib deyil, yəni satsionardır.

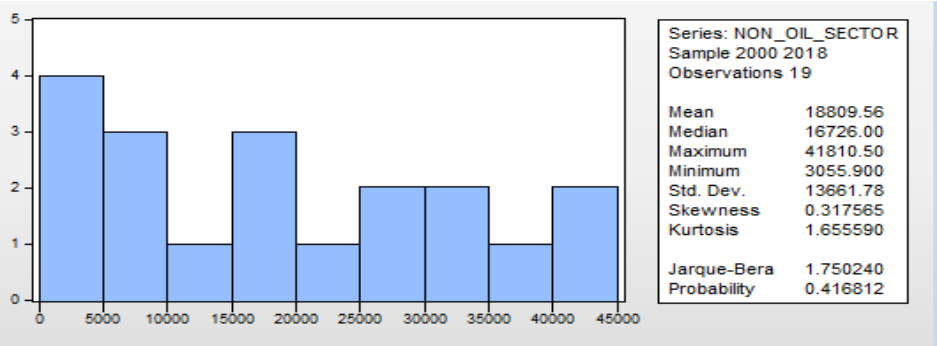
Şəkil 3.Vahid kök testi

		t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-4.473602	0.0031
Test critical values:	1% level	-3.886751	
	5% level	-3.052169	
	10% level	-2.666593	

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Qeyri neft sektoru dəyişənin vahid kök testinnin p qiyməti 5 %-dən kiçikdir (p=0,03<5%), yəni H_0 rədd edirik. Dəyişən vahid kökə malik deyil, yəni stasionardır.Modeldə Qaus-Markov şərtlərindən həm də ağ küy xətasının normal paylanmasını yoxlamaq üçün Jarque-Bera normallıq testi edilir. Test nəticələri cədvəl 3.4-də qeyd edilmişdir. Cədvəldə verilmiş *p qiyməti* göstəricisinin 5%-dən yuxarı olmasına əsasən ağ küy xətasının normal paylanmaya malik olduğunu ifadə edən H_0 hipotezini qəbul etməklə qalıqların normal paylandığını deyə bilərik.

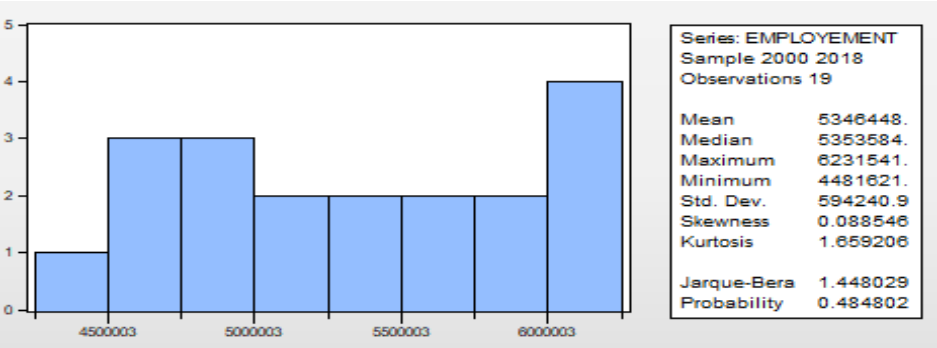
Şəkil 4 Normal paylanma1



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Şəkil 5-dən göründüyü kimi qeyri neft sektronun ÜMD-də payı normal paylanmışdır. P qiyməti 5 %-dən böyük olduğu üçün H_0 qəbul edirik, yəni dəyişən normal paylanıb.

Şəkil 5. Normal paylanma2

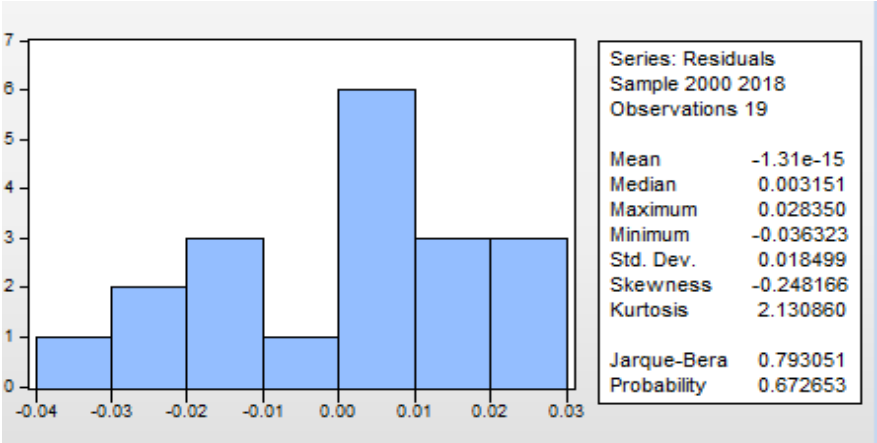


Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Tənliyin qalıqlarının normal paylanmasını yoxlamaq üçün Jarque-Bera testi edilmişdir. *P-value* qiymətinin 5%-dən böyük olması qalıqların normal paylanmasını ifadə edən H_0 hipotezinin qəbul edilməsinə imkan verir. Daha dəqiq qeyd etsək, test nəticələrinə əsasən qalıqlar normal paylanmaya malikdir.

Ekonometrik təhlilin digər əsas şərtlərindən biri olan qalıqların normal paylanmasının yoxlanması isə Jarque-Bera Histogram Normality Test vasitəsilə yoxlanır. Jarque-Bera normallıq testində H_0 hipotezi "ağ küy xətası normal paylanmaya malikdir" olaraq qəbul olunur. Əgər probability göstəricisi 5%-dən böyük olarsa, bu H_0 hipotezinin qəbul olunması və qalıqlarda normal paylanmanın olduğunu göstərir.

Şəkil 6. Qalıqların normal paylanması



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Nəticələrin interpretasiyası

Qalıqlar üçün aparılmış testlərin nəticələrinin müsbət olması modelin nəticələrinin interpretasiya edilə biləcəyini ifadə edir. Dəyişənlər arasında əlaqənin qurulması və qiymətləndirmə əmsalları şəkil 7-də verilmişdir.

Şəkil 7. Modelin tənliyi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(NON_OIL_SECTOR)	0.117992	0.004817	24.49378	0.0000
C	14.36548	0.045958	312.5787	0.0000

R-squared	0.972445	Mean dependent var	15.48607
Adjusted R-squared	0.970824	S.D. dependent var	0.111439
S.E. of regression	0.019035	Akaike info criterion	-4.985795
Sum squared resid	0.006160	Schwarz criterion	-4.886380
Log likelihood	49.36505	Hannan-Quinn criter.	-4.968970
F-statistic	599.9454	Durbin-Watson stat	0.350710
Prob(F-statistic)	0.000000		

*Log(employment)=14.37+0.118*log(non oil sector)*

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Tənliydən əldə edilən nəticə əsasında demək olar ki, qeyri neft sektorunun ÜDM-də payının 1% artması, məşğul əhalinin sayını 0.12% artar. R squared dəyəri aslı dəyişənin neçə faizinin sərbəst dəyişənlə izah olunduğunu göstərir. Modeldə aslı dəyişən məşğul əhalinin sayının 97%-i əsas dəyişən

qeyri neft sahəsinin ÜDM-də payı ilə izah olunur.

Qiymətləndirmənin nəticələri bizə qeyri neft sahəsinin ÜDM-də payının çoxalması Azərbaycanda məşğul əhalinin sayının artmasına təsiri ilə bağlı əhəmiyyətli informasiya verir. Belə ki, nəticələr qeyri neft sahəsinin ÜDM-də payının artmasının məşğul əhalinin sayına təsirinin müsbət və əhəmiyyətli olduğunu göstərir. Qeyri neft sahəsinin ÜDM-də payının çoxalması davamlı qitisadi inkişaf və iqtisadi artım üzərində müsbət təsirlər göstəriyi kimi, məşğul əhalinin sayının artmasında da önəmli rol oynayır.

Nəticə

Tədqiqat işinə ümümi nəzər saldıqda ilk olaraq məşğulluq anlayışının nəzəri aspektləri və ümumi konsepsiyaları müəyyənləşdirilmişdir. Biznes mühitinin davamlı iqtisadi inkişaf və məşğulluğun təmin olunmasında rolu müəyyənləşdirlmiş. Biznes mühitinin xüsusiyyətləri, ölkə iqtisadiyyatı üzrə əhəmiyyəti və Azərbaycanın iqtisadi inkişafında nə qədər strateji bir sahə olmağı əsaslarla bir daha özünü təsdiqlədi. İlk növbədə onu deyə bilərik ki, bu biznes üzrə yeni texnoloji imkanlardan düzgün şəkildə, istifadə edilməsi ölkə iqtisadiyyatına müsbət töhvə verir. Makroiqtisadi göstəricilər baxımından əsas məqsədlərimizdən biri də ÜDM-də əmək bazarının faiz nisbətini artırmaqdır.

Ölkədə investisiya siyasətinə üstünlük verilməsi, iqtisadi sahəyə yönəldilən əsaslı vəsait qoyuluşunun artırılması da mühüm önəm daşıyır. Bunu son 10 il ərzində Azərbaycan iqtisadiyyatına ayrılan əsaslı vəsait qoyuluşunun həcminin 100 milyard manatdan çox olması, qeyri-neft sektorunun 2,6 dəfə artaraq milli iqtisadiyyatda payının 70%-ə çatması, özəl sektorun ÜDM-də xüsusi çəkisinin 80%-i ötməsi, ölkənin regionlarının inkişafına yönələn ardıcıl dövlət proqramlarının icrası sayəsində 1,6 milyondan çox iş yerlərinin açılması, işsizliyin 5%-ə enməsi kimi faktlar da təsdiqləyir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Akyüz, Yılmaz (2016). Emek-Değer Teorisi ve Nitelikli İşgücü Sorunu, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları no: 451.s.245-256
2. Bruttel O.A. Theoretical bases of the labor market CARMA Research Paper n° 2016 :06, pp.587-596
3. Doeringer P. and Piore M. (2018). Transitional Labour Markets : An Economist's View" , Gender and Institutional Change. Essays in Honour of Günther Schmid, Edward Elgar, 390 – 415
4. Hartlapp M. and Schmid G. (2018), Labour Market Policy for ‚Active Ageing' in Europe: Expanding the Options for Retirement Transitions", in Journal of Social Policy, 38 (4), 509-531
5. Loginova V. A. (2018). Ecometric analysis of the impact of the labor market on the business environment. in Journal of Social Policy, 41 (5), pp 610-632
6. Robert (2013). İşgücü piyasasının teorik temelleri. Ankara Üniversitesi Yayınları, No: 210, (Çeviri) , 630 say
7. Schmid G. (2013). Activating Labour Market Policy: "flexicurity through Transitional Labour Markets. Innovation and Growth, Edward Elgar, 78 – 96
8. Павленков В.А. (2017). Теоретические основы рынка труда., "Вопросы экономики", №3, 2017 г., 147-159
9. http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/rynok-truda.html
10. https://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/business-environment
11. https://www.toppr.com/guides/business-environment/

Yeni Sənayeləşmiş Ölkələrin İnkişafı

Mirəli Kazımov

mireli.k@inbox.ru

Xülasə

Son illərdə Koreya Respublikası, Tayvan, Hong Kong və Sinqapur da daxil olmaqla sürətlə böyüyən Şərqi Asiya dövlətlərinin kiçik bir qrupunun iqtisadi inkişafına çox diqqət yetirilmişdir. Onlara Şərqi Asiyanın "yeni sənaye ölkələri" (NİS) deyilirdi. Bir qədər sonra NİS-in ikinci dərəcəli üzvlərinin (İndoneziya, Malayziya və Tayland) güclü iqtisadi böyüməsi, iqtisadi göstəriciləri baxımından yeni sənaye ölkələri ilə bir sırada olan Çin Xalq Respublikasının da iqtisadi canlanması səbəbindən regional dinamikanın perspektivləri daha da yaxşılaşdı.

Bölgənin iqtisadi inkişafı bu ölkələrin iqtisadiyyatına xarici kapitalın qoyulması, sürətlənmiş sənayeləşmə, istehsalın və yaşayış səviyyəsinin kəskin artması və bu baxımdan təkcə ölkələr daxilində deyil, həm də xarici ticarət əlaqələrinin güclənməsi ilə sıx bağlı idi. Bu ölkələrin xarici fəaliyyətləri beynəlxalq əmək bölgüsündə yeni bir tendensiya kimi özünü göstərən dünyanın digər bölgələrinin iqtisadi siyasətinə də güclü təsir göstərməyə başladı. 80-90-cı illərin dünya iqtisadiyyatındakı çətin vəziyyət, şübhəsiz ki, belə nəticələrə nail olmaq üçün inkişaf strategiyalarına marağı artırdı. Təcrübələrini dünya iqtisadiyyatının digər iştirakçılarına tətbiq etmək məqsədi ilə bu ölkələrdə inkişaf etmiş bazar münasibətlərinin formalaşması proseslərinin öyrənilməsi aktualdır.

Bu səbəbdən, yeni sənayeləşmiş ölkələr xarici ticarət siyasətlərini formalaşdırmaqda daha məsuliyyətli oldular. Maliyyə bazarının hazırkı inkişaf mərhələsində yeni sənaye ölkələrinin xarici ticarət siyasəti yalnız strategiyanın elementi olmaqla yanaşı, həm də onların maliyyə vəziyyətlərinin və digər ölkələrə təsirinin tənzimlənməsi mexanizminə çevrilmişdir. Bu baxımdan yeni sənaye ölkələrinin xarici ticarət sahəsindəki təcrübəsi aktuallıq kəsb edir.

Açar sözlər: **iqtisadi, inkişaf, ölkələr, YSÖ, ÜDM**

Giriş

Xarici ölkələrdən təsirli investisiya mənbələrinin axını təkcə dünya iqtisadi birliyinin əsas mərkəzlərinin geosiyasi mülahizələri ilə deyil, həm də region ölkələrinin xarici sərmayələrin alıcıları kimi cəlbediciliyindən qaynaqlandı. Şərqi Asiya dövlətləri, o cümlədən Çin tədricən inkişaf etməkdə olan dünyadakı bütün sərmayələrin ən azı yarısını geri çəkərək birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsində lider olmuşdur.

Şərqi Asiya ölkələri bu mövzuda və 90-cı illərdə Latın Amerikası dövlətlərindən qabaqda idi. - təxminən iki dəfə. Lakin sonradan meydana gələn Asiya böhranı, iki xarici regionun qlobal xarici investisiya axınındakı payı bərabərləşdirməyə kömək etdi.

Xaricdən alınan maliyyə mənbələri Şərqi Asiya ölkələri tərəfindən çox səmərəli istifadə edilmişdir. Kredit şəklində xarici kapital investisiyalarının axını Latın Amerikası bölgəsində olduğu kimi, 1990-cı illərin sonlarında Asiyadakı böhran dövrü istisna olmaqla xarici borc parametrlərinin belə sürətli artmasına şərait yaratmadı.

Ölkələrin İqtisadı İnkişafı

20-ci əsrin beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin inkişafındakı ən diqqətəlayiq xüsusiyyətlərdən biri keçmiş müstəmləkələrin və asılı ərazilərin - indiki inkişaf etməkdə olan dövlətlərin və ya çox vaxt "azad edilmiş dövlətlər" adlandırdıqları kimi "üçüncü dünya" ölkələrinin rolu və əhəmiyyətinin artmasıdır. ,"Cənub ölkələri", "Xarici ölkələr" ölkələri. İnkişaf etməkdə olan ölkələr dolğunlaşır və beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən vacib subyektlərindən biridir. Gənc dövlətlərin yaranması və inkişafı beynəlxalq iqtisadiyyatda kəmiyyət və keyfiyyət dəyişiklikləri ilə müşayiət olunurdu. Bu dəyişikliklər beynəlxalq ticarət-iqtisadi əlaqələrin həcminin artmasında, yeni mal və maliyyə bazarlarının yaranmasında, kapital və maliyyə axınlarının intensivləşməsində ifadə edildi. İnkişaf etməkdə olan ölkələr dünya iqtisadi nizamının yaxşılaşdırılması, beynəlxalq işdə bərabərlik prinsiplərinə hörmətlə yanaşılmasının vacibliyini bəyan etdilər (Jungbluth, Thieb, 2018).

YSÖ-ni inkişaf etməkdə olan dünyanın qalan hissələrindən ayırmağın səbəblərini iki qrupa bölmək olar: xarici və daxili. Xarici səbəblərə aşağıdakılar daxildir (Abbasbəyli, 2011):

a) YSÖ sənayeləşmiş ölkələrin xüsusi siyasi və iqtisadi maraqlarına cavab verdi. Beləliklə, ABŞ-ın siyasi maraqları sahəsi "kommunist təsirinə" qarşı çıxan Şərqi Asiya ölkələri olaraq Tayvan və Cənubi Koreyaya qədər yayıldı. Onlara misli görünməmiş iqtisadi yardım və hərbi dəstək verildi.

b) birbaşa investisiyalar YSÖ-ə böyük təsir göstərdi. 80-ci illərin birinci yarısında YSÖ iqtisadiyyatına birbaşa investisiya inkişaf etməkdə olan ölkələrdə birbaşa investisiyaların 42% -ə çatdı. ABŞ həm də əsas investor sayılır, YSÖ bütün xarici sərmayələrin 10% -ni təşkil edir. Yaponiya bu ölkələrin iqtisadiyyatında ikinci ən böyük investordur. Xarici sərmayə əsasında bu ölkələrin yüksək keyfiyyətli məhsul ixracatçılarına çevrilməsinə imkan verən istehsal bazası yaradıldı. Bu ölkələrin istehsal sənayesinə sərmayələr qoyulur, bunun sayəsində əsas iqtisadiyyat yaradıldı.

Daxili səbəblər arasında:

a) islahat yolunda demokratik və siyasi dəyişikliklər;

b) investorlara verilən zəmanətlər;

c) yerli sakinlərin əməksevərliyi, cəldliyi, çalışqanlığı.

Hər bir ölkənin özünəməxsus şəkildə inkişaf etməsinə baxmayaraq, bütün YSÖ ümumi xüsusiyyətlərə malikdir. Bunlara daxildir (Əhmədov,2019):

- iqtisadi inkişafın yüksək templəri;
- aparıcı sənaye kimi istehsal sənayesi;
- ixrac yönümlü iqtisadiyyat;
- aktiv inteqrasiya (LAI, ATEC, MERCOSUR);
- dünyanın aparıcı ölkələrinin transmilli korporasiyalarından aşağı olmayan öz transmilli korporasiyalarının yaradılması;
- təhsilin böyük rolu;
- yüksək texnologiyalardan istifadə;

- aşağı əmək xərcləri səbəbindən TMM-lər üçün cəlbedicilik, əhəmiyyətli xammala sahib olmaq, bank və sığorta sektorunun inkişafı;
- əsas vizit kartı məişət texnikası və kompüter, geyim və ayaqqabı istehsalıdır.

Bu və ya digər dövlətlərin BMT metodologiyasına görə "yeni sənaye ölkələri" kimi təsnif edildiyi meyarlar aşağıdakılardır:

- Adambaşına düşən ümumi daxili məhsul (ÜDM);
- orta illik artım tempi;
- ÜDM-də istehsalın payı. 20% -dən çox olmalıdır;
- sənaye məhsullarının ixracının həcmi və onların ümumi ixracdakı payı;
- xaricə birbaşa investisiyaların həcmi.

Son onilliklər ərzində yeni sənayeləşmiş ölkələrin iqtisadiyyatlarının təhlili onların siyasətinin çox təsirli olduğunu göstərir. ÜDM, adambaşına düşən ÜDM kimi göstəricilərə görə, ilk dalğa YSÖ ixracının həcmi dünyanın bəzi inkişaf etmiş post-sənaye ölkələrini qabaqlayır. İkinci dalğa YSÖ siyasəti diqqəti daha çox cəlb edir, belə ki, ayrı-ayrı sənayeləşmiş dövlətlərə yaxınlaşma tendensiyası nəzərə çarpır. YSÖ iqtisadiyyatı böyük valyuta ehtiyat fondlarının olması ilə xarakterizə olunur. (Cədvəl 1)

Cədvəl 1. Ən böyük beynəlxalq valyuta ehtiyatlarına sahib olan dövlətlər (milyard ABŞ dolları)

1	Çin Xalq Respublikası	1953 (Mart 2018)
2	Yaponiya	1019 (Mart 20)
-	Avropa birliyi	531 (Fevral 2009)
3	Rusiya Federasiyası	503 (Oktyabr 2010)
4	Çin Respublikası	305 (Aprel 2009)
5	Hindistan	256 (May 2009)
6	Koreya	212 (Aprel 2009)
7	Braziliya	203 (Mart 2009)
8	Honkonq	186 (Mart 2009)
9	Sinqapur	166 (Mart 2009)
10	Almaniya	144 (Fevral 2009)

Mənbə: Мировой валютный фонд: валютная статистика стран мира. C.: http://www.theworldeconomy.org/, (25.12.2010)

Ənənəvi olaraq, Koreya Respublikası, Tayvan, Hong Kong (Hong Kong), Sinqapur, Malayziya, Tailand, Argentina, Braziliya və Meksika, habelə "qabaqcıllardan" əldə edilmiş sürətlənmiş iqtisadi inkişaf təcrübəsini tətbiq etmək üçün istifadə edən bəzi digər dövlətlər müasir dünya iqtisadiyyatının inkişaf etmiş zonasına "irəliləmə" strategiyaları. Bəzi YSÖ-in "ölkələr" deyil, "ərazilər" kimi təsnif edilməsinin daha məqsədəuyğun olduğunu nəzərə alaraq, "yeni sənaye iqtisadiyyatı" (YSİ) termini beynəlxalq şöhrət qazandı (Костюченко, 2018).

Bir qayda olaraq, Asiyanın dörd "kiçik əjdahası", yəni Cənubi Koreya, Tayvan, Sinqapur, Hong Kong, həmçinin Latın Amerikası NİS - Argentina, Braziliya və Meksika - "yeni sənaye ölkələri" adlandırılır. Bu ölkələrin hamısı "ilk dalğa" ya da "ilk nəsil" nin YSÖ-dir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin alt sisteminin sosial-iqtisadi inkişafının özəlliyi ondan ibarətdir ki, ən az inkişaf etmiş, ən kasıb ölkələrin sayını artırır. BMT təsnifatına görə bu qrupa özünü inkişaf etdirmə qabiliyyəti olmayan və inkişafın aşağı səviyyəsini aşmaq üçün daxili mənbələri olmayan ölkələr daxildir. Ən az inkişaf etmiş ölkələrin sayı 1970-90-cı illərdə ikiqat artaraq 48-ə çatdı (Afrikada 33). Onların ərazisində dünya əhalisinin 10,3% -i yaşayır, lakin dünya məhsulunun yalnız 0.6% -ni istehsal edirlər (Zyl, Christoffel, and Blignaut, 2013).

Qeyd edək ki, ən az inkişaf etmiş ölkələr qrupuna Banqladeş istisna olmaqla ən az əhalisi olan ölkələr daxildir - 120 milyondan çox, Efiopiya - 60 milyon, Konqo Demokratik Respublikası, Myanma - 50 milyondan çox insan. Ən az inkişaf etmiş ölkələrin istehsalında kənd təsərrüfatı əsas yer tutur - ÜDM-in 38% -dən çoxu. 80-90-cı illərdə onun payı dəyişmədi. İşçi qüvvəsinin 73% -i bu ölkələrin kənd təsərrüfatında, 59% -i bütün inkişaf etməkdə olan ölkələrdə çalışır. Onların bir çoxunda önəmli kapitalist münasibətləri qalmaqdadır. Bu qrup ölkələrin iqtisadi artım tempi bütövlükdə inkişaf etməkdə olan ölkələrin müvafiq göstəricilərindən aşağı idi. 1998-ci ildə onlarda adambaşına düşən gəlir bütün inkişaf etməkdə olan ölkələrin orta səviyyəsinin yalnız 20% -ni təşkil edir (1980 - 28%). İqtisadi inkişaf səviyyəsinin azalması xarici inkişaf amillərinin pisləşməsi, əmtəələrin ixracından asılılığının artması ilə əlaqədar olmuşdur. Bu alt qrup Qərb ölkələrinin geriyə yönəlmiş xammal əlavəsi olaraq qorunur. 90-cı illərdə onların istehsalında istehsalın payı 1970-ci ilin səviyyəsinə - ÜDM-in 9% -ə düşdü.

İlk növbədə xarici bazarlara yönəlmiş, sənaye inkişafı Şərqi Asiya YSİ-in bütün xarici iqtisadi əlaqələrinin daha da intensivləşməsi üçün real imkanlar yaratdı. 1990-cı illərdə inkişaf etmiş ölkələrin təzyiqi ilə onların açıqlığı xeyli artdı, nəinki ixrac, həm də idxal artdı (Саторкулов, Рахматов, Бегимкулов, 2019).

1990-1998-ci illərdə mal və xidmətlər ixracının ÜDM-ə nisbəti Cənubi Koreyada 29,1 faizdən 48,7 faizə, Taylandda 34.1 faizdən 58.9 faizə yüksəldi. 1960-1997-ci illərdə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatlarında ixracın payı ümumilikdə qlobal orta səviyyəyə uyğun gəlsə də, 1980-ci ildən bəri Şərqi Asiyanın yeni sənaye iqtisadiyyatlarının ümumi daxili məhsulunda ixrac tədarükünün payı dünyada ən yüksəklərdən biri olmuşdur.

Latın Amerikası YSÖ-də xarici ticarət fəaliyyətinin həcmi də əhəmiyyətli dərəcədə artdı, lakin 1960-1970-ci illər ərzində Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələrinin ixracının maya dəyərinin artım tempi daha yüksək idi və bir qayda olaraq ikiəqəmli bir dəyəri meydana gətirdi. Orta, lakin dünya ölkələrində onların dəyərləri 3-5 faizdir.

Dünya ixracatında Cənub-Şərqi Asiya YSİ-nin payı 2,8 faizdən 13.2 faizə, Latın Amerikası ölkələrinin payı isə 7.8 faizdən 4.4 faizə düşdü.

1990-cı illərin sonlarında Koreya Respublikası, Sinqapur və Tayvan dünyanın ilk 15 ixracatçısının qrupuna düşməyi bacardılar. Meksika 1997-ci ildə bağladı (Essays, UK, 2018).

2011-ci ildə BRQT reytinqinə görə Sinqapur 2-ci, Honq Konq - 11-ci, Tayvan 13-cü, Malayziya 21-ci, Koreya Respublikası 24-cü, Çin 26-cı, Tayland 39-cu oldu , İndoneziya - dünyada 46-cı yer. (Səmədzadə,2009)

Bu ölkələr, bütün oxşar cəhətləri ilə, ölçüsü, ehtiyatları, iqtisadi və sosial strukturların yetkinliyi, idarəetmə keyfiyyəti və nəhayət, siyasi rejimlər baxımından çox fərqlənir. İqtisadi inkişafın qeyri-bərabər səviyyəsini adambaşına düşən ÜDM sübut edir: YSÖ-in "üçüncü dalğa" ölkələri arasında yer alan Vyetnamda 2010-cu ildə 3,1 min dollar, Hong Kong və Sinqapurda müvafiq olaraq 45,9 min və 62,1 min dollar təşkil etmişdir. Hal hazırda YSÖ-in dünya ticarətinin dinamikasına, quruluşuna və coğrafi istiqamətinə təsiri xeyli artmışdır. Ticarət və iqtisadi əməkdaşlıqdakı əsas tərəfdaşlarının daxili iqtisadi vəziyyətlərinin vəziyyətinə YSÖ-in təsir meylləri də müşahidə olunur. Dünya ixracatında əsas artım, xüsusən də Asiya bölgəsində NİS məhsul ixracının dinamik artması ilə əlaqədardır. YSÖ-in iqtisadi inkişafının aparıcı qolu istehsal sənayesinə çevrildi. YSÖ bu sənayedə ümumiyyətlə əmək məhsuldarlığının daha yüksək artım templəri ilə xarakterizə olunur. Yeni azad olunmuş digər ölkələrlə müqayisədə fərdi YSÖ-də əmək məhsuldarlığının artım tempi inkişaf etmiş kapitalist ölkələr səviyyəsindədir və ya hətta onu üstələyir. YSÖ, sənaye istehsalında yüksək texnoloji məhsulların payının artırılmasına yönəlmiş iqtisadiyyatın struktur tənzimlənməsi prosesinə başladı.

Xarici İqtisadi Əlaqələr Daha Sürətlə İnkişafı

Xarici iqtisadi əlaqələr daha sürətlə inkişaf edir ki, bu da dünya iqtisadiyyatında YSÖ-in dəyərinin artmasına səbəb oldu. Beynəlxalq əmək bölgüsünə dərin daxil olması, xüsusilə Asiya YSÖ arasında kifayət qədər yüksək ixrac və idxal kvotası və dünya ticarətindəki payla sübut edilir. arıcı kapitalist dövlətlər (Almaniya və ABŞ istisna olmaqla) mal ixracının ümumi dəyərində YSÖ-i üstələdi. YSÖ inkişaf etməkdə olan ölkələrdən gətirilən bütün ixracın demək olar ki əksəriyyətini təşkil edir. Demək olar ki, bütün YSÖ üçün əsas ixrac maddəsi kütləvi istehlak məhsulları, ilk növbədə məhsul istehsal edirdi. Dünya bazarında ayaqqabı, geyim, tekstil, müəyyən növ elektron və elektrik məhsulları kimi məhsulların satışında YSÖ bir çox inkişaf etmiş kapitalist ölkələrini qabaqlamışdır. YSÖ üçün hazır məhsulların əsas bazarı sənayeləşmiş dövlət idi. Xarici bazarda YSÖ istehsal məhsulları yüksək rəqabətə malikdir. Bu, qabaqcıl avadanlıq və texnologiyaların səmərəli istifadəsi, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri, məhsuldarlığın və əmək intensivliyinin əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb olan istehsalın təşkili üzrə müasir metodlar sayəsində əldə edilmişdir.

Ayrı-ayrı əmtəə bazarlarında bu ölkələrin ən inkişaf etmiş ölkələri qabaqcıl imperialist güclərlə bərabər şərtlərdə rəqabət aparır və getdikcə bu mübarizəni qazanır. İqtisadi inkişafın rəqabətqabiliyyətliliyinin sintetik göstəricisinə görə, YSÖ yeni azad ölkələr arasında aparıcı yerləri tutur. YSÖ-in bu cür uğurları ilk növbədə qiymət amilindən rəqabətdə istifadə etməyə imkan verən aşağı istehsal xərcləri ilə əlaqələndirilir. YSÖ-də istehsal və kapitalın konsentrasiyası, bank və sənaye kapitalının birləşməsi prosesi gedir və milli maliyyə kapitalı formalaşmaqdadır. Geniş inhisar quruluşu formalaşmaqdadır, milli korporasiyaların fəaliyyəti beynəlxalq hala gəlir. Ən çox inkişaf etmiş YSİ-

lərdə TMK-lar meydana gəldi, əməliyyatlarının miqyası qabaqcıl kapitalist ölkələrinin TNC-lərindən aşağı deyil. Malların ixracı ilə yanaşı, sahibkarlıq kapitalının ixracı artır və xaricdə istehsal xarakterli filial və törəmə şəbəkələr formalaşır. Xarici birbaşa sərmayə kredit şəklində kapitalın ixracı ilə tamamlanmağa başlayır. Tədricən YSÖ, mallar bazarı, kapital tətbiqi sahəsi və dünyanın iqtisadi yenidən qurulması uğrunda mübarizəyə cəlb olunur. Yuxarıda qeyd olunan sosial-iqtisadi inkişafın xüsusiyyətləri və xüsusiyyətləri Asiya regionu ölkələrində, məsələn Cənubi Koreya, Tayvan, Hong Kong, Sinqapur və Braziliya və Meksika kimi Latın Amerikası dövlətlərində daha aydın şəkildə özünü göstərir. İqtisadi artım göstəricilərinə gəldikdə, YSÖ-in "ilk dalğası" olan Tayvan və Qazaxıstan Respublikasında adambaşına düşən ÜDM-in orta illik artım tempi 1913-1938-ci illə müqayisədə 2-2,5 dəfə artmışdır. və 1950-1980-ci illərdə bərabər idi. müvafiq olaraq 6.4 və 5.7%, 1980-2010-cu illərdə. - 4.7 və 5.6%. Son 60 ildə onlar ABŞ-a nisbətən təxminən üç dəfə yüksək olmuşdur.

Nəticədə nisbi boşluq əhəmiyyətli dərəcədə daraldı: bu iqtisadiyyatlarda ABŞ-ın səviyyəsindən adambaşına ÜDM 1950-1980-ci illərdə artdı. müvafiq olaraq 9 və 7% -dən 33 və 21% -ə, 2010-cu ildə isə 77 və 64% təşkil etdi. Bu, əlbəttə ki, görkəmli bir nəticədir. 1980-ci illərdən bəri YSÖ-də sürətli iqtisadi böyümə onların ixracının nisbətən daha yüksək artım tempi səbəbindən üçdə biri ilə təyin olundu; yarısı - fiziki və insan kapitalının daha əhəmiyyətli bir toplanması və beşdə biri - misal üçün, Səhranın Afrika və Latın Amerikasında bərabərsizliyin (ilkin) səviyyəsindən daha mülayimdir. Bir sıra YSÖ-də, məsələn, Qazaxıstan Respublikasında ÜDM-in artımında ixracın rolu xüsusilə yüksək idi (son iki və ya üç onillikdə 50- 60%). Son 60 ildə YSÖ-də iqtisadi dinamikanın sürətlənməsi əsasən yığılmanın artması ilə əlaqədardır. 2000-ci illərdə İnkişaf Fonduna (fiziki və insan kapitalı) qoyulan ümumi sərmayə İndoneziya və Taylandda ÜDM-in təqribən 33-35%-ni, Qazaxıstan Respublikasında 52-ni təşkil etdi, yəni ABŞ-dan (ÜDM-in 46-47%-i) yüksək idi.

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsası elmi ədəbiyyatda, habelə qanunvericilik sənədlərində göstərilən yerli və xarici müəlliflərin sistematik və tarixi yanaşmalarıdır. Baxılan problemlə bağlı elmi tövsiyələrin öyrənilməsi və geniş ədəbi materialın ümumiləşdirilməsi dissertasiyanın metodoloji təhlilinin əsasını təşkil edir. Tədqiqatın işlənməsi metodlarına isə müqayisə, müşahidə, ümumiləşdirmə metodları daxildir.

Analiz

Eyni zamanda İndoneziya və Taylandda ÜDM-in strukturunda insan kapitalına qoyuluşların payı müvafiq olaraq 20 və 30% olmuşdur. Qazaxıstan Respublikasında bu göstərici daha yüksək oldu, lakin yenə də ABŞ-dan kiçikdir (40 və 60%). Məhsuldar sərvətlərin quruluşuna görə, bir sıra YSÖ inkişaf etmiş dövlətlərə (İED) yaxınlaşır. Ən inkişaf etmiş YSÖ-də (Qazaxıstan, Tayvan) onun strukturundakı fiziki kapitalın payı 22-30% -ə çatır, baxmayaraq ki, insan kapitalının payı ÜG-dən azdır (müvafiq olaraq 70-75% və 84-88%) (Щербакова, 2014).

Nəticə

Bu vəziyyətdən çıxış yolu iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi və yeni texnologiyalara, yüksək texnoloji və qeyri-maddi istehsala əsaslanmalı yeni inkişaf səviyyəsinə keçid ola bilər. Bu baxımdan YSÖ-in potensialı pis deyil. Onların istehsal bazasının bilik tələb edən təbiəti daim artır, ixtisaslı kadrlar kifayət qədərdir, əhalinin gəlirləri artdıqca geniş daxili bazar inkişaf etmişdir. Çox güman ki, indi "əjdaha"

ölkələri dünya bazarında yüksək texnologiyalara əsaslanan niş ixtisaslaşmasına dönəcəklər (artıq nümunələr var - Tayvanda kompüter texnikasının istehsalı və ya Cənubi Koreyada yeni tikinti materiallarından təyyarə hissələrinin istehsalı) və eyni zamanda daha aktiv olacaq daxili bazarında. Uzunmüddətli inkişaf üçün əlavə şans verən informasiya texnologiyaları, turizm və maliyyə istehsalı da daxil olmaqla xidmət sektoru böyüyür. Problemlər yalnız Amerika ssenarisinə görə inkişaf edən dünya iqtisadiyyatının qloballaşması, qloballaşma nəticəsində ortaya çıxa bilər. Buna əsasən, ABŞ beynəlxalq təşkilatlar vasitəsilə öz inkişaf modelini dünyanın bütün ölkələrinə tətbiq etməyə çalışır. Pul və maliyyə böhranından ən çox təsirlənən və BVF və Dünya Bankından kredit və məsləhət alan Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin ABŞ-ın iqtisadi ideologiyasına qarşı çıxması ən çətin olacaq. Böhrandan sonra ABŞ-dan maliyyə asılılığına düşən Amerikalı neoliberalizmdən daha fəal istifadə etməli oldular. Bu xüsusilə "pələng" ölkələri üçün doğrudur.

Buna baxmayaraq, Asiya inkişaf modelinə tamamilə güzəşt etmək mümkün deyil, yalnız ciddi modernləşdirmə və ən aşkar səhvlərinin düzəldilməsi lazımdır.

Unutmayacağıq ki, bölgədəki bütün ölkələrin Asiya inkişaf modelini adlandırsaq da, əslində bu modelin Şərq və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin hər birinə xas olan fərqli variantları var. Beləliklə, Hong Kong Amerika ideallarına tamamilə uyğun liberal kapitalizm ilə xarakterizə olunur və İndoneziyada, əksinə, inkişaf səviyyəsinin özü bizə əsl bazar iqtisadiyyatı haqqında danışmağa imkan vermir.

Ədəbiyyatlar

1. Əhmədov R. Yeni sənayeləşmiş ölkələrin iqtisadi inkişaf modelləri. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019
2. Həbibbəyli İ., (2012) Azərbaycan-Cənubi Koreya əlaqələrində Naxçıvan. Kimçonq Universiteti. "Elmi əsərlər". №12, səh.133-135
3. İsmayılqızı X. Əliyev İ., (2014): Mən əminəm ki, Azərbaycan Vyetnam üçün regionda strateji tərəfdaş olacaq. "İki sahil" qəz.,
4. Milli strategiyalar, ideologiyalar və beynəlxalq münasibətlər: tarix, nəzəriyyə və müasir praktikalar (məqalələr). Bakı, "Elm", 2012
5. Qaraqoyunlu M., (2012) Ümumi coğrafiya. Bakı, "Oka/ofset, 125 s.
6. Səmədov H., (2013) Dünya ölkələri. Bakı, "KM", 351 səh.
7. Səmədzadə Z., (2009) "Çin qlobal dünya iqtisadiyyatında". Bakı, 411 səh.
8. Костюченко А. Инновации как главный фактор модернизации отраслей промышленности новых индустриальных стран. Материалы X Форума экономистов. Ташкент: IFMR, 2018.220-225 стр.
9. Jungbluth C.F., Thieß Petersen. Industrialized Countries are the Winners of Globalization. 2018. https://www.bertelsmann-stiftung.de/en/topics/latest-news/2018/juni/industrialized-countries-are-the-winners-of-globalization/
10. J.Marinda van Zyl, Christoffel Johannes Els, and Anita Seugnet Blignaut. Development of ODL in a Newly Industrialized Country according to Face-to-Face Contact, ICT, and E-Readiness. 2013
11. Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У., Бегимкулов Ж. Ж. Факторы модернизации отраслей промышленности новых индустриальных стран. Молодой ученый. №7. 2019. стр.51-53.
12. Щербакова Т.В. Сравнительная характеристика моделей экономики открытого и закрытого типа в группе новых индустриальных стран. Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXXIII междунар. науч.-практ. конф. № 1(33). Новосибирск: СибАК, 2014.

İşsizlik səviyyəsinin azaldılması ilə qeyri-rəsmi məşğulluğun qarşının alınması zərurililiyi

Yeganə Əsgərli

a.yegana@mail.ru

Xülasə

Müasir dövrdə ən mühüm problemlərindən biri ölkədəki qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasının təmin edilməsidir. Buna təsir edən əsas amil kimi işsizliyin minimumlaşdırılması ilə nail olmaq olar. İşsizlik səviyyəsinin azaldılması ilə əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi düz mütənasib olduğundan, məşğulluq səviyyəsi tənzimlənmiş olur. Buna baxmayaraq ölkədə maddi və qeyri – maddi istehsal sferalarında əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artım səviyyəsilə razılaşmaq olmaz. Bütün sahələr üzrə işləyənlərin yaş və cins tərkibinin balansının təmin edilməsi, gənc nəslin işlə təmin edilməsi prosesinin intensivləşməsi, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi, mədəni – texniki səviyyənin yüksəldilməsi, rifah halının yaxşılaşdırılması bir mənalıdır. Ümumilikdə, əhalinin ümumi sayı, onun yaş və cins tərkibi ilə maddi və qeyri – maddi istehsal sferasında məşğul olanların sayı və keyfiyyəti arasında optimal balanslılıq mövcuddur. Bu sahədə dövlətin tənzimləmsistemi prosesi daha da keyfiyyətli edir, mövcud qanunveriliciyin bu prosesi dəstəkləməsi də mövzunu daha da əhəmiyyətli edən məsələlərdən biridir. İşsizlik problemi ölkə üzrə yoxsulluğun yaranmasına səbəb olan mühüm amillərdən biridir. Bütün dövlətlər qarşısında duran ən əsas məqsədlərdən biri iqtisadiyyatda yeni-yeni iş yerlərinin açılmasının təmin edilməsi, mövcud və səmərəli iş yerlərinin qorunub saxlanılmasına nail olmaqdan ibarətdir. Bu məqsədlə müxtəlif dövlət proqramlarını tətbiq etməklə qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasına və məşğulluğun ölkə üzrə təmin edilməsinə nail olunur. Belə dövlət proqramlarının reallaşdırılması işsizlik səviyyəsinin minimumlaşdırılması üzrə mühüm rol oynayır. Beləki, işsizliyin səviyyəsi və onun aşağı salınması vasitəsi ilə qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasına, həmçinin dövlət siyasətinin rolunun artırılmasına istiqamətlənmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi prosesləri bazar münasibətləri şəraitində öz aktuallığını qoruyur.

Açar sözlər : **İşsizlik, məşğulluq, rifah səviyyəsi, qeyri – maddi istehsal**

Giriş

Qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasının təmin edilməsi üçün tənzimlənən əmək bazarı siyasətinin ayrı-ayrı elementlərini özündə cəmləşdirən fəal əmək bazarı siyasəti formalaşdırılması daha məqsədəuyğun hesab edilir.

Qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılması istiqamətində fəal əmək bazarı siyasətinin formalaşdıran əsas prinsiplərə bunlar aid edilir:

1) dövlət proqramlarının işlənib hazırlanmasında prioritet məşğulluq strategiyası kimi yeni iş yerlərinin yaradılması üçün investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılması, sahibkarlara kreditlərin verilməsi ilə dövlət dəstəyinin göstərilməsiylə sahibkarlığın inkişafına şəraitin yaradılmasına zəmin yaradılır, həmçinin istehsal vasitələri, xammal və material bazarının formalaşdırılması təmin edilmiş olur.

b) dövlətin sosial stimullaşdırılma siyasəti sosial siyasətinin rifah halına və ümüumi dəyərlərə əsaslanması, əhalinin əmək, təhsil və azadlıq hüquqlarının həyata keçirilməsini təmin edən peşə yaradıcılığının və əmək mədəniyyətinin və psixologiyasının formalaşdırılması və s.

Fəal əmək bazarının formalaşması ilə qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasıyla əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində dövlətin əsas rol oynayaraq tənzimləmə funksiyasının saxlanmasını nəzərdə tutur. Bazar münasibətlərinin inkişafı, sosial və siyasi mühitə uyğunlaşan

səmərəli məşğulluq, fəal əmək bazarı siyasəti və əhalinin sosial müdafiəsi sisteminin formalaşması və yüksək templə inkişafının təmin edilməsi obyektiv əsasa çevrilmişdir.

Metod

Ölkə iqtisadiyyatında işsizlik səviyyəsinin aşağı endirilməsi, səmərəli məşğulluğun təmin edilməsindən birbaşa asılıdır. İşsizlik səviyyəsinin aşağı tempi və səmərəli məşğulluq siyasətinin həyata keçirilməsi birbaşa olaraq iqtisadiyyatda struktur dəyişikliklərin formalaşdırılması ilə də sıx bağlıdır. İqtisadiyyatda innovasion struktur dəyişikliklərinin səmərəli formada həyata keçirilməsi ilkin olaraq məşğul əhalinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə optimal bölgüsündən asılıdır. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi ilk öncə bazarda baş verən dəyişikliklərlə sıx bağlıdır. Bu isə növbəsində fəaliyyət sahələrində əmək haqqının səviyyəsinin iş qüvvəsinə bu və ya digər iqtisadi fəaliyyət növlərinə yönəlməsini bildirir. Məşğul əhalinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə bölgüsü aşağıdakı cədvəl göstərilmişdir:

7.1 İqtisadi fəal və iqtisadi qeyri-fəal əhalinin yaşayış yeri və cins üzrə bölgüsü

Cinsi	**İqtisadi fəal əhali, min nəfər**	**o cümlədən**		**İqtisadi qeyri-fəal əhali, min nəfər**	**Məşğulluğun səviyyəsi, faizlə***	**İşsizliyin səviyyəsi, faizlə**
		məşğul əhali	**işsiz əhali**			
Şəhər və kənd						
Cəmi	5133,1	4879,3	253,8	2149,8	63,0	4,9
kişilər	2637,4	2529,4	108,0	735,6	66,8	4,1
qadınlar	2495,7	2349,9	145,8	1414,2	59,4	5,8
Şəhər						
Cəmi	2602,9	2448,5	154,4	1177,8	58,7	5,9
kişilər	1340,0	1269,9	70,1	332,3	62,8	5,2
qadınlar	1262,9	1178,6	84,3	845,5	54,9	6,7
Kənd						
Cəmi	2530,2	2430,8	99,4	972,0	68,0	3,9
kişilər	1297,4	1259,5	37,9	403,3	71,4	2,9

qadınlar	1232,8	1171,3	61,5	568,7	64,7	5,0
* 15 və yuxarı yaşda olan əhaliyə nisbəti						

Mənbə : https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/

Ölkəmizdə davamlı inkişafın mühüm amillərindən biri səmərəli məşğulluğun bütün sferalarda təmin edilməsindən ibarətdir. Səmərəli məşğulluğun əhəmiyyətinin dərk olunması nəticəsidir ki, respublikamızda dövlət səviyyəsində qəbul edilmiş bir çox sənədlərdə məşğulluq daima diqqət mərkəzindədir və yaxud onun elementlərindən biridir. Ölkə məşğulluq sahəsində geniş fəaliyyət planları və qeyri-rəsmi məşğullun azaldılması istiqamətində proqramlar qəbul edilərək, ardıcıl olaraq reallaşdırılmaqdadır. Bu siyasətin reallaşdırılması nəticəsində ölkə üzrə yeni iş yerləri açılır, qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasının təmin edilir və bu proses davam etdirilir.

İşsizlik probleminin həllinin digər tərəfidən təhsil sistemi ilə iqtisadiyyatın sıx qarşılıqlı fəaliyyətinin uyğunluğundan asılı olaraq dəyişir. Təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi işsizliyin azalmasına o da öz növbəsində qeyri-rəsmi məşğulluğun azaldılmasına əsas verir. İqtisadiyyatın inkişafı təhsilin və təhsilin inkişafı isə iqtisadiyyatın inkişafı ilə nəticələnir. Təhsil sistemi ilə məşğulluğun qarşılıqlı formada inkişafı sahəsində həyata keçirilməsi zəruri olan məsələlərə bunları aid etmək olar:

1) əmək bazarının mövcud vəziyyətin təhlil edilməsi və onun dəqiq aydın şəkildə proqnozlaşdırması yolu ilə müxtəlif ixtisaslı kadrlara olan tələbatın müəyyən edilməsi;

2) əmək bazarında yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik olan ixtisaslı kadrların hazırlanması məqsədilə texniki peşə təhsili sisteminin təkmilləşdirilməsi, ixtisas artırma kurslarının yaradılması və inkişafının təmin edilməsi;

3) İş yerlərində təhsilin davam etdirilməsi, fasiləsiz olaraq peşə təhsili sisteminin daha da təkmilləşdirilməsi, vahid təhsil sisteminin formalaşdırılmasının təmin edilməsi;

4) texniki peşə təhsili üçün müasir tələblərə cavab verən yüksək təhsil proqramlarının hazırlanması və tətbiq edilməsi;

5) insan amilinə yönəldilmiş olan investisiyaların cəlb olunması, yeni maliyyə mənbələrinin axtarılıb, tapılması və s

Analiz

İşsizliyin səviyyəsinin aşağı salınmasına yönəldilmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi sosial bazar iqtisadiyyatının formalaşdırılmasının əsas şərtdir. Bildiyimiz kimi işsizliyin səviyyəsinin azaldılmasına istiqamətlənmiş tədbirlərin uğurla yerinə yetirilməsi üçün kompleks və sistemli tədbirlərin reallaşdırılması çox vacibdir. Bu tədbirlər sistemində dövlətin iqtisadi tənzimləmə vasitələrindən istifadənin də mühüm əhəmiyyəti vardır. Tədqiqatlar göstərir ki, bazar iqtisadiyyatının formalaşması ilə bağlı olaraq, mülkiyyətin özəlləşdirilməsinə nail olunması, həmçinin azad rəqabətliliyin təmin edilməsi, sağlam rəqabət mühitinin yaradılmasının təmin edilməsi, innovasion sistemin mühüm tərkib hissəsi kimi dəyərləndirilir. Dövlətin iqtisadi tənzimlənməsinə yönəldilmiş

olan tədbirlərin yerinə yetirilməsində iqtisadi bazarın özünü tənzimlənmə vasitələrinin hakim mövqe tutmasıyla uğur əldə edilməsi çoxda mümkün deyil, bu rolunun məhdudlaşdırılması birbaşa olaraq ona gətirib çıxarmışdır ki, daxili bazar risklərdən tam qorunmamış olur və istehsalın stimullaşdırılmasında azad rəqabət mexanizmləri üstünlük qazanmışdır.

Müasir şəraitdə işsizliyin səviyyəsinin aşağı salınmasına və əhalinin səmərəli məşğulluğunun təmin edilməsinə iqtisadi tənzimləmə mexanizminin təsiri kifayət qədər yüksəkdir. Maliyyə - büdcə, həmçinin pul – kredit siyasətinin əsas istiqamətləri, iqtisadi tənzimləmə sisteminin mühüm tərkib hissəsi kimi çıxış edir və iqtisadiyyatın bütün sahələrinin inkişaf etdirilməsində dövlətin rolunun gücləndirilməsi, eyni zamanda iqtisadi və sosial infrastrukturun yaradılması ilə bilavasitə əlaqələndirməkdədir. Belə bir şəraitdə iqtisadi tənzimləmə vasitələrinə kompleks yanaşılması vacibdir. Bu sistemə, əsas etibarilə yeni institutlar və tənzimləyicilər də daxil olmaqdadır. Bazar iqtisadi münasibətləri şəraitdə antiinhisar siyasətinin səmərəli aparılması ümumilikdə bazar strukturlarında baş verən dəyişikliklərə ciddi dərəcədə təsir göstərməklə, bazar iqtisadiyyatının formalaşdırılmasının ən mühüm ünsürünə çevrilmişdir. Həmçinin islahatların ilkin dövrlərində rəqabət mexanizminin müdafiə edilməsinə yönəldilmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi iqtisadi artıma təsir göstərən ən mühüm mexanizm kimi özünü göstərir.

Qeyd etmək lazımdır ki,işsizlik iqtisadi və sosial problemdir. İşsizlik nəticəsində yaranan iqtisadi zərərlər cəmiyyətin əsas məhsuldar qüvvələrindən tam və səmərəli istifadə edilməsində və ÜDM – in bir hissəsinin itirilməsində özünü biruzə verir. İşsizlik səviyyəsi təbi həddən 1% çox olduqda ÜDM istehsalı 2,5% azalır.

Araşdırmaların nəticəsində belə qənaətə gəlmək olar ki, regionlarının sosial – iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsinə sistemli və kompleks yanaşılmalı, həmçinin bu system istehsal və emal bölmələrinin, eyni zamanda təchizat sisteminin inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı olaraq həyata keçirilməli və əsas etibarilə sosial infrastrukturun inkişaf etdirilməsinə, əhalinin səmərəli məşğulluğunun təmin edilməsinə istiqamətləndirilməlidir. Bundan başqa bölgələrdə vətəndaşların yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması, onların gəlirlərinin artırılması, regionlarda yaşayan əhalinin şəhərlərə miqrasiyasının alınmasında da başlıca vasitə ola bilər.

Nəticə

Belə nəticəyə gəlirik ki, cəmiyyətin müxtəlif dövrlərində olduğu kimi, XXI əsrdə də işsizlik ən aktual problemlərdəndir. O, qeyri-rəsmi məşğulluğu yaradan əsas amillərdən olmaqla həm iqtisadi problem, eyni zamanda sosial bir problemdir. İşsizlik sosial problem kimi isə həyat tərzini həyat səviyyəsini, yaşayış imkanlarını aşağı salır və çətinləşdirməklə rifah halını aşağı salır, yoxsulluğun artması ilə nəticələnir.

Mühüm iqtisadi problem kimi işsizlik əsasən daha cox iqtisadi böhranlar və tsiklər dövründə baş verir və əhalinin qeyri-rəsmi məşğulluğa meyllənməsinə səbəb olur. İqtisadiyyatın geri qalmasının və qeyri-rəsmi məşğulluğun artmasının əsas səbəblərindən biri də kütləvi işsizlikdir.

İşsizlik bir amil kimi əmək bazarında işçi qüvvəsinə olan tələb ilə onun işçi qüvvəsi ilə arasında olan təklif əsasında meydana gəlir. Müasir dövrdə innovasiyalı tərəqqinin istehsalata tədbiq edilməsi fonunda insanın əmək qabiliyyyətinə olan tələbatı əsaslı dərəcədə azalmışdır. Yeni texnika və

texnologiya əməyin keyfiyyətinə və kəmiyyətinə təsir etməklə, istehsala tədbiq edilən istehsal vasitələrinin kütləsini artır və işçi qüvvəsindən istifadə edilməsini nisbətən azaldır.

İşsizlik əslində sərfəli əmək haqqı əldə edə bilməyən iqtisadi fəal əhalinin iqtisadi fəaliyyət sahələrindən kənarda qalmasını özündə əks etdirir. Ölkədə işsizlik səviyyəsinin aşağı salınmasında mühüm rola malik olan dövlətin səmərəli məşğulluq siyasətinin həyata keçirilməsi iqtisadi sistemin tipindən və xarakterindən birbaşa asılıdır. Bunu etmək dövlət öz tənzimləmə sistemi ilə qeyri-rəsmi məşğulluğunda qarşısını almış olur. Sosial bazar iqtisadiyyatı modellərində dövlətin məşğulluq siyasətinin prioritetləri işsizliyin səviyyəsinin aşağı salınmasına, yeni daimi iş yerlərinin yaradılmasına istiqamətlənir.

Dövlətin məşğulluq siyasəti geniş sosial iqtisadi proqramlar əsasında həyata keçirilir və məşğulluq siyasəti belə proqramların reallaşdırılması ilə səciyyələndirilir. Bu proqramlar iqtisadiyyatın bu və ya digər sahələrinin inkişafının təkmilləşdirilməsinə və yeni müəssisələrin yaradılmasına, iş yerlərinin artmasına, qeyri-rəsmi məşğulluğun azalmasına istiqamətlənir.

Bazar iqtisadiyyatının sosial modelini həyata keçirən bütün dünya ölkələrində məğulluğun sərbəst şəkildə seçilməsinə istiqamətlənmiş tədbirlər həyata keçirilir. Bu tədbirlər qeyri-rəsmi məşğullun qarşısının alınması üçün başlıca şərtdir. Məşğulluğun sərbəst şəkildə seçimi, dövlət tənzimlənməsinin və səmərəli məşğulluğun təmin edilməsi mexanizminin hərəkətverici qüvvəsi və əsas prinsipi sayılır. Bu prinsipin reallaşdırılması vətəndaşların əmək fəaliyyətlərini sərbəst şəkildə seçmə imkanlarını genişləndirmək məqsədi ilə subyektlərinin fəaliyyətinə zəruri təsirlərini həyata keçirilməsini, bazar iqtisadiyyatı şəraitində kadrların rəqabətqabiliyyətliliyinin mobilliyinin formalaşmasını, insanların məcburən əməyə cəlb edilməsinin qarşısının alınmasına, qeyri-rəsmi məşğulluğa meyllənmənin qarşısının alınmasına, heç bir əlamətə və göstəriciyə görə əmək fəaliyyətinin seçilməsi ilə bağlı uyğunsuzluqların olmamasını zəruri edir.

Ölkəmizdə həyata keçirilən iqtisadi islahatlar bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsinə əlverişli mühit formalaşdırmaqdadır. Qeyri-rəsmi məşğulluğun qarşısını almaq üçün bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi, əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi istiqamətində həllini gözləyən bir sıra problemlərdən biri də bazarların infrastrukturlarının təkmilləşdirilməsindən ibarətdir. Uğurlu məşğulluq siyasətinin həyata keçirilməsiylə işçilərin məşğulluğunun sərbəst şəkildə seçim imkanlarını təmin edilməsinin yaradılması, məşğulluq sisteminin keyfiyyətcə yeni modelinə keçidini formalaşdırmış olur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “Məşğulluq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2001
2. “Əmək bazarı”, statistik məcmuə. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. 2019
3. Azərbaycanda məşğulluq strategiyası (2019-2021 – ci illər)
4. Azərbaycan rəqəmlərdə 2016, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi.
5. T.Ə.Quliyev Əməyin iqtisadiyyatı, Bakı- 2003
6. T.Ə.Quliyev. İnflyasiyanın anatomiyası, Balı-2003
7. T.Ə.Quliyev.İnsan resurslarının idarə edilməsi. Bakı – 2013
8. S.M,Muradov. İnsan potensialı: əsas meyillər, reallıqla, problemlər. Bakı “Elm”, 2004
9. R.S.Muradov. Müasir mərhələdə əhalinin məşğulluq quruluşunun formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsini problemləri, Bakı 2006

10. Muradov.A.N. Elmi – texniki potensialı, əsas inkişaf meyilləri və problemləri, Bakı 2005
11. Azərbaycanda əhalinin iqtisadi fəallığının müayinəsi: müayinənin kecirilməsinin metodologiyası və əmək bazarının təhlili ARDSK.Bakı- 2004
12. Məmmədov M.Q, Rəsulov R.F. Milli iqtisadiyyatın problemləri. AMEA II məqalələr toplusu, Bakı 2005
13. Mehbalıyev S, İsgəndərov R. Əmək bazarı və əhalinin sosial müdafiəsi. Bakı 2002
14. Рынок труда. Под.ред. Буланова В.С, Москва – 2000
15. “Вопросы экономика” 2011, №10
16. “Общества и Экономика”, 2011, № 11
17. Генкин Б.М. Экономика и социология труда, Москва- 2007.
18. Ильина Л.О. Рынок труда и управления человеческими ресурсами, Москва – 2006
19. Гузакова О.М., Фурсик С.Н. и др. Качества человеческого капитала как фактор экономического роста, Вологда, 2011

Əmək Bazarının Hüquqi Tənzimlənməsi Sahəsində Dünya Təcrübəsi

Nailə Əliyeva

nailaaliyevaa97@gmail.com

Xülasə

Əmək bazarı - əmtəə, kapital, qiymətli kağızalar, investisiya və digər bazarlar kimi, bazar iqtisadiyyatının mühüm ünsürlərindən biridir. Əmək bazarının mövcud vəziyyəti Azərbaycanda iqtisadi və sosial dəyişikliklərin təsiri ilə məşğulluq sahəsində baş verən proseslərin qeyri-müəyyənliyini əks etdirir. Azərbaycanda əmək bazarının formalaşması ilə bağlı praktiki məsələlərin həlli məşğulluq, işsizlik və əmək bazarı ilə bağlı iqtisadi nəzəriyyələrin öyrənilməsini və təhlil olunmasını tələb edir.

İşsizlik cəmiyyətdə yoxsulluğun yaranmasını şərtləndirən mühüm amillərdən biridir. Odur ki, hər bir dövlətin qarşısında duran ən başlıca vəzifələrdən biri əmək bazarı və səmərəli məşğulluğun qarşılıqlı fəaliyyətini nizamlayaraq iqtisadiyyatda yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etmək, mövcud və səmərəli xarakter daşıyan yerlərinin qorunub saxlanılmasına nail olmaqdır. Bilavasitə işsizliyin səviyyəsinin azaldılmasında mühüm rol oynayan məqsədli proqramlar çərçivəsində məşğulluğun təmin edilməsinə yönəldilmiş tədbirlər həyata keçirilməlidir.

Azərbaycan Respublikasının və üzv ölkələrin qanunvericiliyi Avropa Birliyi Amerika və Asiya qanunlarından daha çox beynəlxalq əmək standartlarına əsaslanır. Bundan əlavə, başqa bir oxşar xüsusiyyət AB üzv dövlətlərinin hüquq sistemlərinin əksər hallarda Romano-Alman hüquq ailəsinə münasibətidir. Azərbaycanın hüquq sistemi həm də Romano-Alman hüquqi ailəsinə aiddir, lakin buna keçmiş sosialist qanununun bəzi elementləri daxildir. Bu oxşarlıq bir sıra məsələlər üzrə Azərbaycan və Aİ üzv dövlətlərinin qanunvericiliyini bir araya gətirir. Əsasən Şərqi Avropa ölkələri üçün xarakterik olan kodların olması ilə Qərbi Avropanın əksər ölkələrində əmək münasibətləri mülki məcəllələr və ayrı-ayrı hüquqi aktlarla tənzimlənir.

Əmək münasibətlərinin ən əsas elementlərindən biri hüquqlarını qoruyan və əmək münasibətlərində iştirakçıların maraqlarını ifadə edən əmək müqaviləsidir.

Açar sözlər: işsizlik, məşğulluq, əmək bazarı, məşğulluğun qorunması

Giriş

XIX əsrin axırlarında və XX əsrdə bazar nəzəriyyəsi bir sıra görkəmli iqtisadçıların əsərlərində geniş öyrənilmişdir. Bu alimlərin əsərlərində əmək bazarına dair bir - birindən fərqli xeyli fikirlər söylənsə də, nəticədə hamısı eyni bir məntiqə gəlirlər ki, əmək bazarı dedikdə, iş qüvvəsinin təkrar istehsalı, mübadiləsi və istifadəsini təmin edən ictimai münasibətlər,sosial norma və institutlar başa düşülür. Görkəmli iqtisadçı A.İ.Rofenin başçılıq etdiyi iqtisadçılar qrupu belə hesab edirlər ki, "əmək bazarı hər şeydən əvvəl muzd və əmək təklifi ilə bağlı olan ictimai münasibətlər sistemidir: bu həm də özünəməxsus əmtəənin- əməyin alıcıları ilə satıcılarının qarşılıqlı hərəkət etdiyi iqtisadi münasibətlər, işədüzəlmə idarəsidir: bu, nəhayət işverənlərlə muzdlu işçilərin qiymət və əmək şəraiti üzrə razilaşmanın təmin edilməsi mexanizmidir".

Bəzi iqtisadçıların qənaitinə görə "əmək bazarı dedikdə - ən ümumi halda işverenlərlə muzdlu fəhlələr, iş qüvvəsi alıcıları ilə onun satıcıları arasında birincilərin əməyə olan tələbləri ilə ikincilərin işə olan təkliflərinin ödənilməsi üzrə formalaşan iqtisadi münasibətlər sistemi başa düşülür".

Ayrı - ayrı ölkələrdə əmək bazarının xüsusiyyətləri və cəhətlərinə isə müxtəlif kontekslərdən yanaşmaq olar: ya iqtisadi və sosial amillərin qarşılıqlı əlaqəsində və yaxud da ayrılıqda o əlamətlərə ki, onlar ancaq əmək bazarının özünə aiddir. İnkişaf etmiş bazar ölkələrində isə iqtisadiyyatın və sosial

sahələrin inkifındakı bütün oxşarlıqlara baxmayaraq, hər bir ölkədə həyata keçirilən məşğulluq siyasəti bu ölkələrdə əmək bazarının müxtəlif modellərinin yaranmasına gətirib çıxarmışdır.

Əmək Bazarının Hüquqi Tənzimlənməsi Sahəsində Dünya Təcrübəsi

Əmək bazarının tənzimlənməsinə yanaşmalarda iki əks nöqtə - "institusional" və "təhrifedici" baxışlar üstünlük təşkil edir. "İnstitusionalistlərə" görə, məşğulluq mexanizmləri, minimum əmək haqqı və kollektiv sövdələşmə məhsuldarlığın artımını stimullaşdırmaq üçün vasitə kimi (şirkət tərəfindən hazırlanan təlim və toplanaraq) və məcmu tələbdə enişin təsirini azaltma vasitəsi olaraq işçilər üçün vacib sosial müdafiəni təmin edir. "Təhrifedici amil" nöqteyi-nəzərindən bazar proseslərinin üstünlüyü vurğulanır və bu institusional tənzimləmə formaları "insayderlərə" (yəni adi işçilərə) işə götürməyə mane olur və üstünlük verir.

Ancaq sonda müxtəlif tənzimləmə yanaşmalarının iqtisadi və sosial nəticələri çox vacibdir. Əmək bazarının tənzimlənməsi yolu (əslində və yalnız "kağız üzərində deyil") iş yerlərinin açılması və ləğvi sürətinə, məşğulluq və işsizliyin səviyyəsinə, məhsuldarlığa, əmək haqqı və mənfəətə, işçilərə verilən sosial müdafiə və bərabərlik dərəcəsinə təsir göstərə bilər. Beləliklə, dövlət üçün əsas məsələ müxtəlif tənzimləmə yanaşmalarının ehtimal olunan nəticələrini anlamağa çalışmaqdır. Bu asan bir empirik təhlil inandırmaq asan olmayan çətin bir işdir. Buna baxmayaraq, fərqli tənzimləmə metodlarının güclü və zəif tərəfləri var və müxtəlif yanaşmaların təsiri ilə bağlı bəzi nəticələr çıxarmaq olar (Калашников, 2005).

Məşğulluğun qorunması və ya iş təhlükəsizliyi qaydaları işə götürülməyə və işdən azad edilməyə tətbiq olunur. Müqavilənin hansı növlərinə icazə verildiyini, işə götürüldükdə müəyyən qruplara üstünlük verən hər hansı bir xüsusi qaydaları, peşə standartlarını, işçilərin işdən azad oluna biləcəyi şərtləri, işdən azad olunma tələblərini və əvvəlcədən işdən çıxarılma tələblərini, işdən çıxarma prosedurlarını və kütləvi iş yerləri üçün xüsusi qaydaları əhatə edə bilər. . Məşğulluğun qorunması adətən “sərtlik / rahatlıq” fasiləsində nəzərə alınır. Çünki, nizamsız müqavilələr məhduddur, işə götürmə standartları tətbiq edilə bilər, işəgötürənin işdən azad edilməsi hüquqları nəzarət altına alınır və işdən azad edilməsi, bildiriş və inzibati tələblər əsasdır. Bütün bunlardan sonra tənzimləyici (və ya kollektiv) qaydalar minimaldır və bazar mexanizmləri əsasən işə götürülmə və işdən çıxmağı müəyyənləşdirir.

Əksər məşğulluğu qoruma qaydalarına əsaslanan fikir, işdən azad edilməsini işəgötürən üçün baha başa gətirərək iş təhlükəsizliyini artırmaqdır. Bununla birlikdə, işdən azad olunmağı baha başa gətirməklə məşğulluğun qorunması ilə bağlı müddəalar da işəgötürənlər üçün məşğulluq üçün maneələrin yaranmasının təsadüfən təsirinə səbəb ola bilər. Bu qaydaların əmək bazarının nəticələrinə təsir göstərməsinin müxtəlif yolları var, o cümlədən məşğulluq səviyyəsi, əmək dinamikası (yəni iş dəyişməsi) və məşğulluq strukturu (Mehbalıyev, İsgəndərov, 2002).

Teorik olaraq, əmək bazarının dinamikasına təsir nəticəsində məşğulluğun qorunması qaydalarının xidmət müddətini uzadacağını və əmək dövriyyəsini azaldacağını gözləmək olar. Beləliklə, daha sərt məşğulluq siyasəti məşğulluq səviyyəsini sabitləşdirir, yəni tənəzzül dövründə iş yerlərini azaltmaqla yanaşı, bu mərhələdə işə götürməni də azaldır. Bu, mövcud işçilər üçün iş yerlərini qoruyacaq, lakin işsizlərin məşğulluq imkanlarını məhdudlaşdıracaqdır. Nəticədə, işsizliyin (həmçinin məşğulluğun) müddətinin məşğulluğun qorunması dərəcəsi ilə müsbət olacağını gözləyə bilərik.

Məşğulluq müdafiəsinin iş dövrü ərzində orta məşğulluq (və işsizlik) səviyyələrinə təsiri daha qarışıqdır. Məşğulluğun qorunması gücləndirilərkən bir firmada məşğulluq səviyyəsinin artırılması və ya azaldılması işə qəbulun azaldılması iş yerlərinin azaldılması ilə müqayisədə necə olur. Bu, öz növbəsində, işçi qüvvəsinə tələbatın artması ilə bağlı fərziyyələrdən, işçi qüvvəsinə tələbatın elastikliyindən, firmaların işə götürülərkən işdən çıxmaqla bağlı gələcək xərcləri necə endirir və s. Bununla yanaşı məşğulluq qaydaları məşğulluğun tərkibinə fərqli təsir göstərməlidir: detallardan asılı olaraq, onlar iş tələbini açılmamış (qeyri-rəsmi) sektorlara, firmalara və ya məşğulluq növlərinə çevirə bilər.

Məşğulluq və işsizlik səviyyəsi müxtəlif peşə qrupları və regionlar üzrə də bir - birindən fərqlənir. Ayrı - ayrı regionlarda və bütünlükdə ölkədə baş verən sosial - iqtisadi və struktur dəyişikliklərinə müvafiq olaraq, əmək bazarı hansı peşə və ixtisaslara tələbatın olduğunu və hansılarına isə tələbatın olmadığını üzə çıxarır.

“Daxili əmək bazarına gəldikdə isə bu elə əmək bazarı tipidir ki, burada işçilərin eyni firma və ya müəssisədə çalışması üçün zəruri olan ixtisas və peşələr üzrə hazırlanması nəzərdə tutulur. Bu səbəbdən də həmin işçilərin başqa müəssisə və firmalarda yerləşdirmək çox çətindir.” (Mehbalıyev, və İsgəndərov, 2012). Belə qənaətə gəlmək olar ki, kadrların yalnız müəssisə və firma daxilində hərəkət etdiyi daxili, əmək bazarı ilə müqayisədə xarici əmək bazarında daha yüksək işçi qüvvəsi axıcılığı müşahidə olunur.

Cəmiyyətdə iki əmək bazarı modelinin mövcud olması nəticədə müxtəlif peşə təhsili modelinin olması zərurətini də yaradır. Həqiqətən də Qərb iqtisadçılarının da yazdığı kimi, xarici (peşə) əmək bazarı tsiklik halında inkişaf edən istehsalın, daxili əmək bazarı isə iqtisadiyyatdakı struktur dəyişikliklərinin tələbinə cavab verir və ona uyğun olur. Praktikada əmək bazarı şərti olaraq iki tipə ayrılsa da bazar münasibətləri cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə istehsalın inkişaf meylləri bu əmək bazarı modellərini bir - birinə yaxınlaşdırır.

Bu iki tip əmək bazarının xarakterik olduğu ölkələrdə həyata keçirilən məşğulluq siyasətini öyrənərək ölkəmizdə onların təcrübəsindən istifadə olunması imkanlarını müəyyənləşdirmək həm mühüm elmi və həm də böyük praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda iqtisadi cəhətdən dünyanın ən çox inkişaf etmiş ölkələrində həyata keçirilən məşğulluq siyasəti modellərinin nəzərdən keçirilməsi vacibdir. Bunlara Yapon, ABŞ, İsveç modelləri aid edə bilərik (Садыгов, Зейналов, Садыгова, 2001).

Yapon modeli - mütəşəkkil daxili əmək bazarının klassik nümunəsidir. Burada əmək münasibətləri - “ömürlük muzd” sisteminə əsaslanır. Bu sistemin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, işçilər konkret bir müəssisədə ən yaşlı dövrünədək işləmək təminatı (qaranti) alır. “Ömürlük muzd” sistemi işçilərin maddi həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə, əmək haqqı, mükafat və sosial müavinatlar verilməsi şəklində həyata keçirmək yolu ilə təminat verilməsinə əsaslanır. Firma və şirkətlərdə kadrların “ömürlük muzd” la maraqlandırılması müəssisə, firma və kompaniyalara imkan yaradır ki, firmadaxili səviyyədə tələb olunan ixtisasları üzrə işçiləri tam kompleksləşdirsin və operativ surətdə kadrların peşə - ixtisas tərkibini iş yerlərinin strukturuna, texnika və texnologiyanın inkişafına, buraxılan məhsulların modifikasiyasına uyğunlaşdırsınlar.

ABŞ modeli üçün qeyri - mərkəzləşdirilmiş əmək bazarı xarakterikdir. Hazırda ABŞ - da hər bir ştatın məşğulluğa və işsizliyə kömək göstərməsi ilə bağlı öz qanunvericiliyi və işsizlərin sığortalanması üzrə fondu vardır. Firmalar və işçilərin özləri isə ştatların fondlarına və federal fonda ayrılıqda vəsait ödəyirlər.

İsveç bazarı modeli məşğulluq sahəsində dövlətin fəal siyasəti və bu siyasətin nəticəsi olaraq, işsizlik səviyyəsinin minimum həddə olması ilə səciyyələnir. Əmək bazarında həyata keçirilən siyasətin əsas istiqaməti iş yerlərini itirənlərə təsir göstərmək yox, işsizliyin azaldılmasına və yeni yerlərinin yaradılmasına başqa ölkələrdə daha çox vəsait ayrılmaqdan ibarətdir. Başqa ölkələr bu vəsaitləri işsizliyin həllinə yönəldiyi halda, İsveçrədə əmək bazarında işçilərin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə yönəldilir. İsveçrədə məşğulluq siyasətinin uğur qazanmasının əsası hələ 55 il bundan əvvəl qoyulmuşdur. 1951- - ci ildə Həmkarlar Təşkilatının konfransında "Həmkarlar təşkilatı və tam məşğulluq" mövzusunda məruzədə göstərilmişdir ki, əmək bazarında siyasət – boş yerlərin işsizlərlə doldurulmasına və işsizlərə köməklik göstərilməsinə deyil, işsizliyin yaranmasının qarşısının alınmasına yönəlməlidir. Burada tam məşğulluğun təmin edilməsinin yeni modeli işlənib hazırlanmış və qəbul edilmişdir. Bu modelin aşağıdakı dörd əsas ünsürü müəyyənləşdirmişdir (Quliyev, 2013):

- Məhdudlaşdırıcı fiksal siyasəti;
- Əmək haqqında "həmrəylik siyasəti";
- Əmək bazarında fəaal siyasət;
- Dövlət proqramı ilə müəyyənləşdirilmiş üstün inkişaf etdirilən sahələrin müdafiə olunması siyasəti.

İşəgötürənlər üçün çətin və / və ya baha başa gələn əsas siyasi məsələ iqtisadi səbəblərə görə tam işçilərin (yəni daimi işçilərin) işdən çıxarılmasıdır.

Sxem 1. Məhdudiyyətlərin formaları.

Mənbə: Веселовский С. Я., "Глобализация рынков труда: Динамика, проблемы, перспективы", ИНИОН РАН, 2013, məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Ayrılma halında xüsusi tələblər də ola bilər. Bu məhdudiyyətlər çox vaxt milli və ya milli işçi kodekslərində olur, lakin ölkədən asılı olaraq iş təhlükəsizliyinin dərəcəsi məhkəmə qərarları, kollektiv müqavilələr və ya hətta yazılmamış sənaye standartları ilə də müəyyən edilə bilər (Веселовский, Ya., 2013).

Daimi işçilərə təqdim olunan qorunma baxımından fərqli ölkələr arasında ciddi fərqlər var. ABŞ-da ən aşağı məhdudlaşdırıcı məşğulluğun qorunması haqqında qanunlar: özəl sektorda işdən çıxma ilə bağlı heç bir məhdudiyyət yoxdur, məcburi işdən azad olunma yoxdur və yalnız kütləvi işdən çıxma vəziyyətində əvvəlcədən xəbərdarlıq tələb olunmur. Əslində, ABŞ işəgötürənləri məhkəmə qərarları və kollektiv müqavilələr səbəbiylə işlərinə xitam vermək hüquqlarında bəzi məhdudiyyətlərlə üzləşirlər. Lakin, cədvəldən göründüyü kimi, digər ölkələrdə işçilərin işdən çıxarılmasının müəyyən səbəbləri istisna olmaqla məşğulluğun qorunması üçün müxtəlif qanunverici tədbirlər mövcuddur.

Son on ildə İƏİT ölkələrində boşalmaların tənzimlənməsində aydın bir tendensiya müşahidə olunmamışdır. Bəziləri müdafiəni gücləndirdi, bəziləri onu zəiflətdi, lakin əksər hallarda tənzimləmələr nisbətən sabit qaldı. Ancaq Latın Amerikasının bir çox ölkəsində məşğulluq siyasəti azaldılmışdır (Oparanma, 2011).

İş təhlükəsizliyinin qorunma dərəcəsini ölçmək çətindir. İşəgötürənlərin məşğulluğun qorunması qaydalarına uyğun xərclərini hesablamaq üçün ən geniş cəhd Hekman və Səhifələr tərəfindən işçinin işdən çıxarılmasının gözlənilən gələcək dəyərini ölçmək üçün hazırlanan iş təhlükəsizliyi indeksini hazırlamış Hekman və Səhifələr tərəfindən edildi.

Başqa bir yanaşma, müxtəlif ölkələrin liderlərinin məşğulluq səviyyələrini iqtisadi reallıqlara uyğunlaşdırmağın nə qədər çətin olduğuna dair qərarına əsaslanır. Bu üsulların güclü və zəif tərəfləri var. Ümumiyyətlə, bunlar hansı ölkələrin məşğulluq müdafiəsinin güclü olduğu və olmayanların kifayət qədər tutarlı mənzərəsinə səbəb olur.

Latın Amerikası bölgəsindəki araşdırmalar, bir qayda olaraq, məşğulluğun qorunması qaydalarının məşğulluğun özünə mənfi təsirinin daha aydın sübutlarını tapması diqqət çəkir. Bunun səbəbi fərqli metodologiyalarla əlaqəli ola bilər - Heckman və Səhifələr, xərclərə əsaslanan hesablamalarından və bir sıra ölkələr üzrə tədqiqatlardan istifadə edərək dəyərli nəticələr əldə etdilər. Bu, Latın Amerikası ölkələrinin OECD ölkələrinə nisbətən daha sərt məşğulluq müdafiəsinə meyl göstərməsini də əks etdirə bilər.

Ümumiyyətlə, iş təhlükəsizliyi qaydaları sabit iş yerlərinin sayını artırır, lakin bu, uzunmüddətli işsizlik və işçi qüvvəsində iştirak etməmək və bəlkə də rəsmi sektorda daha az məşğulluq hesabına əldə edilir. Mövcud işçiləri "daxili" olan müdafiəni gücləndirir, ancaq "kənar şəxslərin" rəsmi işə girişini məhdudlaşdırır. "Təsirli" məşğulluğun işə götürülməsinə məhdudiyyətlərin olduğu yerlərdə bu təsirlər gücləndirilir. Buradakı ən vacib siyasi məsələ "qeyri-standart" işçilərin, xüsusən də daimi işçilərin və müvəqqəti agentlik işçilərinin işə qəbul qaydalarına aiddir.

Azərbaycan Respublikasının və üzv ölkələrin qanunvericiliyi Avropa Birliyi Amerika və Asiya qanunlarından daha çox beynəlxalq əmək standartlarına əsaslanır. Bundan əlavə, başqa bir oxşar xüsusiyyət AB üzv dövlətlərinin hüquq sistemlərinin əksər hallarda Romano-Alman hüquq ailəsinə münasibətidir. Azərbaycanın hüquq sistemi həm də Romano-Alman hüquqi ailəsinə aiddir, lakin buna keçmiş sosialist qanununun bəzi elementləri daxildir. Bu oxşarlıq bir sıra məsələlər üzrə Azərbaycan və Aİ üzv dövlətlərinin qanunvericiliyini bir araya gətirir.

Məsələn: Qanun mənbələrinə görə, əsas hüquq mənbəyi haradadır, normativ hüquqi akt;

Əsasən Şərqi Avropa ölkələri üçün xarakterik olan kodların olması ilə Qərbi Avropanın əksər ölkələrində əmək münasibətləri mülki məcəllələr və ayrı-ayrı hüquqi aktlarla tənzimlənir.

Əmək münasibətlərinin ən əsas elementlərindən biri hüquqlarını qoruyan və əmək münasibətlərində iştirakçıların maraqlarını ifadə edən əmək müqaviləsidir.

Avropa Birliyi (AB) əmək müqaviləsi qanunu işəgötürənlərin işçilərə təqdim etməli olduqları minimum məlumatları müəyyən edir. Məlumat yazılı şəkildə verilməlidir. Aİ-nin əmək qanunvericiliyi Avropa Birliyinə üzv dövlətlər üçün əmək müqavilələrinin məzmununa ciddi məhdudiyyətlər qoymur ki, bu da əmək müqavilələrinin şərtlərini müstəqil şəkildə əlavə etməyə imkan verir. Hər bir Üzv

Dövlətin AB qanunlarını öz qanunvericiliyində tətbiq etməsi səbəbi ilə bəzi yerli fərqlər ola bilər. Buna görə, Azərbaycan və AB ölkələrinin əmək müqavilələrinin xüsusiyyətlərinin müqayisəli təhlili üçün müvafiq iştirakçı ölkədəki konkret vəziyyəti nəzərə almaq lazımdır. Beləliklə, məsələn, Fransanın əmək qanunvericiliyində Azərbaycan qanunvericiliyinin normalarına tamamilə bənzər bir sıra şərtlər mövcuddur və Azərbaycan qanunlarına yeni və naməlum şərtlər də daxil edilmişdir. Bunlara daxildir:

- Qoşulma hüququ - işçilərin şəxsi vaxtını və istirahətini qorumaq üçün 2017-ci ilin yanvar ayında tətbiq edilmişdir;
- Sürətlilik vəzifəsi (hərəkətlilik şərti) - işəgötürənə işçinin başqa iş yerinə və ya başqa əraziyə köçürülməsi hüququnu vermək;
- Sadiqlik vəzifəsi (sədaqət / rəqabət olmayan şərt) - qadağandır, işçi işdən azad edildikdən sonra rəqabət qabiliyyətli bir müəssisədə iş alır.

Məsələn, Skandinaviya ölkələrində əmək münasibətləri həmkarlar ittifaqlarının geniş yayılmış fəaliyyəti ilə xarakterizə olunur. Maraqlı bir fakt budur ki, İsveçdə işəgötürən işçilərin işə götürülməsini həmkarlar ittifaqları ilə əlaqələndirməlidir. Öz növbəsində həmkarlar ittifaqı təşkilatı işəgötürənin yeni işçi işə götürmək qərarını ləğv etmək hüququna malikdir.

Müqayisə üçün, Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsində işəgötürənlərin həmkarlar ittifaqları ilə yeni işçilərin işə qəbul qaydaları barədə razılığa gəlməsini məcbur edən normalar yoxdur. İsveç qanunu, bir işçini başqa işə keçirmək üçün həmkarlar ittifaqı təşkilatları ilə məcburi müzakirə edilməsini də təmin edir.

Müqayisə ilə əlaqədar olaraq, işçilərin hüquqlarını qorumaq və qorumaq imkanlarının sərhədlərini genişləndirməyə kömək edəcək bu qanunun aliliyini Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə daxil etmək məqsədəuyğundur. İşəgötürənin həmkarlar ittifaqları ilə işçilərin işə götürülməsi və işdən çıxarılması məsələlərini müzakirə etmək öhdəliyini əlavə etmək də vacib şərtlərdən biridir.

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində təhlil, sistematik, müqayisəli və amilli təhlil mexanizmlərindən, o cümlədən, riyazi-statistik, analiz və sintez, tarixi, həmçinin də induksiya-deduksiya metodlarından istifadə olunmuşdur. Dissertasiyada istifadə olunmuş hər bir metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edir. İstifadə edilmiş metodlardan biri **təsəvvürlərin formalaşdırılması (qavrama) metodudur.** Bu metod hissi qavramanı təmin etmək, ətraf aləm haqqında dolğun təsəvvürlər yaratmaq məqsədi güdür. Bu qrup metodlara müşahidə, illüstrasiya, demonstrasiya və təsvir metodları daxildir.

Müşahidə metodu müəyyən məqsəd ilə, planlı və sistemli şəkildə qavrama prosesinin təşkili metodudur. O, cisim və hadisələr haqqında ilkin təsəvvürlər aşılamağa, müşahidəçilik bacarığının və müstəqilliyin inkişafına kömək göstərir. Dissertasiyada müşahidə metodu vasitəsi ilə sosial şəbəkə və internet resurslarından bank sektorunda mövcud olan maliyyə menecmenti alətləri və onların təkmilləşdirilməsiaspektlərinin son inkişaf yeniliklərini izləyib yeni məlumatlar əldə edirik. Müşahidə metodunun səmərəli olması onun düzgün təşkil olunmasından asılıdır. Ümumiyyətlə, müşahidə bir neçə mərhələdə təşkil olunur: məqsədin aydınlaşdırılması, müşahidə planının və vasitələrinin müəyyən edilməsi, müşahidənin qeydə alınması və nəticənin çıxarılmasıdır.

Analiz

İqtisad elmində əmək bazarı nəzəriyyəsinin əsasını klassik məktəbin nümayəndələri olan iqtisadçılar Adam Smit, David Rikardo və Jan - Batist Sey qoymuşlar. Adam Smit maddi, maliyyə və əmək ehtiyatlarından optimal istifadəni azad rəqabətdə görür və sübut edirdi ki, ölkənini iqtisadiyyatında əhalinin məşğulluğunun səviyyəsi bir işçinin orta əmək haqqı məbləği ilə müəyyən edilir, yəni əgər orta əmək haqqı artırsa, bu illərdə əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi imkanları azalır. David Rikardo isə əmək haqqı məbləğinin əməyə olan tələbatından asılılığını önə çəkirdi. O, göstərdi ki, əmək haqqının artması, əhalinin təkrar istehsalının normal qaydada həyata keçirilməsi üçün tələb edilən minimum səviyyədən yuxarı olması əmək təklifinin artmasına, bu isə əmək haqqının aşağı düşməsinə təsir göstərir. J.B.Sey isə tələblə təklif arasındakı qarşılıqlı təsirin və bu əsasda alqı - satqı predmetinin, o cümlədən iş qüvvəsinin qiymətinin tarazlığının əldə edilməsi qanununu formalaşdırmışdır.

Nəticə

Tədqiqat zamanı aşağıdakı tövsiyə və nəticələr əldə edilmişdir:

1. Bazar münasibətləri şəraitində əmək bazarında işçi qüvvəsinə olan tələb və təklifin razılaşdırılmış mexanizminin çevikliyinin təmin edilməsinə yönəldilmiş fəaliyyətin genişləndirilməsi, insanların motivasiyasının gücləndirilməsi və ixtisaslı işçilərin rəqabətədavamlılığının yüksəldilməsi istiqamətində tədbirlər görülməlidir.

2. Bazar iqtisadi sistemi şəraitində məşğulluq əmək bazarı, tələb və təkliflə birbaşa olsada elə aspektlər və problemlər mövcuddur ki, onlar yalnız əmək bazarı ilə təmin etmək qeyri – mümkündür. Bazar sistemi şəraitində mütəşəkkil və planlı qaydada kadrların işlə təmin edilməsi qaydası olmasada belə məşğulluq mərkəzlərinin, əmək birjalarının fəaliyyəti və məsuliyyəti daha da yüksəlməlidir.

3. Əmək bazarı və məşğulluğun tənzimlənməsi problemi hər bir dövlətin və cəmiyyətin bütün problemləri ilə üzvü şəkildə bağlıdır. Qabaqcıl ölkələrdə (xüsusilə Yaponiyada), bizdədə əhalinin inkişaf Proqramları tərtib edilməli və bu proqramlarda məhsuldar qüvvələrin yerləşdirilməsi səviyyəsi, demoqrafik proseslərin təhlil edilməsi, demoqrafik proseslərin dəyişilməsi meyilləri aşkara çıxarılmalıdır. Bu istiqamətdə sosioloji tədqiqatların aparılmasına xüsusi əhəmiyyət verilməlidir.

4. Əmək bazarı konyukturasının ətraflı araşdırılması, məşğulluq xidməti orqanlarının fəaliyyətinin effektiv olaraq təşkili edilməsi hesabına elmi - texniki tərəqqi, həmçinin müəssisələrin bankrot olması səbəbindən işdən çıxarılan və çıxarılacaq potensial işçilərin az bir vaxtda 2 - ci və ya 3-cü məşğulluğunun təmin edilməsi kimi məsələlərin operativ həll edilməsində Məşğulluq xidməti orqanlarının səlahiyyətlərinin artırılması vacibdir.

Ədəbiyyatlar

1. Mehbalıyev S.S., İsgəndərov R.K. “Əmək bazan və əhalinin sosial müdafiəsi”, Bakı, 2002. 543 səh.
2. Quliyev T.Ə., (2013) İnsan resurslarının idarə edilməsi, Bakı. 358 s.
3. Калашников С. “Развитие рынка труда - неотъемлемый элемент государственной политики”, Человек и труд, 2005, № 5. с. 41-44.

4. Веселовский С. Я., “Глобализация рынков труда: Динамика, проблемы, перспективы”, ИНИОН РАН, 2013, 248 с.
5. Austin O. Oparanma “Policies and procedures in redundancy: A comparative analysis”, 2011, Vol. 10
6. Балацкий Е.В., (2002) «Эффективность фискальной политики государства», Проблемы прогнозирования, ИНП РАН, 2000, N0 5, с.32Заяц Н.Е. Теория налогов. Минск., 236 с.
7. Мусаев А.Ф., Садыгов М.М., Магеррамов Р.Б., Салаев Р.А., (2005) Налоги и налогооблоъение в Азербайдъане. Баку. Элм, 524 с.
8. Соколов А.А., (2003) Теория налогов. Москва, 362 с.
9. Девере М.П., (2002) Экономика налоговой политики. Под ред.. Москва, Филинъ, 328 с.
10. Садыгов М.М., Зейналов В.З., Садыгова Г.М., (2001) Рыночная экономика: финансы и налоги. Баку, 465 с
11. Бабич А.М., Павлова Л.Н., (2000) Государственные и муниципальные финансы: Учебник для вузов. М., 687 с.

The Strategic Planning and Its Implementation on Small and Medium Enterprises in Azerbaijan

Amil Shirinov

sirinov.amil@gmail.com

Abstract

This article is a study on strategic planning and the implementation of strategies for small and medium-sized businesses in Azerbaijan. With the help of some statistics, the current situation has been revealed. In addition, attempts were made to prove the hypothesis with deductions based on an analysis of these results. The problems faced by SMEs in the local Azerbaijani market and possible solutions were suggested. The main purpose of the thesis is to analyse strategic planning and its application in small and medium enterprises in Azerbaijan. Another purpose of the paper is to study the current state of legal support for small and medium enterprises, to explore opportunities to expand this support, to analyse the forms, application and adaptation of world experience in various sectors to local conditions. A number of different books, scientific papers and newspapers, as well as internet resources were used during the article. It is a fact that the methodological basis for this research in Azerbaijan is insufficient. Local small and medium-sized businesses can use the foreign experience we have studied in their strategic research and in the assistance provided by government agencies. The article that I am trying to emphasize on the importance of strategic planning focuses on domestic market research and the importance of long-term plans.

Key words: **Strategic Planning, SMEs in Azerbaijan, Small and medium enterprises.**

Introduction

Strategic planning is important to an organization as it gives a sense of direction and reveals measurable goals. Strategic planning is a useful tool for day-to-day decision-making, as well as in evaluating progress and approaches to progress. Initially, a specific strategy will make the company more profitable and efficient in many areas. The mobility and dynamism of the market economy are significant in the formation and development of free competition. It has a special place and is considered to be one of its main features. So, the market to improve the economic system based on the principles. Our government, which has a regulatory policy, is setting up small and medium-sized businesses implements a number of purposeful and systematic measures on development. But there is a number of problems in the field still remain. In addition, the state's economic policy to ensure efficient operation of the small and medium business is persistent, properly identified, engaged in economic activities.

Recently, the Government of the Republic of Azerbaijan has also established new state bodies to achieve development in this area, constantly monitoring the activities of small and medium-sized businesses and directing them to serve the overall strategy of the country. An example is the newly established “KOB” agency that supports the development of SMEs. Unlike developed countries, our newly independent state has to be more responsible in this area. If we take into account that the total share of small and medium-sized businesses in GDP is just newly over than 50% in our country; however, in Europe it is approximately between 80-90 percentages. (Papadopoulos G. and Rikama S., Eurostat 2014)

There is a well-known theorem that the modern economy is based on small and medium-sized enterprises. Global companies have evolved from small businesses that have competed over others in the past, and have perfected what they do at their existing industries. This means that if we want to build our competitive companies in the global marketplace, initially sustainability and competitiveness of local SMEs must be developed. This shows that this topic can be considered relevant and there are many areas for Azerbaijani companies to implement.

However, our local companies are only thinking about living in the market by increasing their production and sales. They do not even know how to respond to rapid changes in the economy. Nonetheless, pre-planning takes into account the underlying circumstances of such forces. Therefore, this may result in bankruptcy or excessive withdrawal of a portion of the market. Another problem may arise when some opportunities appear. According to my observations, companies in Azerbaijan generally have difficulty adapting to new situations, and as a result, gaps in the market are occupied by foreign, more sophisticated companies. Monopoly tendencies that may occur among entrepreneurs are based on market principles should be eliminated. Critical precautions should be taken in order to prevention of unfair competition actions.

It will be emphasized the importance of strategic planning for small and medium-sized businesses to cope with these challenges. Information will be shared about long-term activities and market position of successful enterprises which have acquired strategic management principles.

Methodological Background of The Research

Research methods: Observations and Questionnaires will be used to find out the relevant information about this research. Observations can form a part of either quantitative or qualitative research.

Research Techniques/Tools: In order to classify these types of data SPSS programme will be excellent way to analyse. Some statistical functions will be applied while analysing process. Standard deviation and empirical analyse calculations will be needed in such cases.

Despite obtaining data from primary sources, some types of secondary sources such as published books, scholarly articles, students' previous examinations, information from statistical data analysing organizations and other websites will be helpful while writing this research paper.

Analysis

Why is strategic planning important for companies? I want to bring you the answer to this question with a small fact.

100 companies ranked by Forbes in 1917, just a century later, only 13 companies were able to maintain their market presence and continue to operate. Of course, in the context of rapid globalization, the 100-year planning of companies cannot be talked about, but they have maintained their existence over a long period of time by improving their strategies. The idea is that the market is changing so fast that companies do not need long-term strategic planning. However, the current trend is exactly the opposite. The changing and unpredictable nature of the economic environment further enhances the importance of strategic management. In this case, it is becoming more and more important to predict how the market will change and anticipate emerging trends. (Wheelen T. L. and Hunger D. J., 2012).

It is an undeniable fact that small and medium enterprises play a key role on countries' economy and

social life. In a modern globalized world, some global economic challenges such as unemployment, weak trade relations slow growth rate or economic crises make governments a critical choice about future strategies. Small and medium-sized enterprises stimulate these economic trends and provide competitiveness in the market. In terms of procurement, SMEs are the main job suppliers in developed and developing countries. According to data noted by World Bank, almost 7 out of 10 jobs are created by MSMEs in emerging economies, which reveals the importance of small firms in employee-recruitment process (OECD, 2017). Moreover, in contrast to the large businesses, SMEs are willing to employ less-skilled workers in order to cut down salary expenses. From employee's aspect, it is a chance to gain valuable experience and get decent jobs at larger firms. By providing employment, SMEs diminish income inequality and provide sustainable economic progress.

By looking at different perspective, owing to market flexibility and high-risk taking ability, SMEs support innovation at new product and service options. Big firms are willing to update their existing products which decrease the cost of new product R&D activities and chance of failure. However, easy adaptability characteristics and capability of rapid maneuver help SMEs gain strategic advantages over large enterprises. Moreover, newly developed products by micro, small and medium-sized firms enlarge diversity and competition in the market.

SMEs also play an important role in the macroeconomic scene of developing countries. However, in less developed countries, the share of SMEs in both GDP and employment is relatively small. Thus, while the share of SMEs in GDP in developed countries is close to 50%, this figure varies around 40% in countries with a medium transition period and 30% in countries with slow growth. According to the level of development, the share of SMEs in the provision of employment is around 45, 36, 30 percent, respectively. It is obvious that the economic development of the country depends on the situation of SMEs. The importance of SMEs in the economy is due to their characteristics. This is because SMEs have more production and product diversity with less investment. At the same time, economic fluctuations have less impact on SMEs. In addition, they can easily adapt to demand and diversity, and ensure balanced inter-regional economic development. Most importantly, they minimize income injustice. Such features allow SMEs to be a key player in solving important problems in the country's economy. Note that more than half of salaried employees are in small and medium-sized enterprises (Keskin H. and others. 2010).

Strategic planning consists of several stages. These steps are designed to analyse the data obtained and to ensure the correct decision-making process. Elastic and effective decision-making can be seen as a key task to minimize the harm of extraordinary situations that may be encountered in the future. But what steps does this activity contain?

Naturally, the current results of the companies should be analysed and the market situation determined. These analyses include financial, marketing and management activities, if any, budget for production and development, and statistical data on performance. While the return on investment, profitability rates allow the company to look financially, the purpose of the company and its market policies are to help it form a management structure. The second key step is to do business analysis, which is called SWOT analysis literally and the most effective one. With the help of business analysis, the external and internal environment of the company is investigated and the factors obtained to take appropriate steps are categorized. External factors affecting to the company are divided into two groups as

opportunities and threats. Any dangerous notion that threatens the company from the outside is either neutralized or established a defence mechanism.

When it comes to local Azerbaijani SMEs, it is much more complicated issue. The economic stability in each country is linked to the level of development of small and medium-sized businesses. In developed countries, the share of small and medium-sized businesses in GDP is over 50% and employment is more than 60%. 99% of enterprises in the EU are small and medium enterprises. In developing countries, medium-sized enterprises are the main provider of employment. Over the past five years, 85% of new jobs created in Europe have been created by small and medium-sized businesses. As a result of entrepreneurship development in Azerbaijan, steps to improve the business environment, reforms and government support, the private sector has grown sufficiently, and the share of entrepreneurship in GDP and employment has increased significantly. According to 2018, SMEs account for 27% of GDP, 21% in employment and 36% in non-oil exports.

The fact that more than 90% of SMEs across the country are SMEs shows that there is great potential for increasing the share of small and medium-sized businesses in GDP and exports. In line with the tasks set for the development of entrepreneurship in the country, especially small and medium-sized businesses, it is planned to increase the competitiveness of small and medium-sized businesses for the period after 2025 and provide daily consumer goods mainly through SMEs. For this purpose, the SME share is expected to reach 60% of GDP, 70% in employment and 40% in non-oil exports. In 2016 and 2017, SMEs added value of 3.587 billion and 3,808 billion AZN comprehensively (Bayramov V. and Hasanov R., 2017).

Table 1: Key macroeconomic indicators of small business entities

Indicators	2016			2017		
	Total	separately		Total	separately	
		Small	Medium		Small	Medium
Created added value*, (million AZN)	3587,2	2928,0	659,2	3807,6	3051,9	755,7
Number of employees, (thousand)	281,0	100,9	180,1	290,1	101,9	188,2
Average monthly nominal wages, (AZN)	338,6	322,2	349,1	352,8	331,5	365,9
Fixed capital investments, (million AZN)	2830,2	1828,6	1001,6	3298,6	2064,8	1233,8
Production, (million AZN)	5831,2	4666,1	1165,1	6269,6	4884,7	1384,9

Source: State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan**,** www.stat.gov.az (17.12.2019)

When we look at the statistics, we get the impression that local SMEs have been quite successful. However, it was not possible to find enough evidence to support this success. The main reason for this is the lack of a detailed study of the domestic market. The projects that the KOB agency has designed

for domestic market research in recent years have not yet been fully successful. Of course, Start-ups and SMEs, who are not fully aware of the current market situation, are helpless in their strategies. Environmental scanning, which is the first stage of strategic management, has become a daunting task for SMEs. They are not satisfied with the accuracy and coverage of the information obtained. Therefore, the next stages of strategic management are already losing their functionality and reliability.

Another reason for the failure of these strategies is the instability in the domestic market. An example of this is the process of devaluation of the Azerbaijani currency (MANAT) in 2015. (Mammadli G. and Stasiak-Betlejewska R, 2017). During this crisis, many small and medium-sized businesses had to stop their operations. And only those businesses that can make elastic decisions in the market have managed to survive from the chaos. It is also possible to argue that in the long run such crises actually cure and improve the market. Due to the lack of research and development activities, local SMEs, who are unable to create new areas in the market, need to be able to imitate the products of foreign companies. No significant progress has been made, especially in modern technology and electronics. Sometimes, our business owners who are slowing down to keep the gap in the market have a hard time to succeed in development with spontaneous attacks.

Results

According to the study, several conclusions can be reached. The first is that strategic management has an indispensable share in the future of companies. According to the information obtained, companies need deep market research and recognition of their competitors in order to be competitive and flexible. Although there has been progress in recent years in the number and size of small and medium-sized businesses in Azerbaijan, this increase is likely to be more spontaneous. Compared with other developed and developing countries, the impact of SMEs on managing the economy in Azerbaijan is very small. They cannot compete with large local corporations and foreign companies that exist on the market and have to obey their monopolistic directions.

As recommended, it is now the purpose of attracting small and medium-sized businesses to the market with subsidies or tax breaks as our state has been doing. In addition, it is more advisable to conduct internal market research and provide this information to companies. Moreover, it is also possible to organize trainings and educate entrepreneurs about the strategic management and planning application. It is also possible to create startups at universities and research institutions and establish business incubation centers.

List of Bibliography

1. Bayramov V. and Hasanov R., (2017). “A Comparative Study on Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Azerbaijan”. Pressed in CESD PRESS, Center for Economic and Social Development (CESD) 44 Jafar Jabbarly str., Baku, Az1065, AZERBAIJAN.
2. Berisha G. and Pula J.Sh., (2015), “Defining Small and Medium Enterprises: a critical review”. Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences, Vol.1 No.1. p. 17-23.
3. David F. R., (2011), “Strategic management: concepts and cases”—13th ed. Copyright 2011, 2009, 2007 by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458, p. 694
4. Gurley D.K., Peters G.B., and Fifolt.M., (2015). “Mission, vision, values, and goals: An exploration of key organizational statements”. Published in Journal of Educational Change vol. 16, p. 217–242

5. Katsioloudes M., (2006). Strategic Management. Global Cultural Perspectives for Profit and Non-Profit Organizations, Elsevier Inc., USA.
6. Keskin H., Şentürk C., Sungur O., and Kiriş H.M., (2010). "The Importance of SMEs in Developing Economies". 2nd International Symposium on Sustainable Development, Sarajevo, p. 186-189
7. Lewis R., (2017), "Porter's Five Forces of competitive advantage". University College, Launceston, p. 5
8. Mammadli G. and Stasiak-Betlejewska R., (2017). "Factors affecting success of SMEs in Azerbaijan" , Archives of Engineering Knowledge, vol. 1, issue 1, p. 56-58.
9. Papazov E. and Mihaylova L., (2012). "Modern approach to strategic control in SMEs". Published in The Ascilite 2003 Proceedings, p. 250-260
10. Pinar A.O., Nataliya M. and Valentina S., (2012). "Small and Medium Enterprises: A Cross-country Analysis with a New Data Set". Pacific Economic Review, Vol. 17, No. 4, p. 491–513
11. Salazar A.L., Soto R.C. and Mosqueda R.E., (2012). "The Impact of Financıal Decisions and Strategy on Small Business Competitiveness". Global Journal of Business Research, Vol. 6, No. 2, p. 93-104
12. Simons R., (1995). Control in An Age of Empowerment. Harvard Business Review.March April, s.80-88.
13. U.S. International Trade Commission ¬¬¬¬(2010). "Small and Medium-Sized Enterprises: Overview of Participation in U.S. Exports", p.13. https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/transatlantic-trade-and-investment-partnership-t-tip/t-tip-12
14. Wheelen. T.L. and Hunger.J.D., (2012), "Strategic management and business policy: toward global sustainability" — 13th ed. Copyright 2012, 2010, 2008, 2006, 2004 by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall,
15. https://www.worldbank.org/en/country/azerbaijan/overview/2019
16. http://smb.gov.az/news/kobia-nin-idar-heytinin-sdri-orxan-mmmdovun-report-informasiya-agentliyin-musahibsi
17. http://www.anl.az/down/meqale/express/2012/avqust/257640.htm
18. https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=3123
19. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/conferences/state-aid/sme/smedefinitionguide_en.pdf
20. https://blogs.worldbank.org/psd/a-universal-definition-of-small-enterprise-a-procrustean-bed-for-smes
21. https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf
22. http://documents.worldbank.org/curated/en/577091496733563036/pdf/115696-REVISED-PUBLIC-SMEs-and-Jobs-final.pdf

Implementation and Perspectives of Business Strategies on Non-Oil Export of Azerbaijan

Mahir Hajiyev

mr.mhaciyev@gmail.com

Abstract

The comparative advantage of the oil sector in modern times compared to other sectors of the economy in Azerbaijan has resulted in its superior development. In this regard, investment in the oil sector has also dominated, and the role of the oil factor in the economy has increased considerably. As a result, the oil sector is more developed than any other industry. At the same time, the successful implementation of the oil strategy in the country has led to the formation of the necessary resources for the development of the offshore sector, and the opportunity for the state to take effective measures in this area (Ahmadov M.A.,2003). Creation of the resources necessary for the development of the non-oil sector at the expense of oil revenues and the relevance of oil to non-renewable natural resources increases the importance of non-oil sector development. Ensuring sustainable economic development of the country makes it necessary to create a balance between the sectors of the economy and the efficient use of labor, natural and material resources. The measures taken in recent years to ensure comprehensive socio-economic development of the country have contributed to the development of the non-oil sector as well. At the same time, the measures taken in this direction will contribute to poverty reduction, economic self-sufficiency and, consequently, increased competitiveness of the country. At present, the growth of the country's financial capability provides extensive opportunities for the development of the non-oil sector (Thorvaldur, 2001).

Key Words: Azerbaijan Republic, Non-oil Sector, Business strategies

Introduction

One of the main task facing our country today is to create favorable conditions for the development of the geographical unit in the country and, primarily, the development of the private sector. To this end, a number of stimulus measures have been planned and directed to relevant agencies. Expanding the non-oil sector is vital to ensuring economic stability in the country.

In order to increase the export potential of the country's non-oil sector, diversification and modernization of the economy must first be implemented and the process of innovation should be accelerated. In addition, the non-oil sector should be thoroughly investigated and its potential taken into account, taking into account the country's natural resources and economic factors (Auty Richard, 1998). One of the main tasks in these processes is to analyze the export potential of the non-oil sector in the national economy at the present time, to identify opportunities in this area on the basis of adequate criteria, to determine the state regulation of export potential utilization. Looking at the statistics, we see that in 2015, the instability in the global economy and the volatility in the financial markets had a negative impact on economic growth. World oil prices fell sharply compared to previous years, which had a negative impact on the oil sector of our country. The development of the non-oil sector has been put forward to achieve the planned goals.

It can be concluded that the development of the non-oil sector is of great importance for future prospects in the strategic planning of the economy. The paperwork outlines the export potential of the non-oil sector and measures to increase it, the potential of the non-oil sector in the current period, the existing problems were investigated and solutions were identified.

At present, diversification of the country's economy and ensuring balanced development of the regions depends on the activation of existing opportunities in this area. One of the important tasks facing the government today is to create favorable environment for the development of the non-oil sector in the country and stimulate the private sector's economic activity. In order to effectively address these issues in the context of market relations, the economic regulation methods should be used optimally, including tax, customs and so on. Activities in the fields should be aligned with the goals set by the government in the development of the non-oil sector. In this regard, the need and opportunities for the development of the non-oil sector are of great importance to the Azerbaijani economy. Given the relevance of the above, the paperwork is devoted to the study of the development of the non-oil sector. According to the purpose of the research, the following tasks have been proposed:

- Identification of factors influencing the formation of sectoral structure of the national economy;
- Identification of the factors that are necessary for the development of the non-oil sector;
- To disclose the features of the mechanism of state regulation of the non-oil sector;
- To study the existing sectoral structure of the national economy;
- Assessment of development dynamics of non-oil sector in the country;
- Evaluation of the business environment for the development of the non-oil sector in the country;
- Defining development opportunities and priorities of the non-oil sector;
- Identification of ways to stimulate the development of the non-oil sector by the state.

The theoretical and methodological basis of the research is the works of classics of economic science and leading economists, relevant laws of the Republic of Azerbaijan, decrees of the President of the Republic, decrees and orders of the Cabinet of Ministers, and other legal documents. The research database is the data of the State Statistics Committee and the Ministry of Economy and Industry of the Republic of Azerbaijan, preliminary reports of the National Bank and other state bodies, and materials of scientific-practical conferences.

Method

The theoretical and methodological basis of the thesis is made by the works of Azerbaijani, Russian and other foreign scientists in the field of economic theory, the world economy and international economic relations, dialectic and systemic approaches to the study of features of the economy of modern Azerbaijan (Alekperov, 2007).

The method of quantitative assessments was used, which was expressed in the consideration of economic development indicators as a set of interacting elements, as well as methods of expert assessments and comparative analysis.

A comparative historical method has been used to identify patterns and trends in the development of the Azerbaijani economy during the transformation period. The study was based on official data from international organizations: The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), the United Nations Economic Commission for Europe (UNECE), the International Monetary Fund (IMF), the World Bank, the World Economic Forum (WEF), and the data from the State Statistics Committee of Azerbaijan. Analytical materials of the Ministry of Economic Development of

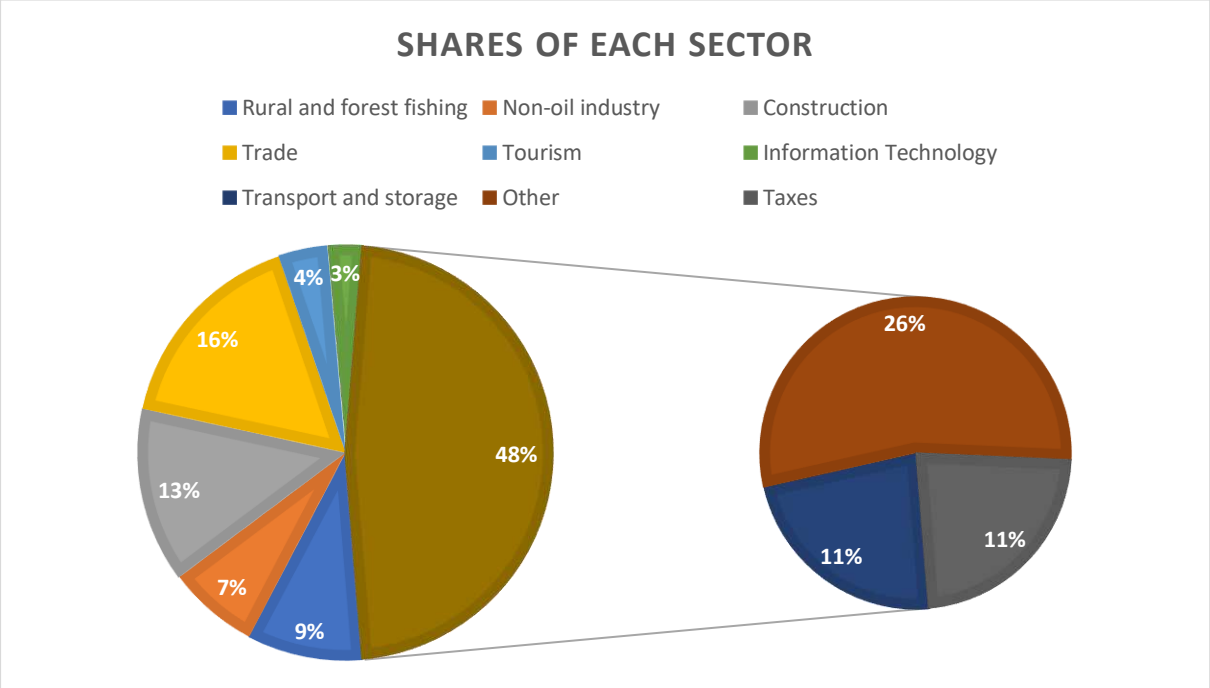
Azerbaijan were used; Internet resources, as well as other sources of information necessary to solve the tasks set in the work.

Analysis

In January-June 2018, the non-oil sector of the economy generated 20,637.0 million manat, of which 52.6% was spent on social and other services, trade, repair of vehicles and construction.

The value added in the non-oil sector of the country's economy in January-June 2018 increased by 2% compared to the same period of the previous year. The share of value added in the non-oil sector in GDP was 55.8%. The most positive contributors to GDP in the sub-sectors of the non-oil sector were transportation and warehousing, construction and trade and repair of vehicles. In most sectors of the non-oil sector, the growth rate of added value was higher than the corresponding period of the previous year.

Figure 1. Distribution of value added in non-oil sector by sector.



Source: https://economy.gov.az//uploads/fm/files/diger/2018%20qeyri-neft%20(1).pdf (02.11.2019)

In the corresponding period of 2017, agriculture, forestry and fisheries accounted for 7.6%, commercial and transport repair 2.4%, transportation and warehousing 7.1%, tourist accommodation and public catering 7.4%, information and communication 4.9%, social and other services increased by 0.6%.

Non-oil industry. The value added in the non-oil industry in January-June 2018 increased by 11.1% compared to the same period of the previous year and reached 1726.6 million manat. The share of the non-oil industry in GDP accounted for 4.7% in the reporting period, the non-oil sector's share in the added value of the non-oil sector was 8.4%, and the share of non-oil industry in the value added industry was 9.9%.

In the structure of value added in the non-oil industry, the share of the mining industry was 3.1%, the share of the manufacturing industry was 72%, the share of electricity, gas and steam production, distribution and supply was 21.5%, and the specific weight of water supply and waste treatment was 3.4%.

The non-oil industry produced goods worth 5165.3 million manat in January-June 2018 and increased 8.8% compared to the same period of the previous year.

Mining industry contributes 3% or 157.2 million manat in non-oil industry, 75.6% or 3906.5 million manat in manufacturing industry, 18.5% or 954.0 million manat, water supply, share of electricity, gas and steam. The share of waste treatment was 2.9% or 147.6 million manat. In the first half of 2018, 44 entrepreneurship entities submitted 55 investment incentives in order to boost economic activity in the country, support the production of export-oriented products and stimulate investment. Legal Entities and Individual Entrepreneurs Receiving Investment Promotion Document 451 US $ 109 million for the import of machinery, technology and equipment and $ 28 million in business benefits. As a result of these projects, it is planned to invest 479.8 million manat in local production and create 3,566 new jobs.

January-June 2018 Cleaning Facilities Complex in Nakhchivan Autonomous Republic, High-voltage equipment plant in Baku, Yasamal-1 and Gobu 110/35/10 kV, 35/10-6 kV power substation 120, Baku International Seaport Commercial Complex, New Building of the Heydar Aliyev Modern Education Complex, Mingachevir Industrial Park, Mingachevir Textile LLC Two spinning mills, Regional Agropark in Goranboy, Shamkir-Samukh-Goranboy main irrigation canal 110/35/10 kV "Delimammadli" s/s, Dalimammadli-Kushchu-Fahrali-Gurbanzade-Alpout highway, Khachmaz branch of "Azerkhalcha" OJSC in corresponding region, facilities were put into operation.

Measures taken to stimulate the development of non-oil sector, such important issues as sustainable development of the country's economy, export capacity of the country, as well as production of competitive products, and ensuring employment will continue.

Agriculture, forestry and fishing. In January-June 2018, the actual value of gross agricultural output was 3206.1 million manat, of which 1,774.8 million manat or 55.4 percent was livestock, 1431.3 million manat or 44.6 percent and plant products. Compared to the same period last year, agricultural production increased by 7.6%, including crop production by 14.6% and livestock production by 2.5%.

Table 1. Comparison and main indicators of non-oil industry in given periods.

Name of the indicator	January-October 2019, actual	January-October 2019 as a percentage of January-October	For information: January-October 2018 as a percentage of January-October 2017
Gross domestic product, million AZN	**65 415,1**	**102,1**	**100,8**
Including non-oil and gas GDP	40 112,2	103,5	101,0
GDP per capita, AZN	**6 609,6**	**101,2**	**99,9**
Industrial output, million AZN	**38 097,6**	**101,4**	**101,5**
Including the non-oil and gas industry	9 086,9	114,5	110,0
Capital investments, million AZN	**11 407,4**	**97,4**	**88,7**
including non-oil and gas sector	7 136,5	106,8	116,7
from it to the non-oil and gas industry	1 359,0	108,3	118,2
Agricultural products, million AZN	**6 900,3**	**107,2**	**105,0**
including: plant growing	3 549,5	111,4	107,4
livestock	3 350,8	103,2	102,6
Freight transportation in the transport sector, million tons	**191,7**	**101,5**	**101,5**
Passenger transportation in the transport sector, million passengers	**1 671,8**	**102,3**	**101,3**
Information and communication services, million AZN	**1 776,4**	**116,1**	**108,8**
Retail trade turnover, million AZN	**31 122,9**	**103,1**	**102,6**
Paid services to the population, million AZN	**7 439,1**	**102,3**	**102,7**
State budget revenues, million AZN	**19 273,9**	**105,8**	**134,4**
State budget expenditures, million AZN	**18 433,6**	**103,7**	**125,6**
Surplus of the state budget, million AZN	**840,3**	**x**	**x**
Nominal incomes of the population, million AZN	**46 705,8**	**106,9**	**108,7**

Nominal incomes per capita, AZN	**4 719,2**	**106,0**	**107,8**
Deposits of the population in banks as of October 1, 2019, million AZN	**8 605,3**	**105,0**	**116,8**
Credit investments as of October 1, 2019, million AZN	**14 211,3**	**115,5**	**98,9**
Including overdue loans	1 447,3	82,8	94,2
Average monthly nominal salary, AZN	**603,5***	**111,7****	**102,8*****
Consumer Price Index	**x**	**102,6**	**102,4**
Population as of October 1, 2019, thousand	**10 044,5**	**100,9**	**100,9**
Foreign trade turnover, mln. US $			
at actual prices	24 837,2*	107,2**	134,3***
at comparative prices	x	101,4**	99,8***
including: export			
at actual prices	14 459,2*	94,8**	137,9***
at comparative prices	x	100,3**	100,9***
Non-oil and gas exports			
actual prices	1 413,1*	117,1**	112,9***
comparative prices	x	112,1**	103,5***
Import			
actual prices	10 378,0*	131,3**	128,0***
comparative prices	x	103,4**	97,7**

Source: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (07.11.2019)

Conclusion

In the dissertation the following conclusions and suggestions have been made based on a comprehensive study of the current state of non-oil sector development in Azerbaijan:

Natural factors, labor resources, scientific and technological progress, transport conditions, nature of production, foreign factors, and state policy indicates all these factors affect each other. The degree of impact of these factors on the structure of the national economy depends on the level of

development of the productive forces of the country and individual economic regions, the economic characteristics of certain areas, and the specific conditions for the changes in their location.

Natural resources are an important component of the environment used in social production processes to meet the material and cultural needs of society. Wide reprocessing requires rapid development of raw materials industries (coal, oil, gas, iron ore, mining and other industries). The development of extractive industries, their technical base, location of mineral resources and fuel production facilities, and the structure of raw materials and fuel economy reflect to some extent the development of productive forces of the country.

In recent years, extensive research has been carried out on the emergence of the Dutch syndrome in resource-rich countries. In many cases, attempts have been made to apply it to countries rich in all natural resources without considering the conditions for the "Dutch syndrome". According to the “Holland Syndrome” approach, the growth of other currencies is constrained by the strengthening of the national currency, as well as the increased allocation of domestic resources in favor of the fast-growing sector in the country. In our opinion, given the fact that the economic resources are not fully involved in the economy, development of the natural resources sector is driven by foreign investment, and the state is in control of the state, the chances of the Dutch syndrome are limited.

The dependence of the national economy on the production of a product poses serious risks for the sustainability of economic development. Thus, the social and economic situation in the countries where oil production is dominant depends on the price of oil on the world market. The volatility of oil prices also causes shocks in the national economy. This is due to the fact that the community is facing significant losses and the risks associated with it have a negative impact on economic development.

The mechanism for regulating the development of the non-oil sector in the national economy reflects a set of tools and methods of influencing the investment policy of economic entities, which can be conditionally subdivided into macroeconomic, microeconomic and institutional groups. Thus, in order to achieve the best development of any sector in the national economy, investment in this area should be directed.

The impact of the availability of natural resources in the country was significant in the structure of the national economy. A significant part of Azerbaijan's natural resources is its share of mineral resources, especially hydrocarbon (oil and gas), which are of particular importance in the development of export potential.

In 1996-2006, the oil sector accounted for more than 50% of total capital investment in the country. The bulk of these investments were provided by foreign investment. However, the increase in oil and gas production through the attraction of foreign investment in the oil sector has led to the formation of the necessary resources for financing the national economy. As a result, 55.4% of all investments in the national economy in 2005-2013 were made through domestic investment. As a result of a successful oil strategy, the share of investments in the non-oil sector has increased over the past 10 years, from 25.8 percent in 2003 to 74.3 percent.

In 2013, the country's gross domestic product (GDP) increased 4.4 times compared to 2000, however, this increase was 4.8 times in the oil sector and 3.7 times in the non-oil sector. The average annual

economic growth in the country was 12.9% during the same period, and as a result, GDP per capita increased 2.8 times. The best development of the oil sector took place in 2004-2010. Oil production reached its peak in 2010 and has since started to decline. Thus, in 2000 oil production in the country was 14.0 million tons. tons to 50.8 mln. tons, and in 2013 - $ 43.5 million. tons. Under these conditions, the development of the non-oil sector will be the main source of economic growth in the country. Non-oil GDP increased by 32.0 percent in 2013, while oil GDP declined 13.0 percent compared to 2010. The growth of non-oil GDP during the period was achieved by 8.2% of GDP.

Improvement of the structure of the economy has been defined as one of the main objectives in the development concept of "Azerbaijan 2020: Looking into the Future". According to this concept, modernization of the oil and gas sector and petrochemical industry, diversification and development of non-oil industry, expanding access to alternative and renewable energy sources, agricultural sector development and food security, expansion and development of trade and service activities. Improving the structure of foreign trade and investments are key priorities. Development of infrastructure and related areas in the country, availability of qualified personnel, etc. factors determine the development of the industry. Because industry is only one part of the country's economic system, this area is used for agriculture, production services and so on. closely related to areas. In this regard, the development of the production and service sectors in relation to each other is of great importance in terms of the efficient use of resources and the pace of economic growth.

Another direction for increasing production efficiency in the non-oil sector is the direct subsidization of their activities and the provision of tax incentives. In recent years, tax rates have been significantly reduced in Azerbaijan. Thus, the income tax was reduced from 27% in 2000 to 20% in 2013, and social insurance contributions were reduced from 33% to about 25.66%. At present, Azerbaijan has limited opportunities to stimulate the development of the non-oil sector by reducing tax rates. It is necessary to create an effective incentive mechanism to increase the investment attractiveness of the geographical areas and to ensure production efficiency in these areas. This mechanism should operate until the non-oil sector has the opportunity to operate effectively in the free market. At present, such mechanism is being created in the agricultural sector. Thus, this area is exempt from all taxes, except land tax, provided that seeds, fertilizers and direct financial assistance are provided on favorable terms. At the same time, there is a need to improve the mechanism of state support for the development of the processing industry, especially in the export-oriented industries. In our opinion, it would be advisable for the government to compensate some of the firms' expenditures in these areas for the purpose of increasing the technical and economic level of domestic production through the acquisition of foreign advanced technologies in the processing industry or the acquisition of foreign enterprises.

References

1. Ahmadov M.A. Globalization and the formation of the national economy. Baku, Azernews, 2003.
2. Alekperov A.A. Regulation of financial and budget parameters of social and economic development (Monograph). Baku, "Elm", 2007, 448 p.
3. Salahov S.V. Problems of state regulation of agrarian sector. Baku: Light, 2004, 504 p.
4. Shakaraliyev A. Economic policy of the state: realities and perspectives (monograph). Baku: Economic University, 2009, 415 p.

5. HA Shagas, EA Tumanova. Macroeconomics-2. Moscow: Moscow University University, 2006.
6. Bondarenko O.Yu., Veselov DA Optimal capitalization in resource economics: Preprint WP12 / 2009/06.
7. Polterovich V., Popov V., Tonis A. Economic Politics, Rural Institutions and Mechanisms of "Resource Prediction" // Voprosy Economics, 2007, No. 6, p. 4-27.
8. Porter M., International Competition. Competitive premiums. M.: International Relations, 1993.
9. YV Sharaev. The economic right theory. Moscow Издательский дом ГУ ВШЕ 2006.
10. Auty Richard M. Resource Abundance and Economic Development. World Institute for Economic Development Research. New York: Oxford Press, 1998. p. 839-846
11. Stijns J.T. Natural resource abundance and economic growth revisited. Development and Comparative Systems, 0103001, EconWPA, 2005.
12. Thorvaldur Gylfason. Natural Resources and Economic Growth: What Is The Connection?, CESifo Working Paper Series 530, 2001

The Impact Of Information Technologies On Organizational Structure

Naila Mulkishahzada

naile.mulkusahzade@gmail.com

Abstract

In the new paradigm of the development of the world economy, digital technologies are considered as the main productive resource that determines the growth of social welfare. The use by organizations and, above all, enterprises of the real sector of the economy of modern computer and information systems, is the most significant condition for their effective functioning in the digital economy. The article presents a situational approach to the analysis of the organizational structure of the enterprise. The purpose of this work is a study of the nature of technology, determining their influence on the dynamics of parameters by the organizational structure. The concepts of foreign researchers on the classification of technologies are studied. The essence of influence of the basic characteristics of technologies, such as technological complexity, routine work, the interdependence of departments during the work, on the parameters of organizational design (formalization, centralization, complexity, configuration, coordination and control mechanisms) is determined. The results of the study can be used in the design of the organizational structure of the enterprise and restructuring. Structural relationships have attracted the attention of many scientists. Despite the wide coverage in the modern scientific literature of the theoretical and methodological foundations of the organizational structure, many aspects of this topic continue to be the subject of heated debate.

The objective of this work is to study the nature of technologies, determine their impact on the dynamics of parameters by the organizational structure.

Keywords: organizational structure, restructuring, technology

Introduction

Organizations make strategic decisions in competitive global environments where development

of technologies and technological processes is important to maintaining levels of competitiveness. One of the most important strategic decisions facing management in today's globally competitive environment involves technology development. Greater technological capabilities of firm create an opportunity for firms to acquire technologies and exploit other complementary assets more quickly important to providing firms with the high levels of internal variety needed to fundamentally reshape of traditional business strategy (Sanchez, Morales and Rojas, 2017).

A modern organization is defined as a complex and multi-level system consisting of subsystems that provide solutions to diverse problems. Moreover, the structure of the organization, the state of its subsystems are dependent on the state and type of fragments of the environment with which it interacts. Achieving competitiveness is the strategic goal of any enterprise. It is important for management to know what factors contribute to increasing the level of competitiveness, which allows to develop a mechanism for managing them (Андреева, 2010). Using a situational approach allows to establish the nature of the influence of external and internal factors, specially information tecnologies, on the enterprise, and in particular on the features of its organizational structure.

Methods

In the research work, theoretical research methods have been used and the impact of implementing information technologies in organizations has been noted. Data mainly has been collected from secondary sources and the purpose of the research work is to justify the necessity and inevitability of the execution of information technologies on the organizational structure.

Analysis

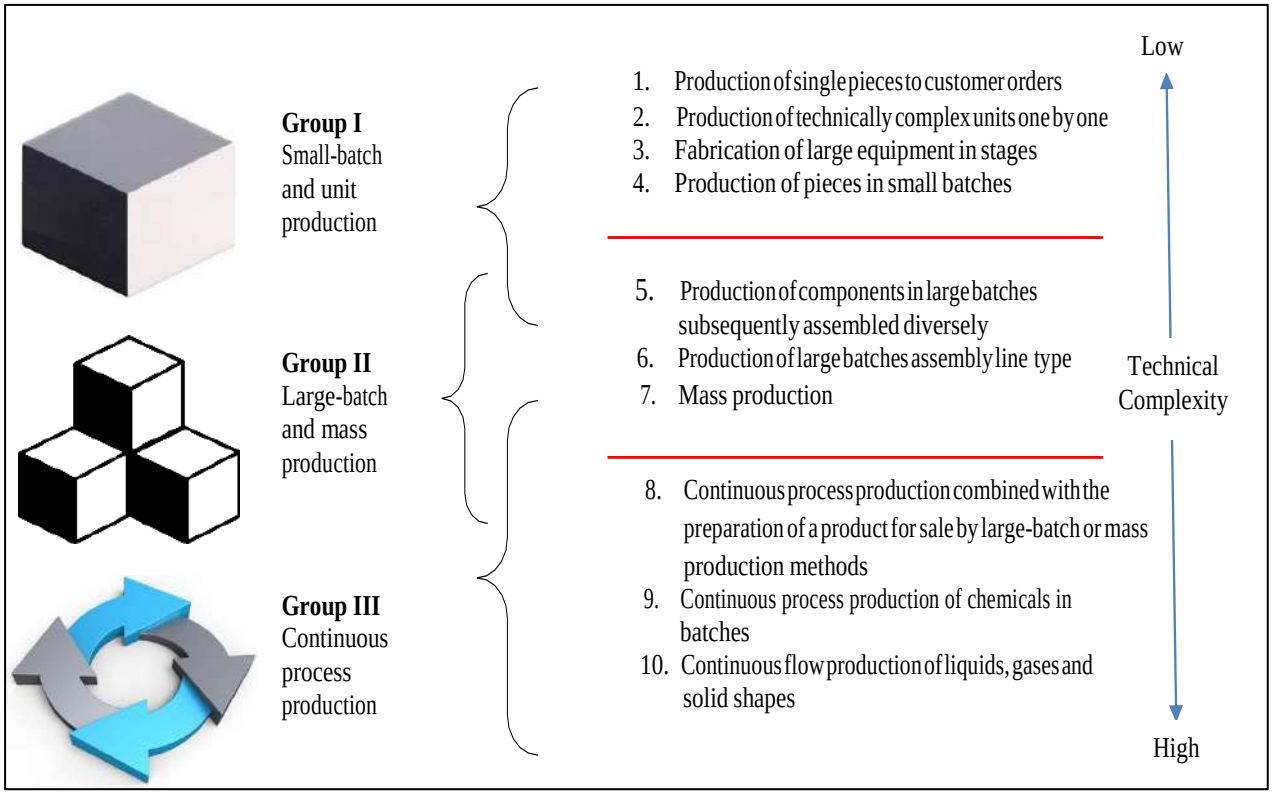
The organizational structure of the enterprise is formed under the influence of a number of situational variables, such as management style, organizational culture, size of organization, variety of activities, professionalism level of employees, environment and factors of national culture, technology, strategy and life cycle of the organization.

The need for analysis and revision of the organizational structure is also justified by the law of conformity of production relations to the nature and level of productive forces. The organizational structure reflects the nature of organizational and economic relations, which are part of industrial relations. And cardinal changes in the level and nature of productive forces require a review of the organizational structure. The technology, reflecting the interaction between the main factors of production, is one of the key situational variables and affects the management of the organization (Попова, 2010).

In terms of the impact of technology on the organization Joanna Woodward identified the main categories of companies as small-batch, large-batch and continuous production based on the type of workflow technology (Daft, 2009). Small-batch or single-unit production requires high skills of employees whose work is not closely interconnected and can be performed independently of other processes. Large-batch, or mass, production requires continuous and interconnected work from employees with equipment, conveyors. The specificity of continuous (process) production is the complexity and interconnectedness of processes.

An analysis of the concept of J. Woodward allows to trace changes in the structural characteristics of the organization depending on the growth of technological complexity: vertical differentiation is growing; the level of control changes in non-linear dynamics, while the largest level of control is characteristic of large-scale production; the ratio of the number of managers to the total number of employees is increasing; the proportion of highly skilled workers is changing in non-linear dynamics, since large-scale production requires less skilled personnel; organizational complexity, the level of formalization and centralization also change in non-linear dynamics, and the highest rates are characteristic for large-batch production.

Figure 1. Woodward's classification of firms according to their systems of production.



Source: Dewis A. and Frederiksen L. (2010), Project-based Innovation: The World after Woodward, p.5. Based on information prepared by author.

In the modern world there have been significant changes in the field of production technology. Used robots, machine tools with software control, that allows enterprises to control the equipment. These technologies are called consumer oriented computer-integrated manufacture (CIM). Previously, only small-batch production allowed to fulfill individual orders of consumers and only in small batches (Daft, 2009).

Compared with the technologies selected by J. Woodward, instrumentation is characterized by a narrower control area, fewer hierarchy levels, adaptive tasks, low specialization, decentralization and a general working environment that can be called organic or self-regulating. Employees require high qualifications, teamwork skills and continuous training.

Taking into consideration mentioned above Charles Perrow identified four types of technology (routine, engineering, craft, non-routine) depending on a combination of two parameters - the degree of variability (variety of tasks) and the structure of the problem (Daft, 2009).

With routine technologies, the number of search situations, innovations and exceptions to the rules is minimized. Such organizations are characterized by high formalization and centralization. High standardization of labor is used and therefore high competence of employees and a wide range of control are not required.

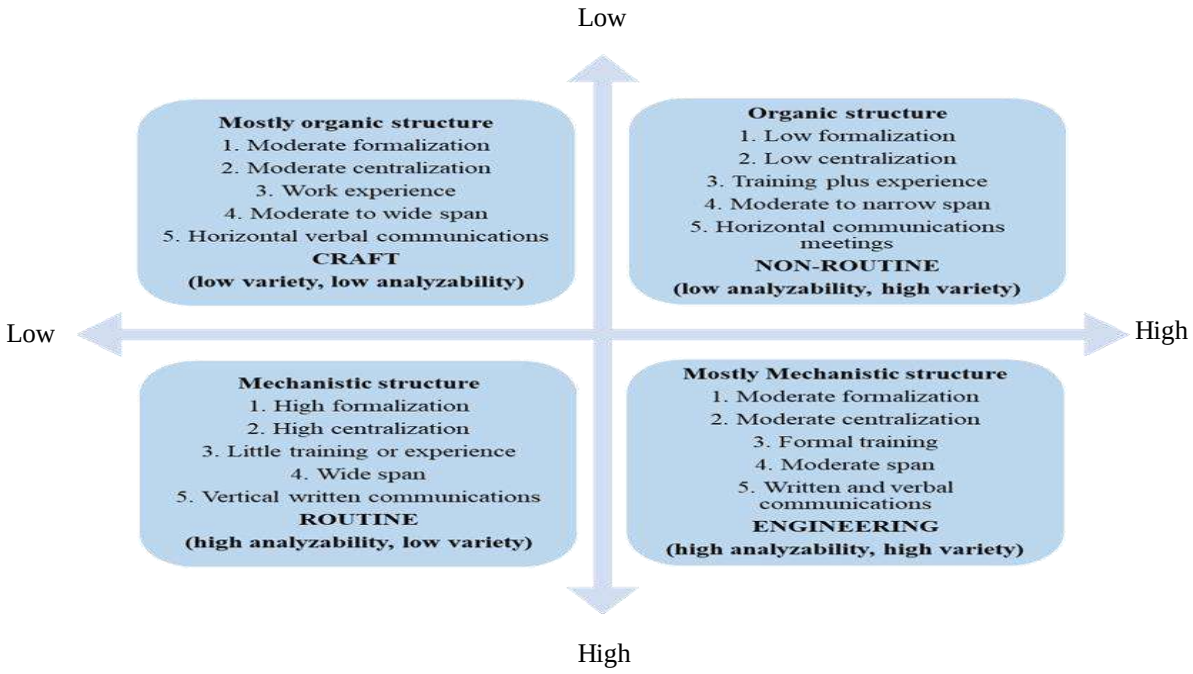
Engineering technologies are characterized by a high degree of calculation of all exceptions to the rules, complex algorithms for actions in changed situations, work programs, complicated technological chains that provide for the possibility of changing jobs and the content of operations. Engineering technology is characterized by moderate formalization and centralization using a mid-range control (Dewis A. and Frederiksen L. 2010).

Craft technology is characterized by a stable course of work, but the tasks are not easily understood, which requires high training and quick reaction from employees. The need for formalization and centralization is low, a moderately wide range of control is used (Burton, 2004).

With non-routine technologies, the need for formalization and centralization is low, the requirements for the competence of employees are high. The control range is relatively narrow.

These aforementioned relationships between technology and structure are demonstrated on the following figure:

Figure 2. Perrow model of technology and structure



Source:http://somanagement.blogspot.com/2011/11/organization-theory-41-perrows-typology.html, (13.12.2019)

The degree of variability (diversity) of tasks and the structure of the problem are interconnected. Technologies can be arranged sequentially on a single scale of "routine / non-routine", combining the parameters of diversity and analysis. Routine technologies require a high level of formalization and centralization, unlike non-routine ones. The coordination mechanism when using routine technologies is the developed rules; with non-routine regular interaction of employees horizontally and vertically.

Based on the interdependence of units James Thompson identified three types of technologies. Intermediary technologies exist in companies that are characterized by the interdependence of associations. Managers should use the rules and technical instructions to bring the activities of units

to a single standard. Due to the uniformity of the units, the need for coordination between them is very small. When using long chain technology, consistent interdependence occurs. Such technologies require coordination between plants or units, daily, but not too intense communications between the links in the chain. Intensive technologies are characterized by the highest level of dependence, namely, equivalent interdependence. When using these technologies, units must work together and clearly coordinate their actions, which requires frequent horizontal communications (Daft, 2009).

And R.Scott has described and measured technologies with the parameters of complexity and variety of tasks, uncertainty or unpredictability and interconnection. As a result of his observations, is noted that the growth of these parameters leads to an increase in the information flow. When designing an organizational structure, this requires either a reduction in the needs of units in information processing, or an increase in the throughput of information systems by encouraging horizontal communications (Burton, 2004).

A review of the work of foreign researchers allows us to highlight the following key characteristics of technologies that have a significant impact on the organizational structure of an industrial enterprise: technological complexity, routine work, the interdependence of departments in performing work. The main parameters characterizing the organizational structure can be the levels of formalization, centralization and complexity, configuration and coordination, control mechanisms.

Formalization characterizes the extent of the use of rules and regulatory mechanisms to control people's behavior, as well as the degree of standardization of work within the organization (Hall, 2009). It should be noted that the level of formalization may differ in a number of divisions of the same company. Technologies may change at the unit level, since the latter do not necessarily belong to the technical core. The use of mass production at the enterprise involves a high level of formalization. Small-scale, continuous, as well as computer-integrated production requires moderate or low formalization. With the growth of technology routine and a decrease in the interdependence of departments in organizations, the need for high formalization increases (Burton, 2004).

Centralization is characterized by the degree of concentration of decision-making at the highest level of the organization. It reflects the formal distribution of rights, duties and responsibilities along the vertical of management, and its level shows the extent to which members of the organization are involved in the development of a managerial decision. The level of centralization is high when using mass production and high routine tasks. The highest centralization is typical for small organizations with routine technologies, since the manager often has all the necessary information and can make decisions independently, without involving employees of lower hierarchical levels (Попова, 2010). However, with an increase in the size of the organization, there is a partial delegation of authority, which leads to moderate centralization.

The complexity of the organization reflects the level of specialization, differentiation of units, hierarchy and territorial location of the organization. More complex organization, more management levels, subdivisions and positions in it at one hierarchical level, as well as branches and subsidiaries, higher degree of differentiation. Determining the nature of the impact of technology on the level of complexity of an organization is not an easy task, as it requires additional analysis of other situational variables. So, it is impossible to study the relationship between technology and the level of complexity, not taking into account the size of the organization, which has a key effect on the degree

of its complexity (Masli, Richardson, Sanchez and Smith, 2008). The level of complexity will be high for a large organization when using routine technologies due to developed horizontal differentiation and non-routine technologies due to vertical differentiation. If a small organization uses routine technology, then the level of complexity will be moderate.

Configuration of the organisation is most often represented by a diagram reflecting the composition and interconnection of structural units. Each organization is characterized by its organizational configuration. From the whole variety, the main types can be distinguished: linear, functional, divisional, matrix, virtual configurations. The configuration is also influenced by technology. The increase in the level of automation of production processes of the enterprise leads to a decrease in the number of unskilled workers and an increase in the importance of auxiliary specialists. Automation reduces linear authority, increasing the importance of functional professionals (Kroenke, 2012). The growth of technological complexity is often accompanied by an increase in the size of the organization. So, as companies grow, many companies go from a linear structure to a functional, then divisional, design, matrix, and possibly network.

When using routine technologies, the most effective functional configuration is through the use of high specialization. Given the high interdependence of the departments, divisional and virtual structures cannot be used when performing work. The functional structure will also not provide a high level of horizontal communications between units (Kroenke, 2012).

Coordination of interaction and control of employees are the parameters of organizational design. G. Mintzberg identified the following coordination mechanisms (Mintzberg, 2009):

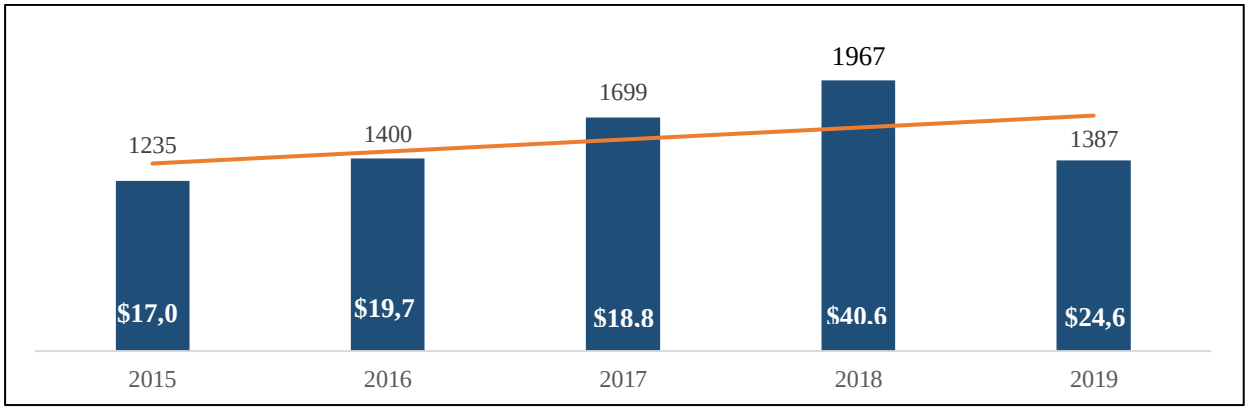
- mutual regulation;
- direct control;
- standardization of processes;
- outputs;
- skills or norms.

After identifying areas where IT can complement and support the organization, two main types of systems were identified by Mintzberg; IT systems that provide communication (vertically and horizontally) between organizational units and systems that control processes; either completely (through automation) or partially (through workflow management). Therefore, this four-fold taxonomy of IT systems is offered based on the function they perform:

1. Horizontal communication. This applies to communication between colleagues, for example, in a project team using a collaboration system. Bidirectional communication is a hallmark.
2. Vertical communication. This includes both the upstream data flow, which generates decision support for senior and middle managers (information aggregation), and the downward data flow, which directs the work of subordinates (distribution of orders). Unidirectional (in any case) communication is a hallmark.
3. Workflow. This is a class of systems that standardize working behavior, forcing the user to perform actions in a specific order or using a specific procedure. This is a semi-automatic form of manual labor, where the actual work is still performed by man, but the process is coordinated by the machine.

4. Automation. This represents a further step compared to the workflow. Work is now fully automatic, performed by the machine. The human operator performs only supervisory tasks (Gustafsson, Franke, Johnson and Lillieskold, 2009). Last years in automation process the role of artificial intelligence increases. Especially in banking sector AI technologies (fintech) are used actively. Global fintech funding of 2019 topped $24.6B through third quarter of 2019 and surpassed total number of 2017.

Figure 3. Annual global VC-backed fintech deals and financing, 2015 – Q3'2019



Source: http://ibdi.io/wp-content/uploads/2019/11/CB-Insights_Fintech-Report-Q3-2019.pdf, (13.12.2019)

Conclusion

As the technological complexity grows, the organization gradually moves from the mechanism of mutual regulation that is preferred at the initial stage to direct supervision, then to standardization of the process, outputs, skills or norms. And in the end, there is a return to mutual regulation. In the case of high interdependence of departments during work, the most optimal mechanism is probably mutual regulation, which will ensure a high level of the joint work coordination of a number of units. Standardization mechanisms can be used with high routine work. When using non-routine technologies, coordination is achieved in a simple process of informal communication through mutual regulation.

It seems that the business values of IT can be derived through analysis of the impact IT has on organizational structure. In this regard, communication systems (vertical and horizontal), work flow systems and automation systems are differentiated. Furthermore, the framework identifies those organizational variables that are affected by IT, while themselves affecting business values.

Managing change in IT provisioning is a continual effort if its alignment with the mission and goals or an organization are to be achieved. With "cloud technologies" and other new innovative technologies availability spanning many facets of IT and the pressures witnessed by IT departments to deliver, the need for skills and competencies in new areas is essential. The relevance of this tool to the specific requirements of the sector is touched upon as are alternative sourcing options; commercial and within-sector. Tomorrow's IT structure is likely to be shaped around even greater demands to streamline existing services and the establishment of well-defined core skills, as well as providing partnership arrangements to deliver essential, but not core, facilities and services.

Based on the foregoing, it can be concluded that technologies have a significant impact on the organizational structure and its main characteristics: configuration, complexity, level of formalization and centralization, coordination and control mechanisms. This requires managers to analyze the technologies used and planned for implementation in order to design an organizational structure that ensures the effective functioning and development of the enterprise.

References

1. Burton R.M. and Borge O., (2004), "Strategic organizational diagnosis and design: the dynamics of fit", 245 p.
2. Dewis A. and Frederiksen L., (2010), "Project-based Innovation: The World after Woodward", 29 p.
3. Gustafsson P., Franke U., Johnson P. and Lilliesköld J., (2009), "Identifying IT impacts on organizational structure and business value", Royal Institute of Technology, Industrial Information and Control Systems, 14 p.
4. Hall R., (2009), "Organizations. Structures, processes and outcomes", Routledge, 261 p.
5. Kroenke D. and Boyle R., (2012), "Using MIS", Pearson, 170 p.
6. Mintzberg G., (2009). "Management: nature and structure of organizations", London, 242 p.
7. Richardson M.A., Sanchez J.V., Smith J.M. and Rodney E., (2008), "Information Technology Investments, CEO Compensation and Market Valuation", University of Arkansas, 41 p.
8. Sanchez E.G., Morales J.G. and Rojas R.M., (2017). "Influence of Technological Assets on Organizational Performance through Absorptive Capacity, Organizational Innovation and Internal Labor Flexibility", MDPI-sustainability, 25 p.
9. Андреева Т.А., (2010), "Оценка и прогнозирование конкурентоспо- собности предприятия", Саратов, 128 p.
10. Дафт Р. (2009). "Теория и практика организации для психологов и экономистов. Управлять организацией правильно. Как?", South-Western, 670 p.
11. Попова Л.Ф., (2010), "Закономерности развития организационных структур", УДК 658, pp.99-102.
12. http://www.ibdi.io/wp-content/uploads/2019/11/CB-Insights_Fintech-Report-Q3-2019.pdf, (13.12.2019)

The Role Of Transnational Corporations In A Globalized Economy And Competition

Fatali Muradov

mfatali@inbox.ru

Abstract

This research is focused on the impact of Transnational Corporations on development of economic competitiveness. The main aim of this research is to identify and evaluate the impact of Transnational Corporations in development of global economy and competition. For this purpose it is required to understand definition, features and peculiarities of Transnational Corporations. Globalization also has been considered for its significant role on international trade. Enhancement of transnationalism and its relationship with globalization will be used to express increasing importance of Transnational Corporations.
Even though Transnational Corporations have enough long history, their necessity has increased in the last decades. The main reason is that improvement in technology and changing conditions of world economy.
Both quantitative and qualitative methods will be used to explain the interrelationship between global economy and activities of Transnational Corporations. Statistical data, publication and research findings will be used as source of paper.

Foreign Direct Investment is one of the most profitable ways of activities of Transnational Corporations. Most of Transnational Corporations realize their business by exporting Foreign Direct Investment to other countries. It enables them to expand their business further. Regulations implemented by home countries to the inflows of Foreign Direct Investment will be used as quantitative data for determining effectiveness of operations of Transnational Corporations. Although, Foreign Direct Investment does not let us analyze all aspects comprehensively, it is only quantitative method to measure effects of Transnational Corporations.

Key words:Transnational Corporations, Globalization, Foreign Direct Investment

Introduction

The role of transnational corporations in the development of global economy

Transnationalism-people belonging to or having ties with more than one society over the course of a lifetime-is a prevalent phenomenon.(International Organization for Migration [IOM], 2010).

Transnational Corporations are enterprises, that doing their business in more than one country. The broad definition of Transnational Corporations is that, they are enterprises irrespective of their country of origin and their ownership, including private, public or mixed, comprising entities in two or more countries, regardless of the legal form and fields of activity of these entities, which operate under a system of decision making, permitting coherent policies and a common strategy through one or more decision-making centers, in which the entities are so linked, by ownership or otherwise, that one or more of them may be able to exercise a significant influence over the activities of others and, in particular, to share knowledge, resources and responsibilities with the others. (United Nations Code of Conduct Transnational Corporations [UNCTAD], 1983).

The main objective of this type of companies is to get profit, in spite of its more impacts on both global and national economy. They can adapt economic, political and technological changes more easily than other institutions. The ability of Transnational Corporations to shape and define the global economy is without dispute, as is their ability to influence the regulatory frameworks within which they operate or seek to operate, given that countries have significant variances in laws regulating economic activity. (Westaway, 2012).

Operations of Transnational Corporations include transfer of technology, managerial skills, knowledge, experience and labor force as well. The globalizations process is highly supported by the transnational corporations, which represent the main forces for globalizing the economic life.(Ionescu and Carstea, 2012). Economic and social relations are accelerated by the impact of technological development as it causes better network and communication. As a result of technological developments and liberalization activities at the international level, a global economy based on new systems has emerged in the fields of production,consumption and finance.(Aktan and Vural, 2005).

The demands of present economy caused increasing interest to activities of Transnational Corporations for their benefit to national economy. Expanding range of penetration of Transnational Corporations to more countries, enable them to become more determining factor both on local and global level. The other feature of Transnational Corporations is to make international trade more productive. They engage in transfer capital to different countries and improve their business by using resources of these countries which have high potential for production. The most important effects of TNC acting in global environment are aspects such as transnationalization processes, FDI movement, social and economic responsibility and global risks and limits. (Kordos and Vojtovic, 2016). Transnational Corporations influence not only global markets, also economy of states. However economic, political and social characteristics of home country are considerable factors.

Definition of globalization

Globalization process involves mutual relations and integration of individuals, companies and states, that include international trade, transfer of investment and supported by information technology. This process affects economic, political, environmental, cultural, social development and changes welfare of people. Globalization can be defined in different ways to express multidimensional and comprehensive changes in social relations. One of the definitions about Globalization is the rapid integration of economies worldwide through trade, financial flows, technology spillovers, information networks, and cross-cultural currents. (International Monetary Fund [IMF], 1997).

The most common opinion is that the main features of globalization are to combine companies that have different organizational cultures and management system. Globalization inspires progress in integration of economic, political, cultural and social relations. This is historical and uncontrollable process. Technological innovations and changes make this process more necessary and inevitable. In this situation governments have to permit the management determined by economic and technological innovations and changes. But globalization is not only process, also a political project. It means countries try to get benefit from globalization by means of deliberate actions.

Globalization is process, increases interrelationship and interdependence between individuals, societies and countries. Therefore, policy implemented in any country may have great impact in all world economy.

Research Methods

The main aim of this research is to determine and asses the affects of Transnational Corporations in development of globalized economy and competition. For this purpose it is required to understand features and peculiarities of Transnational Corporations.

Impacts of Transnational Corporations depend on political and industrial characteristics of country, which they operate in and it complicates comprehensive research. That is why the collected data will be compared with each other and the result of this research will be based on deductions. Sources of this paper are statistical data, publication, research findings.

The main aspect of operations of Transnational Corporations is to export Foreign Direct Investment to different countries. It enables them to expand the range of activity. In this research FDI will be used as a measure to assess the influence of Transnational Corporations on home countries.

Analysis Of Research

Positive and negative impacts of transnational corporations on global economy and competition

It is enough looking through investment, trade, production and share of Transnational Corporations to understand their necessity. They play important role in increase of production of home country. Investments of TNCs include not only capital, also technology and managerial skills. These types of investment can cause more national income for country.

Host country may obtain access regional and global markets, by means of its affiliates, that provide Transnational Corporations with product or service. Transnational Corporations decreases unemployment, increase amount of collected taxes and strengthen economy of states. They realize their business in efficient way. We can see the role of Transnational Corporations in the world economy if we look at their foreign assets, sales and impact on employment rate. Preliminary results based on data from the companies' financial reporting; corresponds to the financial year from 1 April 2018 to 31 March 2019. In a number of cases foreign employment data were calculated by applying the share of foreign employment in total employment of the previous year to total employment of 2018. TNI, the Transnationality Index, is calculated as the average of the following three ratios: foreign assets to total assets, foreign sales to total sales and foreign employment to total employment. (Table 1)

Table 1: World's top 10 transnational corporations, ranked by foreign assets, 2018

(millions of dollars and number of employees)

Ranking by:				Assets		Sales		Employment		
Foreign assets		TNI	Corporation	Foreign	Total	Foreign	Total	Foreign	Total	TNI (Per cent)
1		36	Royal Dutch Shell plc	343 713	400 563	281 628	405 978	58 000	82 000	75,3
2		75	Toyota Motor Corporation	300 384	468 872	65 857	272 513	236 480	369 124	50,8
3		15	BP plc	254 533	283 144	243 690	312 293	65 624	73 000	85,9

4		45	Softbank Group Corp	240 305	325 869	44 551	86 573	55 272	74 953	66,3
5		38	Total SA	233 692	256 327	128 675	189 389	68 422	104 460	74,9
6		58	Volkswagen Group	224 191	524 566	226 903	278 255	365 000	656 000	60,0
7		16	British American Tobacco PLC	185 974	187 330	32 415	32 660	37 468	63 877	85,7
8		51	Chevron Corporation	181 006	253 863	75 549	158 767	34 652	48 600	63,4
9		59	Daimler AG	169 115	322 440	168 193	197 454	124 020	298 683	59,7
10		88	Exxon Mobil Corporation	168 053	346 196	85 701	279 332	34 465	71 000	42,6

Source: United Nations Conference on Trade And Development.
https://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx (14.12.2019)

If there are two or more companies on the market of country, which have equal economic opportunities, it can bring substantial benefit to this country. Development of competition enables companies affect activities of each other and customers have more choices for consumption.

Effects of Transnational Corporations can be contradictory. It is related to oligopolistic nature of Transnational Corporations. They try to keep their position and it intensifies dependence of poor countries on developed countries. Maneuvers of Transnational Corporations in global economy don't let state pursue its economic policy. This case meets only interest of foreign investors.

Operations of Transnational Corporations may have negative impact on less developed countries, because of increasing social inequality. There is disparity between consumption rates of people, according to their income level. Therefore effect of presence and activities of Transnational Corporations can be changed, related to development level of home country.

There is interdependence between activities of Transnational Corporation and policy of state. That is why, rules have been accepted to support interests of both government and owners of TNCs. Purpose of the law is to create guidelines, which enforce TNCs increase their investment in countries, where they operate. The main duty of Transnational Corporations is respect the law, policy and sovereignty of home country. Obligations of government are facilitation of fund transfer and fair attitude to TNCs.

Features of foreign direct investment and their impact on developed and developing countries as activity of transnational corporations.

There are different ways of international investment. They involves:
-establishment of new company or its affiliate in another country;

-acquiring of foreign companies or combining with them;

-joint ventures, obtaining shares from market of other countries;

-granting credit to foreign traders.

Foreign Direct Investment and portfolio investment are similar, but there are significant differences between them. FDI doesn't include only financial investment and resource controlling as portfolio investment. It is also, transfer of organizational cultures, values, management system, experience, capital and technology. Expansion transfer of Foreign Direct Investment enables Transnational Corporations to become dominant force of international trade. In addition to that, FDI can be used to measure performance of affiliates and extent of integration for Transnational Corporations.

It is required different types of data to understand impacts of Foreign Direct Investment on micro and macro level. Impacts of FDI can be changed for different sectors and industries related to policy of states and economic or politic process.

Analysis of recent investment policies related to national security

Transnational Corporations have both direct and indirect impacts on global economy and competition. The indirect impact of TNCs is production of goods and sales on global market. Direct impact is transfer of Investments to other countries. (Wyrzykowska and Antkiewicz, 2018). Enhancement of FDI flows can be considerable threat for home countries as well. Although Foreign Direct Investments grow economic and competitive power of Transnational Corporations on market and develop their strategy, it may result in exploitation of countries. Respond of states to this threat is taking measure for prevention of impacts of corporate power. It includes amendments of structure and drawing attention of various local companies to country for strengthening competition on domestic market. Despite of all these precautions, it is more difficult to struggle with impacts of Transnational Corporations for less developed countries.

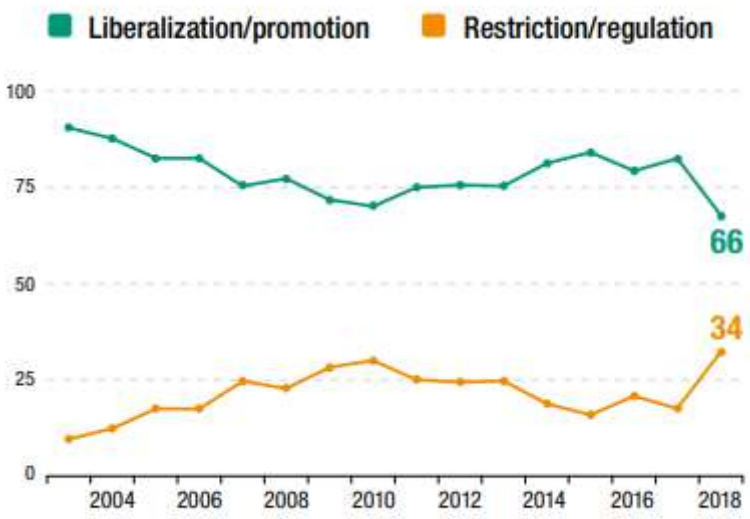
Figure.1 Change in national investment policies,2003-2008 (number of measures)

Item	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Number of countries that introduced changes	59	79	77	70	49	40	46	54	51	57	60	41	49	59	65	55
Number of regulatory changes	**125**	**164**	**144**	**126**	**79**	**68**	**89**	**116**	**86**	**92**	**87**	**74**	**100**	**125**	**144**	**112**
Liberalization/promotion	113	142	118	104	58	51	61	77	62	65	63	52	75	84	98	65
Restriction/regulation[a]	12	20	25	22	19	15	24	33	21	21	21	12	14	22	23	31
Neutral/indeterminate	-	2	1	-	2	2	4	6	3	6	3	10	11	19	23	16

Source: World Investment Report 2019 https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_en.pdf (15.12.2019)

In 2018, 112 amendments were made to the rules administrating or influencing FDI. 65 of these amendments were implemented in order to facilitate and attract FDI flows and revitalize the economy. (figure.1) Liberalization tendencies are more prevalent in comparison to restrictive tendencies. At the same time, the percentage of limitations imposed has expanded since 2017. In recent years, there has been an increase in the number of adjustments made to toughening FDI rules. (figure.2)

Figure.2 Change in national investment policies,2003-2008 (per cent)



Source: World Investment Report 2019 https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_en.pdf (15.12.2019)

Conclusion

Activities of Transnational Corporations influence economy and competition effectively. They affect economic, social and political processes and change course of events. Globalization process, changes in technology and reinforcement of integration enable them to expand their operations further. It can be concluded that attracting foreign direct investment to the country is an important issue. TNCs play an exceptional role in the implementation of foreign direct investment. Therefore major FDI criterias set must be considered: (Sullivan, Rogers, and Shkolnikov, 2004)

-Local Market Characteristics

-Market Access

-Labor Force

-Currency Risk

-Capital Repatriation

-Protection of Real and Intellectual Property Rights

-Trade Policies

-Government Regulation

-Tax Rates and Incentives

-Political Stability

-Macroeconomic Policy Framework

-Infrastructure/Support Services

All these factors make important to explore activities of Transnational Corporations and try to find new effective ways of trade. Since it is not possible to model the process of transnationalism, it is very difficult to determine the optimal criteria. At best, any model is a product of purely theoretical abstraction and will not adequately reflect reality. Nevertheless, the use of one or another combination of integrative factors in the economic development model of a country opens up great opportunities for its future development.

References

1. Alexandra Ionescu and Vlad Carstea (2012),"The Transnational Companies' Impact on Developing Economies During the Globalization Process", Romanian Economic and Business Review-Special issue, p 71-78
2. Coşkun Can Aktan ve İstiklal Vural (2005), Çokuluslu Şirketler ve Ekonomik Kalkınma, Sivil Toplum Dergisi, p 55-76
3. Draft United Nations Code of Conduct Transnational Corporations (1983), Preamble and Objectives, Definitions and Scope of application, 20 p
4. IOM International Organization for Migration (2010), "International Dialogue on Migration", Intersessional Workshop on Migration and Transnationalism: Opportunities and Challenges, 6 p
5. International Monetary Fund (1997), Annual Report 284 p
6. Jennifer Westaway (2012), "Globalization, Transnational Corporations and Human Rights", A New Paradigm, International Law Research, Vol. 1, No 1, p 63-72
7. Marcel Kordos and Sergej Vojtovic (2016), "Transnational Corporations in the global world economic environment", Procedia-Social and Behavioral Sciences 230, p150-158
8. Monika Wyrzkowska-Antkiewicz, Slawomir Antkiewicz (2018), "The Changing role of Transnational Corporations in FDI and International Trend", International Journal of Emerging and Transition Economies, Volume.7, p 31-40
9. United Nations Conference on Trade and Development , World Investment Report (2019), UNCTAD, 221 p
10. John D. Sullivan, Jean Rogers, Aleksandr Shkolnikov (2004), "Foreign Direct Investment", Center of International Private Enterprise (CIPE), The Prosperity Papers, No. 0402, 23 p
11. https://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx

Management of Large Companies Using Information Technologies

Elmira Sadigova

sadigova_elmira@mail.ru

Abstract

Information technology has the most advanced methodology which not only enables the user or organization to work reliably but also reduces the cost of productivity and provides the most sincere aspect of professional businesses and it give rise to the business to compete the market of business. The article substantiates that increasing the functioning efficiency of large enterprises depends not only on the professionalism of the highest level of management, but also on the abilities of lower-level managers and the introduction of information technologies at all levels of enterprise management, especially large ones; the need for wider use of the achievements of modern information technologies to increase the efficiency of managing large companies, which allows to raise the quality of strategic decisions and management of current activities of firms to a new level. The purpose of the research is to determine the importance of information technologies and to review the impact of application of IT in the management of large companies. In the research, secondary sources were used to apply the selected research methods. These sources include the reports, business websites, and research articles. It is shown that the functioning of the control system in real time with the support of information and communication systems allows an enterprise of any profile and with any production volumes to take advantage of such factors (efficient processing of initial information for subsequent management decisions, etc.) that are difficult to implement with traditional approaches to business.

Keywords: internal planning, corporate information system, software product, integration

Introduction

In modern market relations, the planning of economic activity of enterprises and firms is an important prerequisite for efficient production and entrepreneurship, distribution and consumption of resources and goods. Over the past few years, a significant part of the discussions in the economic community regarding the development of in-house planning has been taking place in the light of the practical application of modern information technologies. The problems of building an effective system of internal company planning has grown into a separate branch of science and has become the reason for the development of an entire industry of high technologies.

The market of information systems for business today offers a diverse selection of software solutions designed to help enterprises organize management accounting, ensure effective planning and management of production and sales, and effectively interact with customers and suppliers. Given the current market abundance, the demand for analytical systems of strategic planning currently does not exceed 2% of the total turnover of the information technology market. The current situation is explained by the fact that the majority of managers, having passed the stage of understanding the need to implement a corporate information system at their enterprises, settled on solving a number of issues that currently hinder the large-scale computer automation of internal planning and management (https://blog.iteam.ru/sistemy-strategicheskogo-upravleniya-dlya-biznesa-segodnya-i-zavtra/ , 05.12.2019).

Methods

The country's transition in the early 90s to market relations was marked by the creation of vertically

integrated companies, which became the main objects of the introduction of modern management technologies. Considering global trends in the development of the economy, as well as studying the methods and techniques of managing modern companies in the West, many questions arose. They are closely related to the possibility and necessity of using foreign experience in the context of Azerbaijani reality.

The subject of the research is managerial relations arising in the process of functioning of large companies using information technology.

A large number of works of foreign scientists have been devoted to problems of increasing the effectiveness of corporate governance based on information technology and the methods of formation and development of information systems. A significant contribution to the development of theoretical and methodological approaches to corporate governance and the assessment of economic efficiency of economic activity was made by the work: Brynjolfsson E., McAfee A., Niemann F., Bourgeois D., Nikoloski K., Babina S., Miroshnichenko M. and others.

The theoretical and methodological basis of the research was the fundamental principles of the theory of information and innovation management to the laws of the process of formation and development of information management systems, international standards and models for the formation and development of the life cycle of an information management system. The basis for solving specific methodological problems is the use of general scientific methods, including structural system analysis.

Analysis

The importance of management information systems for improving enterprise planning

Despite the fact that in the recent past people did not have a clue what information technologies are, today they have firmly entered our life and entrenched in it. It is impossible to imagine modern world without IT they are implemented in all areas of human life.

The World Bank's 2016 World Development Report, Digital Technologies, outlines three mechanisms for impacting companies, people, and government on integration, competition, and innovation. In the case of companies, this is manifested in the expansion of trade, as country barriers are being destroyed and all companies, regardless of their size, gain access to the global trade market. Using the Internet and digital technologies reduces the time to search for quality information, reduces transaction costs to almost zero, which significantly increases labour productivity and capital efficiency.

As a result of the work being done for information and communication technologies development in the Republic of Azerbaijan, it is important to accelerate the country's integration into the global electronic space, to create new forms of social and economic activity, to create information and knowledge markets, to increase efficiency in various sectors of the economy. During the period 2003-2013, the government has been focused on the ICT sector with a great deal of attention and care, purposeful, comprehensive and consistent activities. It is clear that many international reports, including the World Economic Forum's report on the Global Information Technology Report, have begun to take into account ICT outcomes in the Republic of Azerbaijan, and in the 2013 report on “Government Success in ICT Support” and “Government Perspectives. According to the index of

importance to ICT", our country is in the top ten in the world. In total, this report ranked 56th out of 144 countries in the Network Readiness Index and was in the leaders' group among the CIS countries (https://president.az/articles/11312, 04.12.2019).

Today, businesses rely so much on information technologies. The development of human society requires material, instrumental, energy and other resources, including information. In the conditions of fierce competition, each company aims to find both external and internal reserves in order to increase the efficiency of its activities, minimize costs and at the same time be a sought-after partner in its business economic environment. The largest increase in the volume of information is observed in industry, trade, financial and banking, marketing and various services. Information is one of the main, decisive factors that determines the development of technology and resources in general. Especially, the role of information technologies in the operation and management of large companies is indispensable. It fosters innovation in business. Innovation results in improved data storage, smarter apps, wider information distribution and faster processing (Şahin, 2014).

In the new paradigm of the development of the world economy, information technology is considered as the main productive resource that determines the growth of social welfare. Information technologies are developing rapidly, penetrating into all new spheres of human activity. The use of digital technologies can raise the state economy to a new level and, accordingly, significantly affect the standard of living of its population (Бабина, 2019).

One of the main elements in the management system of a modern enterprise is information that is first generated, accumulated and converted using a variety of hardware and software. Obviously, with the development of scientific and technological progress, the global market for information technology tools (computing, peripheral, special and communication equipment, as well as software, information and service tools) is rapidly expanding and differentiating, which means that options for possible solutions in the field of technological environment formation are multiplying areas of information processing (National Academy of Sciences, 2017).

There are subsystems to support the ordinary employee in the information technologies, business executing the standard tasks from the top managers whose job is to make strategic decisions. Each subsystem constitutes information technologies. The systems used in enterprises: executive support systems, management information systems, decision support systems, office automation systems, intranet uses, auxiliary systems are (Şahin, 2014).

Executive support systems are the systems that are developed in order to provide the opportunity for analysis for this level in the development of modelling and development plans developed for the top managers.

Management Information Systems are the systems that enable the management of the information to be used in the decision-making process in the most accurate manner with minimal cost in a given period.

Decision Support Systems is an important system for decision makers and managers. The best feature of these systems is that there is no need for programmers. It allows planning of the relationship with the future and supports the whole decision-making process.

Office Automation Systems are computerized systems in order to automate the routine work done in the office working environment. These are the systems used to control other processes such as order, stock, operational etc. and to make routine decisions.

Intranet Application, is a system that provides use of services such as e-mail, web server, which restricts access to the internet, but which are based on the communication protocols of the internet, allow the use of a defined group, inter-group, interpersonal and of course inter-resource access to meet information needs (http://devrimgorucu.blogspot.com/2010/12/bilgi-teknolojileri-kullanmnn-isletme.html, 10.12.2019).

The formation of large enterprises and corporate structures (associations, holdings, industrial and financial groups) requires a complete restructuring of their management systems. In addition, at the present stage, the technology of managerial processes requires a change: the procedures for collecting, processing, accounting and analysing information, methods and techniques for making decisions. At the same time, it is necessary to use new technical means and information technologies in control systems to increase management efficiency.

The integrated management system (IMS) is an integrated mechanism for managing a large enterprise (corporate company), which has an important place among modern methods of internal management in foreign and domestic practice of enterprises. An integrated management system is an information model, a subset of a business model that includes all information flows in an enterprise, processing rules, and routing algorithms for all elements of the information field (Латыпов, 2014).

Main components of the IMS are:

- organizational unit - an appropriate structure of enterprise management (the number and resources of management services, functions and rules of coordination, coordination and control of activities) to ensure production and financial activities;
- analytical unit (system of formalized processing of credentials for the purpose of making management decisions);
- the accounting unit is a document management system for information support of management decisions (includes management and financial accounting at the enterprise);
- the software and hardware unit is a software product that supports organizational, analytical and accounting units.

The implementation of the software and hardware unit in the IMS allows you to:

- to make a prompt and reliable assessment of the state of the enterprise (company);
- provide centralized financial resource management;
- end-to-end control of material flows;
- cost control at all stages of the production cycle, from the receipt of the main raw materials and auxiliary materials to the warehouse to the release of finished products (Латыпов, 2014).

Today, the effective operation of enterprises, especially manufacturing and trading, is impossible without ERP (Enterprise Resource Planning). ERP is a software package which is used to manage the

enterprise: control of its operational activities, financial reporting, the work of the HR service, logistics and more. ERP helps automate and speed up business processes, makes them transparent, and facilitates analytics (https://itglobal.com/ru-ru/company/blog/cloud-erp-systems/, 12.12.2019).

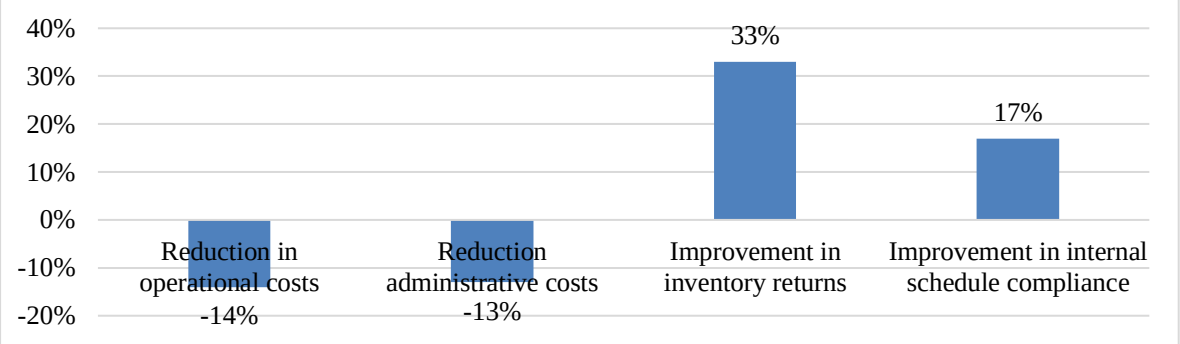
Typically, ERP systems consist of various modules that meet the needs of organizations in process automation. Each of the modules is focused on a specific area of activity or business process. According to the composition of the modules used, the structure of the ERP system can be divided into two components: basic elements and advanced elements.

The basic elements include all the functions of the system that carry out production management: enlarged and detailed capacity planning, development of a basic production plan, planning of material requirements, processing of product specifications, routing of production, procurement and inventory management (Bourgeois, 2014).

Advanced components include all the features that make production work. As a rule, these elements are implemented as separate modules. These components include Financial Management, Human Resource Management, Supply Chain Management, Customer Relationship Management, Business Intelligence, and Inventory Management System (https://erpnews.com/6-main-erp-components, 12.12.2019).

ERP systems provide a lot of benefits to enterprises. Its implementation reduces administrative costs by 13 percent while reducing operational cost by 14 percent and certain improvements in other areas.

Figure 1: Benefits of ERP for businesses

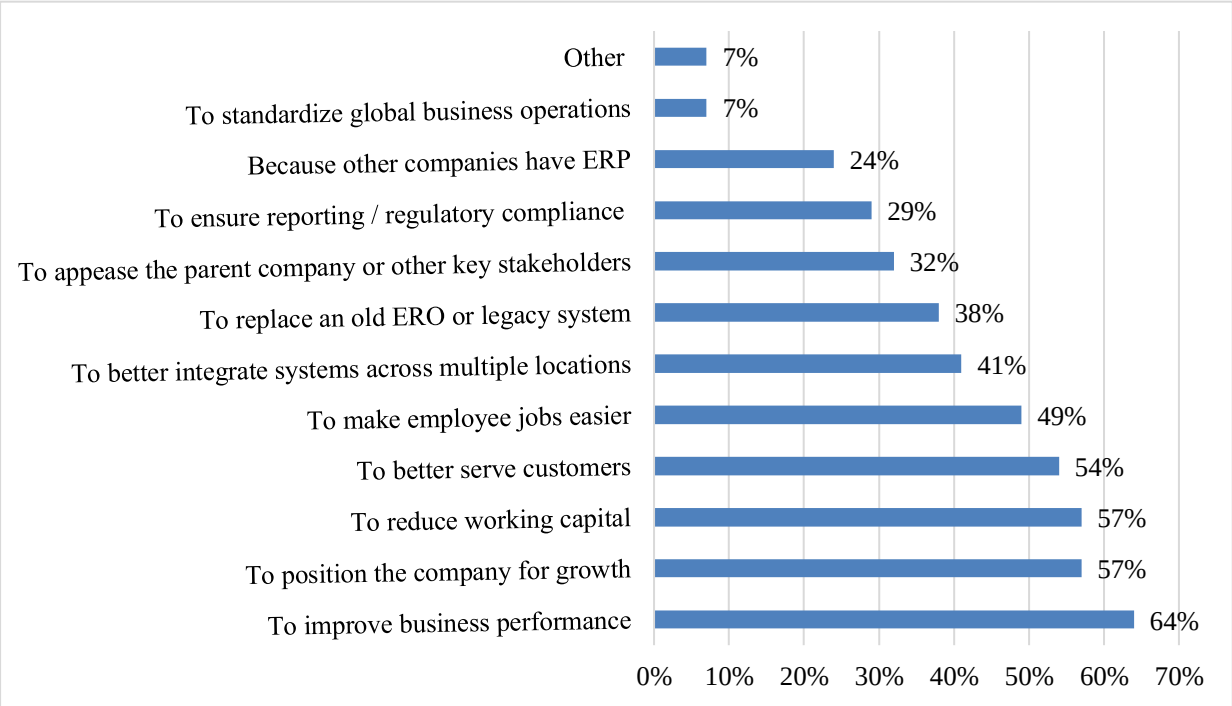


Source : https://www.business.com/images/content/58a/d9f882f87b1207f720e8a/0-0-/, (17.12.2019)

List of ERP software packages contain about 115 types of software. The most prestigious and widely used ERP systems are SAP ERP, Oracle E-Business Suite, Microsoft Dynamics AX and Microsoft Dynamics NAV, 1C, Epicor ERP 10 etc.

ERP is a significant investment even for any company. There are many reasons why businesses implement an ERP. Some of these top reasons are to prepare the business for expansion, to simplify the work of employees, for better customer service, and to enhance business performance (Bourgeois, 2014).

Figure 2: The top reasons for implementing an ERP system



Source: Panorama Consulting Solutions (2018), "2018 ERP report a Panorama Consulting Solutions research report", p. 12

Azerbaijani market of information systems for strategic management and planning

We describe the evolution of the views of managers on the process of automation of planning and enterprise management.

Until 1992. All management operations for planning, accounting and control are carried out by personnel of enterprises manually. One of the first management tasks is inventory planning. To track the movement of stocks, warehouse accounting cards are used, which indicate the receipt of materials at the warehouse, their release from the warehouse and the balance.

1992 - 1996. Most senior executives of Azerbaijani organizations are aware of the industrial need for computer software and are making quite large investments in the purchase of personal electronic computers. Documents become uniform, as they are executed in the appropriate programs and printed on printers - only the visibility of the work changes, without any increase in the efficiency of business processes.

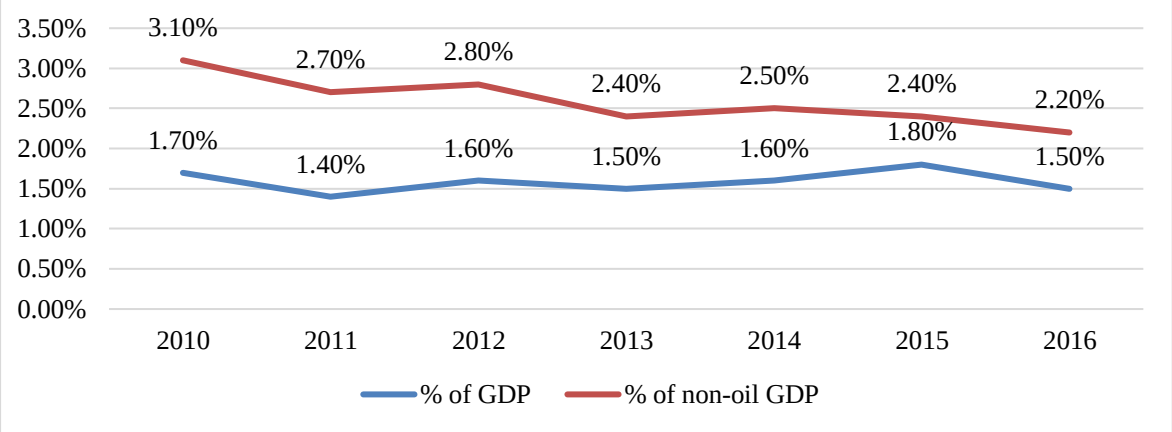
1996 - 2001. The main method of using computers is servicing business processes (workflow), where individual operations are performed at different workplaces. There is a need to integrate computers into a single network simultaneously with the modernization of existing computer equipment. At the same time, no significant improvements from a managerial point of view are happening. The staff joins the capabilities of Internet resources, memos and reports are sent in electronic form, however, all organizational problems continue to negatively affect the pace of development of the enterprise and the overall business performance.

2001 - 2009. The time of the active interest of top managers of Azerbaijani enterprises in corporate information systems. Software products of domestic and foreign developers appear on the Azerbaijani market. Domestic developers are attracted by the low price and proximity (territorial and linguistic) of the developer, and foreign ones by their high reputation as a supplier, extensive implementation experience, huge functionality.

After 2010. On the Azerbaijani market of information technologies, proposals for the supply of a comprehensive software product that includes both management technologies and information tools to support them appear.

Value added of the ICT sector, which includes broadcasting, publishing, telecommunication, and computer and information services, made up 2.2% of GDP in Azerbaijan.

Figure 3: Information and Communication Technology Sector in Azerbaijan (% of gross domestic product)



Source: Yoon S. (2019), ADB Country Diagnostics, Azerbaijan: Country Digital Development Overview, p. 4

Software products are aimed at solving the problems of financial and economic analysis and business planning, which are a subset of the tasks of strategic management. They are most in demand at the modern level of management development and therefore have been developing dynamically over the past decade (Yoon, 2019).

Another group of analytical software products that appeared on the Azerbaijani market much later than financial and analytical programs, and developing over the past 5 years, is intended to solve strategic marketing problems. Taking into account that for strategic decisions the significance of the analysis of internal and external factors is approximately 1: 9, it should be noted that such tools are most in demand in the process of strategic planning and management.

For each enterprise, the main stage in the formation of an integrated corporate information system for planning and management is the choice of a set of software products that are part of it. These software solutions should not only be suitable for their individual technical capabilities for a particular organization, but also work effectively in the system, in conjunction with other analytical programs. An integrated corporate information system will be effective provided:

- ✓ a single management environment, taking into account integration across management levels, which includes support for rational planning and control of the services and departments of the enterprise, as well as personnel;
- ✓ a unified technological and information environment based on the typing of documents, operations and processes, ensuring a uniform document flow;
- ✓ opportunities for adaptable development of the enterprise, displaying the real dynamics of managing the production, economic and financial spheres of the organization's activities.

SINAM is one of the largest companies providing IT services in Azerbaijan. It has own Enterprise Resource Planning and Management System which is SINAM ERP. This system provides the management of human resources, establishment of accounting on the basis of national and international standards. The system was also integrated with Oracle BI for the generation of different analytical reports for decision making of budgetary institutions (http://azinnex.com/en/products/detail/19, 20.12.2019).

Results

For the leaders of Azerbaijani medium and large business firms, the relevant issue related to the implementation of an integrated corporate information system for planning and management at their enterprises is the assessment of factors that contribute to and hinder the successful implementation, as well as risk analysis.

Analysing the information presented in the article, we note that the most important factor, without which one should not actually start the project of complex automation of planning and management processes at the enterprise, is the factor of project support from the top management of the organization.

As a risk analysis, we present the most significant:

1. The moral unwillingness of the organization to implement.

2. Violation of terms.

3. Budget overruns.

4. Lack of resources.

References

1. Bourgeois D.T. (2014), Information Systems for Business and Beyond, New York, Saylor Academy, 163 p.
2. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine (2017), Information Technology and the U.S. Workforce: Where are we and where do we go from here, Washington, DC, The National Academies Press, 198 p.
3. Panorama Consulting Solutions (2018), “2018 ERP report a Panorama Consulting Solutions research report”, 39 p.
4. Şahin Ş. (2014), Bilişim Sistemleri Uygulamalarının İşletme Performansına Etkileri, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, №6, p.43-56
5. Yoon S. (2019), ADB Country Diagnostics, Azerbaijan: Country Digital Development Overview, 27 p.
6. Бабина С.И. (2019), Цифровые и информационные технологии в управлении предприятием: реальность

и взгляд в будущее, Креативная Экономика, №4, p.723-741
7. Латыпов Д.В. (2014), Информационные Технологии В Управлении Предприятиями На Современном Этапе, Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал), № 1026, p. 286-293
8. http://azinnex.com/en/products/detail/19, (20.12.2019)
9. http://devrimgorucu.blogspot.com/2010/12/bilgi-teknolojileri-kullanmnn-isletme.html, (10.12.2019)
10. https://blog.iteam.ru/sistemy-strategicheskogo-upravleniya-dlya-biznesa-segodnya-i-zavtra/, (05.12.2019)
11. https://erpnews.com/6-main-erp-components, (12.12.2019)
12. https://itglobal.com/ru-ru/company/blog/cloud-erp-systems/, (12.12.2019)
13. https://president.az/articles/11312, (04.12.2019)
14. https://www.business.com/images/content/58a/d9f882f87b1207f720e8a/0-0-/, (17.12.2019)

Evaluation of Mega Sport Events Beyond the Borders of Just Sport Event: Azerbaijani Case Study in Terms of Economic and Political Implications

Bahruz Huseynzade

bahruz.huseynzade@gmail.com

Abstract

The paper analyses hosting mega-events beyond the borders of just sport events. The paper clearly defines the terminology of mega-mega events. It is imperative for hosting country to understand true cost-benefit analysis of hosting international mega-event. For that reason, the paper describes the importance of the impact of mega-events on host countries and the current international methodologies that used to evaluate or monetize the impact of such mega-events. The paper also outlines hot debate topic among almost all scholars as to whether it is worth to host mega-events or not, by explaining arguments for and arguments against hosting mega-events by introducing winner's curse in hosting mega-events. Furthermore, the paper explores how hosting mega-events by developing and developed countries differ from each other from economic impact perspective. In the second part of the paper, the author describes economic and political implications of mega-events on Azerbaijan. Paper argues that, it could be useful for Azerbaijan to continue to host comparable small-scale mega-events as they require relatively small-sized investments on infrastructure which Azerbaijan already established during last years though hosting numbers of mega-events. Also, it is advisable for Azerbaijan to invest more on general infrastructure than specialized infrastructure. It will boost long-term impact of mega-events and increase total economic impact.

Keywords: sport, mega-event, Economic Impact Study, Azerbaijan economy.

A Conceptual Definition Of Mega-sport Events

Sport is huge industry with its health and social aspects. Sport is good for health, it is pleasurable and amusing. But it is not enough to massively spread around the world. Sport can also widely accepted as social mediocre and the mass communication tool. For that reason, sport became an interesting to the parties besides from sportsmen and clubs.

It is not surprising that nowadays, countries acknowledge the sports events social a ideological, social, political and ideological instrument as well as huge investment. In addition to this, they are aspiring for various national and international sports events in or-der to obtain financial income and to revive the tourism by promoting their countries (Yildiz, 2010:7). Nowadays, sport events can be a fueling factor for economic and urban development.

There are different definitions of mega-events in different literatures. For example, Richie and Brent (1984) describe such events as "major one-time or recurring events of limited duration, developed primarily to enhance awareness, appeal and profitability of a tourism destination".

The Aim and Approaches Used In Economic Impact Assessment

Bidder countries consider mega-events as a investment. Governments spend hundred million of dollars investment to host a mega-event by assuming to get even more return on investment. Government consider the amount spend for hosting mega-events as investment, not expenditure. As they spend huge amount of money, it is very crucial for governments to understand true impact or return on the money invested to host mega-events. The major approach considered to evaluate Economic Impact is Input-Output approach. Input-Output approach divided into direct, indirect and long-term impacts.

Direct impact

The direct impact is the change in sales in the industries directly providing goods and services to the event guests and participants (e.g., hotels, restaurants, transportation, etc.). The calculation of the direct impact was based on the behaviour of key stakeholder groups: spectators, participants, and event organizers. These individuals used hotels, restaurants, and transportation, purchased goods and services from other suppliers, as well as did sightseeing around the city. While the indirect economic impact calculation was based on the degree to which the behaviour of key stakeholders affected the surrounding economic environment.

Indirect impact

The indirect impact was calculated based on an input-output (I-O) model (a mathematical model that describes the flow of money between industries within an economy and based on which Type I multipliers can be calculated. These multipliers provide information about the change in sales for industries down the value chain, caused by a USD 1.00 change in demand in a specific industry).

An input-output table for Azerbaijan was taken from the Eora MRIO database*. Based on this table, we calculated Type I multipliers using the following formulas:

1. X=(I-A)(-1), where
   (I-A)(-1) – the Leontief inverse matrix,
   I – the nxn identity matrix (n=25 industries),
   I – the nxn transformed matrix (n=25 industries),
   X – the nxn matrix of industry output (n=25 industries)
2. $Xj = \sum i^{n} xij$, where
   i – the supplying industry, j – the receiving industry, Xj – Type I multipliers.

The indirect impact was calculated based on the following formula:
Indirect impact = Direct impact * Type I multiplier – Direct Impact

For example, city X attracts an additional 1,000 delegates, each spending USD 30 per day, for a total of USD 30,000 in new spending per day. If the delegates stay six days, the city will accumulate USD 180,000 in new sales. This USD 180,000 would be distributed among the hotel, restaurant, social, transport, and retail trade sectors in proportion to how individual delegates spend their USD 30. These industries then buy goods and services from other local businesses, which creates an indirect impact.

Induced impact

The induced impact can be calculated as the change in economic activity in the region resulting from employees spending income earned through the direct or indirect impact of spending by Formula 1 Grand Prix™ guests or organizers. For example, hotel employees spend their income on housing, food, education, and other goods and services. However, because the Formula 1 Grand Prix™ is a short-term event, restaurants, hotels, and shops are unlikely to hire additional employees or pay them additional money for work related to the Formula 1 Grand Prix™. Therefore, we have not included this type of impact in our study.

Long-term impact:

The long-term impact was considered separately and was not included in the calculation of economic

impact, because it would be inappropriate to attribute expenditures on improving transport infrastructure and similar objectives solely to hosting the Formula 1 Grand Prix™. The construction of such facilities is aimed at meeting broader objectives for improving the quality of transport services for city residents. Moreover, the benefits from such construction projects are felt over a much longer period than those derived from Formula 1 Grand Prix™-related operational expenditures.

Limitation of Input-Output model:

The Use of multipliers to assess indirect economic impact has its limitations. These include:

- Lack of supply-side constraints
- Fixed prices
- Fixed ratios for intermediate inputs and production
- No allowance for purchasers' marginal responses to change
- Less applicable for small regions

Arguments for Hosting a Mega-Event

There is mixed view in the academic literature about the net outcome of hosting mega events. Some scholars argue that it worth to host mega events because they are economically, socially and politically beneficial, while others believe that real and opportunity costs of hosting mega events outweigh its benefits and those benefits are only short-term, temporary benefits such as increase in employment, trade and tourism.

First of all, hosting huge mega-events is prestige for home country. Hosting mega-events strategically important, because is highlights global image of the country, attracts huge investments and leads to improvement in labor market by creation of new jobs (may be temporary or permanent). Among these, the economic value that could potentially accrue to the city or country is the most commonly used rationale for gathering public backing for these events (Tien et al, 2011).

Mega-events, if successful, can potentially lead to "long-term positive consequences in terms of tourism, industrial relocation, and inward investment" (Roche, 1994). Long-term impact can be newly constructed event facilities and infrastructure, improved international reputation, increased tourism, urban revival, as well as increased employment rate, enhanced public welfare as well as local business opportunities. For example, Athene Olympics resulted a loss and huge debt burden for the city, however subway system was increased by 174 % and 90 km bus and tram was built within the city and a 67 km highway which is serving to 250 thousand cars was built due to the Olympics.

Mega events also impact financial markets of the host country. Observations shows that host country's currency tends to appreciate during the mega event times. Hot money flows enter to the country and the country increases its FX reserves.

Not only FX market, but also stock markets are positively affected by hosting mega events.). In a study by Veraros et al (2004), it was found that there was a significantly positive effect on the Athens, Greece stock exchange in general as well as infrastructure-related industries in particular upon the announcement of Athens' successful bid to host the 2004 Games. In a similar study, Dick and Wang

(2008) found a significant and positive announcement effect of hosting the Summer Games, with a cumulative abnormal return of about 2% over the course of a few days. Research results shows that small economies have greater abnormal return due to hosting mega-events.

Arguments against Hosting a Mega-Event: Winner's curse

Bidding a mega-event is an auction-like procedure and sometimes it can turn out to trigger a winner's curse. The winner's curse concept is the unexpected low returns on investments for organizers that engaged in competitive bidding with very high a price. This concept first used in oil and gas sector and later used for all the different auction-like bidding events.

In the sports economy, a winner's curse may occur in different ways. One of the frequent occurrences of winner's curse occurs for bidding for hosting a mega-sporting event which nearly always comes out with cost overruns for the winner (Andreff, 2012).

There are many indicators that can be tested to verify whether winner's curse should be expected or not. Below table list those points:

Table 1: Indices of a winner's curse in sports auctions

Mega sporting event	Hosting a team franchise	Bidding for broadcasting rigths	Overbidding for players
Cost overruns	Subsidies for new facilities	Swift TV rights fees increase	Growing number of bidders
Ex post project revisions	Luxurious increase in subsidies	TV company financial losses	Salary overpayment/bonus
Delayed completion	Stadium cost overruns	TV company post-bid bankruptcy	Acquiring a "lemon" player
Extra public subsidy	Slow economic growth	Sport event unknown details	Bid disappointing return
Host city fiscal deficit / debt	Stagnating urban development	Outbidding newcomers	Superstar effect
Lower number of visitors	Lower attendance than expected	TV rights re-packaging	Team's deficit due to payroll

Source: Andreff, 2014

Mega events create additional demand in the economy. Thousands of visitors spend several days in the country. Effects of visitors total spending in the host city create additional demand for the economy. This additional demand may "crowd out" prices in the economy and lead to price increase in the economy which may harm to residents.

Cost of hosting mega-events is extremely high. As an example, 1948 London Games cost around 30 million USD in today's dollars. Moreover, 2008 Beijing Games and Sochi Winter Games cost roughly around 40 billion USD and 50 billion USD, respectively. Requirement of mega-event organizing bodies boost this investment. For example, FIFA, organizing body of World Cup, requires every host country to have minimum ten modern stadiums with quite high seating capacities (around forty

thousand to sixty thousand). This requirement forced South Korea to spend 2 billion USD for constructing ten new stadiums with determined standards. Also, Japan allocated 4 billion USD for building ten stadiums. The main point here is that developed countries to some extent has already established infrastructure. The financial burden lies on developing host countries, where almost all the required infrastructure must be constructed which is huge and risky investment.

Another critic that frequently cited by scholars is exaggerated multipliers used to evaluate economic impact of mega-event. This exaggerated multiplier overstate true economic impact of the mega-event. Matheson (2002) states that beyond theoretical reasons to the contrary, ex-ante estimates of economic benefits far exceed the ex-post observed economic developments of host communities following mega-events. Moreover, the funding being devoted to subsidizing an event is very likely to be misallocated (Dwyer et al, 2005). In most cases critics argue that it is not a good idea to use scarce tax revenues to the event from which the return is not guaranteed. In some cases, when the games are over, the host cities left with massive debt and little lasting economic benefit.

Like benefits of mega-events, some costs of hosting mega-events are non-quantifiable. Scholars state that in addition to required infrastructure, hosting mega events require additional public transportation, public safety and sanitation. Non-quantifiable costs include traffic jams, vandalism, disruption of residents' lifestyle and environmental degradation. For example, there are great concerns in many communities regarding hosting F1 Grand Prix. People consider that F1 Grand Prix pollute the environment. In addition, mega-events could serve to exacerbate social problems and deepen existing divides among residents (Ruthheiser, 2000).

Difference between a Developing vs. a Developed Country Hosting an Event

All the nations, both developing and developed, in the world, is highly ambitious to host a mega-event such as World Cup or Olympics with the expectation of receiving great monetary and non-monetary returns. However, past track of experience has clearly demonstrated that in some cases hosting countries falled short of expectation of hosting mega-events.

Analysis show that experience of hosting mega-event is different between industrialized, developed and developing countires and success story of hosting the mega event depends on the economic development stage of hosting country. Some scholars thinks that real return of hosting mega-events is not high for developing nations because opportunity-cost of establishing modern infrastructure for one-time temporary event is very high, and the resources can be allocated to more efficient ways. One of the obvious example is Brasil which hosted soccer World Cup during the summer of 2014 and the Olympics during the summer of 2016. Actually, Brasil was one of the best places to be selected for host country due to its social and economic potential, natural beauty and growing importance. However, Brasil could not turn this excellent opportunity to real return. Brasil made a huge investments in several years to built up modern infrastructure. However, misappropriation, misuse of the funds and physical structures, fraud and waste before, during and after the events resulted huge costs for Brasil. The investments on dormitories, training facilities, stadiums and other structures just wasted never being used again after the events are over. Brasil, as a result, lost billions of dollars to host those mega events. However, there are also many success stories of the countries that hosted maga events and not only generated real returns from such mega-events, but also catapulted onto the world stage and have enjoyed a permanent rise in world prestige.

Mega-Events in Azerbaijan

Economic implications of mega-events on Azerbaijan economy

It is theoretically proven fact that mega-events impact on the economy of the host country. Recent mega-events hosted in Baku, in fact, impacted the local economy. It is specifically worth to note the recent Formula 1 Grand prix, which has been held in Baku since 2016 and expected to be held until 2023. The organizer of the Formula 1 Grand prix is Baku City Circuit (BCC). According to the press conference held by BCC and PwC Azerbaijan which calculated Economic Impact Study for Formula 1 Grand Prix, the total Economic Impact of the event on local economy during 2016-2019 (four races) is USD 506.3 million, which is equivalent of more than AZN 800 million, out of which USD 300.6 million is direct impact and USD 205.7 million is indirect impact.

Table 2: Economic impact by industries, 2016-2019, USD million

Industry	Total impact	Direct impact	Indirect impact
Accommodation and catering services	88.4	49.0	39.4
Transport and customs operations	38.4	24.8	13.6
Construction	181.4	92.6	88.8
Manufacturing	43.1	24.9	18.2
Marketing and PR, B2B services, workforce	152.4	107.6	44.8
Social and cultural services	2.6	1.7	0.9

Source: Public information.

Based on the public information, direct and indirect impact stimulation the creation of new short-term workplaces. During 2016-2017, 5-10 thousand new short-term workplaces were created, while this indicator surged to 7.5 thousand during 2018-2019 races. Every year approximately 3 thousand volunteers and around 1000 marshals are joined to the races.

Political implications of mega-events on Azerbaijan economy

As a country being around 30 year in war condition, of course, political dividends of the mega-events is crucial. In 2012, due to Eurovision Song Contest almost all European community was informed about Azerbaijan, its history and rich cultural background. Our historical realities were delivered to European community through this Song Contest. First European Games was also very influential in this manner. Azerbaijan was able to deliverer Azerbaijani realities to the world community. Recent Formula 1 Grand Prix multiplied political benefits of the mega-events. According to public information, global media exposure also contributed to the enhancement of the positive country image. In 2018, the global cumulative audience of 82.3 million individuals viewed the Formula 1 Azerbaijan Grand Prix™ 2018 on television. This indicator increased by 10% to reach 90.2 million audience in 2019. Furthermore, within the 2016 – 2019 period, the total number of articles through all the media channels reached 225.1 thousand. During this period, news on Azerbaijan Grand Prix™ reached 247

billion people in the world, resulting in the total media value of USD 274 million. All those figures directly and indirectly demonstrated political benefits of the mega-events to Azerbaijan community.

Conclusions and Recommendations

The article concludes that short-run and long run impacts of mega-event should clearly be distinguished to understand true net benefits of the mega-event on Azerbaijan economy. The analytical research of Wonho Song (2010) shows that to enhance tourist visit, it is important to host mega-events repeatedly. This may partly explain why developed countries, that have hosted a mega event once, try to host other mega events. In this regard, Azerbaijan should continue to host those events which held previously and already established all required infrastructure for hosting those mega-events. However, hosting new mega-event which require establishing new types of infrastructure with significant amount of investment, is not advisable.

Hosting mega event where the representatives will arrive to the host city from all over the world required significant strategic planning both before, during and after the event. Although the net benefit of hosting mega-events is bigger in small scale developing countries such as Azerbaijan, developing countries cannot be deprived from hosting mega-events. This research suggest that it is more economically beneficial for Azerbaijan to host a “lesser” mega-event (such as F1 Grand Prix or Winter Olympics).

During the planning the strategy for the events, it is strategically important to limit the additional new infrastructure that is built for the event. Through this way, Azerbaijan can increase the net benefit of the event. Second, while specialized infrastructure (i.e. stadiums or other specialized venues that will likely be only used during the Games) is generally now recognized as wasteful and economically harmful, general infrastructure spending (i.e. for the development of roads, outer-ring highways, etc.) is likely to lead to long-term benefit (Matheson, 2006). It means that Azerbaijan should focus on increasing general infrastructure spending, rather than specialized spending. It will lead economically successful results for Azerbaijan.

References

1. Local Residents Perceptions of the Impacts of Hosting National and International Sporting Events, Engin UNGUREN*, Yasar Yigit KAQMAZ, Murat YETKiN,
2. Mega-Event Sporting Opportunities: The Case of Developed vs. Developing Countries, Carroll Howard Griffin, PhD, Valdosta State University, Valdosta, Georgia, USA
3. Impacts Of Olympics On Exports And Tourism, Wonho Song, Chung-Ang University, Journal Of Economic Development, Volume 35, Number 4, December 2010
4. The Cost of Hosting International Sport Events, Wladimir Andreff, Universite de Paris Pantheon-Sorbonne, January 2014
5. Matheson, V. (2006). Mega-events: The effect of the world’s biggest sporting events on local, regional, and national economies. Col-lege of the Holy Cross, Department of Economics, Faculty Research Series, Working Paper No. 06-10.
6. Matheson, V. (2002). Upon further review: An examination of sporting event economic impact studies. The Sport Journal, Vol. 5(1), pp. 2.
7. Richie, J. and Brent, R. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. Journal of Travel Research, Vol. 23(1), pp. 2-11.
8. Dick, C and Wang, Q (2008) The economic impact of Olympic Games Evidence from stock markets ZEW-

Centre for European Economic Research Discussion Paper No. 08-060.

9. Dwyer, L , Forsyth, P and Spurr, R (2005) Estimating the impacts of special events on an economy Journal of Travel Research, Vol. 43, pp. 351-359.
10. Ruthheiser, D. (2000). Imagineering Atlanta. Verso, New York
11. Tien, C., Lo, H.C., and Lin, H.W. (2011). The economic benefits of mega-events: A myth or reality? A longitudinal study on the Olympic Games. Journal of Sport Management, Vol. 25, pp. 11-23.
12. Veraros, N., Kasimati, E., and Dawson, P. (2004). The 2004 Olympic Games announcement and its effect on the Athens and Milan stock exchanges. Applied Economic Letters, Vol. 11, pp. 749-753.

Challenges Faced by Firms in the Implementation of CSR: The Case of Developing Countries

Fatoumata M. Fatty

fattyfatoumata33@yahoo.com

Abstract

The recent development in corporate social responsibility (CSR) has attracted many firms, practitioners and academicians on how the environmental and social aspects integrate into the business strategy. Companies carry out their business operations within social environments and expect some reaction in return. Thus, corporate business activities create interactions between the companies and the environments in which they operate. This paper examines the challenges that firm face during the course of that interaction in the case of developing countries. The study used a deductive research approach and a qualitative content analysis. The researcher uses secondary data that was collected from different books; journals and annual reports. The common challenges in CSR implementation that was identified from the reviewed data were financial constraints, lack of commitment from the leaders and employees, uncooperative government, lack of clear and transparent CSR strategy and the attitude of the people as well as high level of corruption and managerial skill. Therefore, the following issues should be addressed by further studies and focuses more on designing a proper CSR strategy, the leaders should be committed to serve the society, and training should be given to change the mind-set of people that affects the firms' development in developing countries.

Keywords: Corporate social responsibility, challenges, implementation, firms, developing countries

Introduction

A business needs a conducive environment, stable government with sufficient resources and committed leaders to compete effectively. Effective business can participate in environmental and social activities, which are some of the characteristic of corporate social responsibility. Though, there is a lot of definition formulated by researchers about CSR but the definition that was formulated by the Commission of European Communities in 2001 has the highest rating. They defined CSR as "a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and their interaction with stakeholders voluntarily" cited by (Dahlsrud, 2008, p. 7). Smit et al. 2011 stated that managers use CSR as a strategy in achieving business interest whilst also serving society and protecting the environment. The interest of corporations as conceived by many is not only to maximize profit but also to safeguard its relations with other interest groups because their activities affect and are affected by such interests in society. CSR is all about understanding, responding and management of these relationships. A research conducted by Dobers (2009), state scholars' concern on what disciplines, such as business ethics, economics, sociology or political science, contribute to our understanding of these relationships; and what impacts might come as a result. The aim of this paper is to find out the common challenges faced by the firms during CSR initiatives. The model framework used was base on the literature of previous researchers.

The societal differences cause difference in the CSR concept and its application (Halme et al., 2009). The responses by companies on those different faces and with their capability and understanding enable them to address issues concerning the stakeholders. Even though it has reached to an agreement on a wider definition of CSR, the essence of corporate socially responsible behaviour could have distinct significance according to the nature of organizations, its geographical position and the viewpoint of managers and stakeholders (Dahlsrud, 2008). Various elements have pinpointed

as affecting or affected by the enactment of CSR goals and strategies (Li & Zhang 2010). These are either the internal aspects such as the size of the organization, organizations' category and the presence of corporate governance framework. The pressure from government officials and various stakeholders falls under the external factors (Córdoba-Pachón et al. 2014).

Hopkins (2007) said that organizations could give a positive or negative impact on the country's development through its CSR initiatives, working on corporate responsibility or social responsibilities. Firms' CSR initiatives could focus for long-term benefits over time, which could contribute to business sustainability. The development of organizations' CSR strategy is not an easy task. Therefore, organizations need a constant collaboration with all their stakeholders (Castka & Balzarova, 2007). The most important factor among the collaboration is how to create awareness and understanding of organizations CSR activities among the stakeholders (Calabrese & Lancione, 2008; Wood 2010; Calabrese et al., 2013; Costa & Menichini, 2013).

Concept and Nature Of CSR

The concept of CSR is very broad and each sector has different meanings and definitions. Some of them believed that CSR is total compliant with laws, and the other extreme is pure philanthropy and more than that. According to Friedman, the economic and legal status of the companies should be the priority as he indicated that businesses can do anything they want as long as they stay within the confinement of law. This has proven that all business whether small or big should not take the laws of the society lightly as it serves as the basic minimum condition to stay legitimately in business. Nevertheless, looking at CSR in recent dimension, it has gone far beyond the concept developed by Milton Friedman to focusing more on the societal needs (Freeman, 1984). We can also say that CSR does not only justify the function of doing good but also that of not doing bad.

CSR is wider than that of philanthropy as most people consider it. Philanthropy is the acts of considering the welfare of other groups other than yourself without expecting a single benefit from doing so. Though CSR includes this notion, but with the added version of its strategic nature, it tend to legitimize business benefit while fulfilling a corporate responsibility to the society from which it springs and within which it functions and perhaps flourishes (Jagdish Gulati, 2005). According to Amaesh (2011), this notion of philanthropy gives a wrong and negative characterization of CSR, which often lead to failure of CSR initiative in corporate debates. In such regards, CSR is often seen as an extra cost without any short or long-term benefit, which logically most businesses would naturally and understandably like to avoid.

Reasons behind investing in CSR

The recent development in CSR shows that society not only perceives the business to be responsible for their actions but also to show good manners towards the community. CSR is a cost-saving tool in the sense that it makes organization to be sensitive in their operation and uses their resources efficiently. The benefit that some firms gain from the initiative induces them to engage in CSR activities. Wood (1991) stated the idea of coming with CSR is because society and business are interdependent. Others argue that firm undertakes CSR due to the moral responsibility placed upon them. This particular topic has become very interesting over years as many studies have ask why

firms engage in activities or programs that benefit society despite having their strategic goal. Various researchers show that managers are motivated by moral as well as strategic considerations. According to Graffland (2002), it is difficult to identify the main reason behind CSR because both the moral and strategic have some value in every CSR strategy. With the recent dimension of CSR, most organization are concerned with strategic motives since no business is established just to undertake social needs.

Impacts of CSR on the success of the firm

CSR has reached a stage where it is among the most research phenomenon in the area of social science by the students and business practitioners especially in the area of its relationship with the company's overall performance. There are conflicting results from among researchers as most of them found a direct relationship (Orlitzky et al. (2003); and Gregory et al. (2014)), others indirect (Wright and Ferris, 1997; Brammer et al., 2006) and some even have found no statistically significant relationship (McWilliams and Siegel, 2000; Soana, 2011). These analyses will be based on the three factors below.

1. Corporate Social Responsibility and Employee Turnover

Considering employees in an organization is very important because they serve as the source of productivity. According to Cropanzano et al. (2001), firms that are active in CSR initiative tend to reduce employee turnover. Companies that care and value the efforts of its employees will always try to increase their satisfaction and morale, provide workplace safety and strengthen relations with employees. McElhaney (2008) was also in support of this viewpoint as that of Cropanzano et al. He states that it is important to involve employees in the CSR program, as they serve as a mediator in carrying out company's CSR program. Employees' commitment and loyalty in a company are as important as building customers' loyalty because employees represent the company and its brand in the eyes of customers and the public. However, employees tend to be more satisfied with companies who try to consider their welfare and personal development (Colquitt et al, 2001).

2. Corporate Social Responsibility, Customer Loyalty and Satisfaction

For the concept of customer loyalty to be thoroughly analysed and measured, it is important to understand the antecedents of loyalty. Various scholars have conducted numerous researches to justify their conclusion; however, there has been a lack of unanimity in their findings. For investigating the effect of CSR on customer loyalty and satisfaction, two main preceding factors are available which are customer-related factors and product-related factor. Trustworthiness is an essential part of a customer-related factor because it ensures loyalty in a specific product or services. As postulated by Chauduri & Holbrook (2001), both attitudinal loyalty and purchase correlate with trust. Moreover, Pan et al. (2011) maintain that quality and brand image is the most fundamental parts in product features. Customers are content to a product or service in which they receive the highest satisfaction (Ashforth & Mael, 1989). As an important factor in ensuring the success of any business, customer satisfaction should be at the forefront. Customers satisfaction is the degree of pleasure or disappointment customers feel in the process of their interaction with a product or the services (Kotler and Keller, 2006). Most articles report a positive relationship between CSR and customer satisfaction e.g. in Pérez et al (2013). However, Luo and Bhattacharya 2006 also warned,

"CSR can harbour a dark side", because "in firms that are less innovative in nature, CSR may decrease customer satisfaction levels".

3. Corporate Social Responsibility and Reputation

The company's reputation is always at stake especially when it comes to the perception of society. From Kotler & Lee (2005), p.14, CSR enables companies to boost their reputation and increases brand awareness. The company will becomes well known in society even if it offers the same product quality with its competitors. In short, CSR serves as a differentiation strategy. Again, in Kotler & Lee (2005), it shows that peoples value the social reputation of the companies in which they engage themselves as 80% of people disassociate themselves with companies having a bad reputation on CSR initiatives. This clearly shows that CSR is a source of encouragement for both prospective and current employees. According to Sharma & Mehta (2012) p.1, "CSR needs to be implemented in the organization not just as an image-building exercise, but can be a source of competitive advantage to ensure sustainable business development". Shareholders and customers may also likely stick/be loyal to companies that take into account their social needs. CSR is a key factor in building the firm reputation and increasing its profitability. Some scholars still criticize the positive effect of CSR on reputation. From Griffin (2008) point of view, whether a firm uses CSR or not does not have any effects against reputation risk/damage. There will always be organizational competitors or even governments that try to criticize a firm's reputation. He mentioned that stakeholders might see a firm implementing CSR as a way of confessing guilt.

CSR disclosure on firm’s annual report

Deegan, (2002) state that the theory of legitimacy is one of the reasons behind a firm's CSR initiatives and disclosure practices. Some researchers like, Patten (1992) shows that there is a direct relationship between CSR disclosure and legitimacy. In another word, his research shows that companies voluntarily disclose CSR program to achieve the legitimacy status of their business. According to Perrini, Russo, Tencati, and Vurro (2011) also believe CSR disclosures is one of the ways of brand positioning for corporate entities. CSR is an inspiration or a communicational tool in identifying the needs and wants of prospective customer through dialogue and interactions. They also see CSR disclosures as a way of tackling and avoiding the cost and the risk of social problems. That is, CSR disclosure increases a firm's reputation and open doors for easier access to financial markets and shut the doors for higher perceived risk. Firms could have also voluntary disclose their CSR activities without the expectation of any financial benefits, but as Deegan (2006) suggested, for ethical reasons concerning the accountability model. Common platforms for these disclosures are annual reports and sustainability reports (Scholtens, 2009).

Methodology

This presents the research design used to conduct the study, how the data is collected and analyse with its reliability.

Research Approach

The study used a deductive research approach since it emphasise is based upon previous studies (Bryman, 2016). According to Bryman and Bell (2007), the nature of the deductive approach start from the theory of the study. That means with a deductive research approach, research starts with

collecting theories, followed by building hypothesis and testing them through gathered theories and empirical findings. Several studies in the field of CSR have been conducted under this approach as well e.g. Campbell, 2000; Gray et al., 2001; Kiliç et al., 2015.

Data collection

This study used secondary data gathered from different sources with different timeframes. The databases such as Science-direct, Research gate, social science research network (SSRN), google books were used and the keywords for research were challenges in CSR implementation, CSR impacts, and reporting, etc. to reach both scientific and non-scientific articles.

Data analysis

To determine the nature and scope of social information, most of the researchers use the content analysis method. Along with the content analysis method, others also used correlation and regression analysis e.g. Barako & Brown, 2008; Carnevale et al., 2012; Andreaus et al., 2013. In this study, a qualitative content analysis is used in analysing the data collected. Sweeney and Coughlan (2008) define content analysis as a research technique used to indicate the presence or absence of certain words and concepts in the text. The analysis will be based on the developing countries.

Reliability of the Data

The gathered information is secondary data found in the literature. The reports are considered as a reliable source of information, primarily because the information has been analysed, reviewed and published by the scientific publishing agents such as Research gate, Science direct etc.

Research finding

This section is based on the empirical findings in light of various literature collected. It focuses more on the research question, which is "what are the challenges firms faced in CSR implementation in the process of achieving sustainable business growth". Different firms may have different challenges when it comes to implementing CSR because even their concept and strategy are different. Some of the most common challenges are indicated below.

Lack of Stakeholders Participation in CSR Activities: This particular issue in most of the developing countries is as a result of poor communication level between stakeholders and the business organizations. In a case where the society is not highly informed in a particular issue, they will show less interest and concerns in those areas (Calabrese & Lancione, 2008).

Lack of governmental support: The political influence in developing countries affects the way business developed their CSR strategy. The CSR strategy, especially in the part of the community and social activities, should be in line with the national development plan (Jonker & Witte, 2006). Some of the government in developing countries does not support CSR strategy because it is not in support of the national sustainable development plan or their political desires.

Lack of priority: A business whether in the area of CSR or not must have a direction and commitment. Lack of commitment will result in further consequences. The concept of culture also has a severe effect on CSR in the developing countries. The cultural stance forces an organization to be socially responsible (Visser W, 2008). Nevertheless, without CSR priorities, this may even lead

to duplication of activities by corporate houses in the areas of their intervention. This, in turn, can lead to heavy cost and high competitiveness among businesses.

Financial constraints: This is one of the major constraint faced by the entire firms in developing countries (Jonker & Witte, 2006). Considering the economic state of developing countries and the intense competition, CSR can only be achieved provided the businesses themselves have enough capital for their daily operations. The issue of cost is even inflicting a challenge in the training of staff on the CSR practices. Not all firms in the developing countries are that well off to include social issues in their business strategy.

Changing the mind-set: In CSR implementation, changing the mind-set of stakeholders from the traditional way of doing things to new systems is a challenge for all developing countries. However, in some instances, there are challenges when it comes to seeing the big picture of how new systems could be beneficial over old systems. Therefore, as people differ in their mindset, it is a challenge to bring them together to a common understanding and mind-set (Halme et al, 2009). This is because some stakeholders think the old system is less risky while the new system is full of uncertainties vice versa which means that difference in thinking could jeopardize long-term benefits because of failure in not seeing the big picture.

Conclusion

For this study, the researcher concludes that, CSR has a great influence on both the internal and external factors that affect the existence of modern business habit of doing things. This create accountable, transparent and social responsibilities, which paves organizations in becoming more equitable and sustainable. From the study, it was discovered that the biggest challenge for firms CSR implementation was the high implementation cost, failure of identifying and forecasting the benefit of CSR in long run that could be realized and adopted to new systems than the existing traditional systems. Since most firms are now becoming so strategic in their CSR dealings, they need to analyse the long-term benefits using the cost-benefit analysis. The fear of competition is also another challenge of CSR implementation. The support of government, stakeholders and the cost of training staffs are all challenges.

Recommendation

There is a remedy for every challenge and organization might face.

- The business needs a thorough understanding and the level of stakeholder engagement in its CSR strategy
- There is no doubt that the society and the business are interdependent so too their activities and actions. A business should make sure to assess its CSR activities and spot out the areas that its activities affect and are affected by society.
- A business should not just try to tackle any social or environmental problems instead should look at the business case (shared value). This point will reduce the unnecessary CSR cost and serve as a way of sensitizing managers on social needs. After a company is aware of its CSR activities, the next is to develop a CSR strategy like any other business strategy. This strategy will allow them to prioritize their CSR activities.

- The main commitment needs to be highlighted in this strategy so that there will be no duplication of activities and societal pressure will be minimized.
- The CSR commitment in the strategy should align to the national development plan and objectives to attain governmental support.
- The implementation of the corporate strategy needs to be evaluated and reported continuously. The evaluation will help to identify whether the commitments are implemented properly or if a deviation exists.

References

1. Amaesh, K. (2011). Corporate social responsibility is more than philanthropy. Business Day, February 23rd,
2. Ashforth, B. & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. Academy of Management Review. Vol. 14, No. 1, pp. 20-39.
3. Barako, D.G. and Brown, A.M. (2008). Corporate social reporting and board representation: evidence from the Kenyan banking sector. Journal of Management and Governance, Vol. 12 No. 4, pp. 309-324.
4. Bouten L., Everaerta P., Van Liedekerke L., De Moord L., and Christiaens J. (2011). Corporate Social Responsibility Reporting: A Comprehensive Picture? Accounting Forum, 35 (3): 187–204.
5. Brammer, S., Brooks S., and Pavelin S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. Financial Management 35(3), 97.116.
6. Bryman, A. (2016). Social research methods (Vol. 5). Oxford University Press.
7. Bryman, A. and Bell, E. (2007). Business Research Methods. 2nd ed. New York: Oxford University Press
8. Calabrese, A. & Lancioni, F. (2008). Analysis of corporate social responsibility in the service sector: does exist a strategic path? Knowledge and Process Management 15(2), 107–125.
9. Calabrese, A., Costa, R., Menichini, T. & Rosati, F. (2013). Does corporate social responsibility hit the mark? A stakeholder-oriented methodology for CSR assessment. Knowledge and Process Management, 20(2), 77–89.
10. Campbell, D. J. (2000). Legitimacy Theory or Managerial Reality Construction? Corporate Social Disclosure in Marks and Spencer Plc Corporate Reports, 1969–1997. Accounting Forum 24(1), 80–100.
11. Castka, P. & Balzarova, M. A. (2007). A critical look on quality through CSR lenses: Key challenges stemming from the development of ISO 26000. International Journal of Quality & Reliability Management, 24(7), 738–752.
12. Chaudhuri, A. & Holbrook, M. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance the role of brand loyalty. Journal of Marketing. Vol. 65, No. 2, pp. 81-93.
13. Colquitt, J., Conlon, D., Wesson, M., Porter, C., & Ng, K. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. Journal of Applied Psychology, 86, 425-445.
14. Córdoba-Pachón, J.R., Garde-Sánchez, R. & Rodríguez-Bolívar, M.P. (2014). A systemic view of Corporate Social Responsibility (CSR) in State-Owned Enterprises (SOEs). Knowledge & Process Management, 21(3), 206–219. DOI:10.1002/kpm.1453.
15. Costa, R. & Menichini, T. (2013). A multi-dimensional approach for CSR assessment: the importance of the stakeholder perception. Expert Systems with Applications 40, 150–161.
16. Cropanzano, R., Byrne, Z.S., Bobocel, D.R., and Rupp, D.E. (2001). Moral virtues, fairness heuristics, social entities, and other denizens of organizational justice. Journal of Vocational Behavior. 58. 164–209.
17. Dahlsrud, A. (2008), “How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions”. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15(1): 1
18. Deegan, C., (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures- a theoretical foundation. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 15(3), 282-311.
19. Deegan, C. (2006). Legitimacy theory, in Z. Hoque, Methodological issues in accounting research: Theories and methods. London: Spiramus.
20. Dobers P (Ed.). 2009. Corporate social responsibility. Challenges and practices. Santérus Academic Press Sweden: Stockholm.
21. Freeman RE. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston, Pitman Publishing Inc.

22. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine. 1-6.
23. Graafland, JJ. (2002). Profits and Principles: Four Perspectives, Journal of Business Ethics, 35, 4, pp. 293-305
24. Gray, R., Javad, M., Power, D.M., and Sinclair, C.D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: a research note and extension. Journal of Business Finance and Accounting, Vol. 28 Nos 3/4, pp. 327-355.

25. Gregory, A., Tharyan, R., and Whittaker, J. (2014). Corporate social responsibility and firm value: Disaggregating the effects on cash flow, risk and growth. Journal of Business Ethics 124(4), 633.657.
26. Griffin, A. (2008). New strategies for reputation management, gaining control of issues. Crisis and corporate social responsibility'. Kogan Page Limited: London, United Kingdom.
27. Halme, M., Roome, N., Dobers, P. (2009). Corporate responsibility: Reflections on context and consequences. Scandinavian Journal of Management, 25(1): 1–9.
28. Hopkins, M. (2007). Corporate social responsibility and international development, is business the solution? Earth scan in the UK.
29. Hopkins, M. (2006). What is Corporate Social Responsibility all About?, Journal of Public Affairs, 6, 3/4, pp. 298-306
30. Jagdish Gulati (2005). "CSR debate in India –from Philanthropy to Public- Private –People Partnerships. Corporate Social Responsibility" – Concepts and Cases', p 48.
31. Jonker, J. & Witte, M.D. (2006). The challenge of organizing and implementing corporate social responsibility.
32. Kiliç, M., Kuzey, C., and Uyar, A. (2015). The impact of ownership and board structure on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting in the Turkish banking industry. Corporate Governance, Vol. 15 Issue: 3. pp.357-374.
33. Kotler, P & Keller, K, (2006). "Marketing Management", 12th edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River
34. Kotler, P. and Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Hoboken: John Wiley & Sons.
35. Li, W. & Zhang, R. (2010). Corporate social responsibility, ownership structure, and political interference: evidence from China. Journal of business ethics 96: 631–645.
36. Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. Journal of Marketing, 70(4): 1-18.
37. McElhaney, K. A. (2008). Just good business the strategic guide to aligning corporate responsibility and brand. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
38. McWilliams, A. and Siegel, D. (2000). Research notes and communications - corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification. Strategic Management Journal 21(5), 603.609.
39. Orlitzky, M., Schmidt, F. L., and Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. Organization Studies 24(3), 403.441
40. Pan, Y., Sheng, S. & Xie, F., (2011). Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and re-examination. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 19, pp. 150-158.
41. Patten, D. M. (1992). Intra-industry environment disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. Accounting, Organizations and Society, 15(5), 471–475.
42. Perrini, F., Russo, A., Tencati, A., & Vurro, C. (2011). Deconstructing the relationship between corporate social responsibility and financial performance. Journal of Business Ethics, 102(1), 59–76.
43. Rabianski, J. S., (2003). Primary and Secondary Data: Concepts, Concerns, Errors, and Issues, Appraisal Journal, 71, 1, pp. 43-55
44. Scholtens, B. (2006). Finance as a Driver of Corporate Social Responsibility. Journal of Business Ethics. 68(1), pp. 19–33.
45. Sharma, S., & Mehta, S. (2012). Where Do We Go From Here? Viewing Corporate Social Responsibility through a Sustainability Lens. Journal of Contemporary Management Research, 6(2), 69-76.
46. Smit, P.J., Cronje, G.J., Brevis, T., and Vrba, M.J. (2011). Management Principles: A Contemporary Edition for Africa; 5th Edition; Cape Town, South Africa, Juta and Company Ltd.
47. Soana, M. G. (2011). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance in the banking sector. Journal of Business Ethics 104(1), 133.148.

48. Sweeney, L. (2007). Corporate social responsibility in Ireland: barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR. Journal of corporate governance. Vol. 7 No.4, pp. 516-523.
49. Visser, W. (2008). CSR Drivers: The Forces Shaping Corporate Sustainability and Responsibility, CSR International Inspiration Series, No. 3.
50. Wood, D. (2010). Measuring corporate social performance: a review. International Journal of Management Reviews, 12(1), 50–84.
51. Wood, D.J. (1991). Corporate social performance revisited. Academy of Management Review, vol. 16, No. 4, pp. 691-718.
52. Wright, P. and Ferris, S. (1997). Agency conflict and corporate strategy: The effect of disinvestment on corporate value. Strategic Management Journal 18(1), 77.83.

Mechanism of Management of Foreign Economic Activity of Industrial Enterprises

Hakim Salmanov

hakim.salmanov@outlook.com

Summary

Under the influence of transformational changes in the economy, processes of conducting foreign economic activity on industrial enterprises of Ukraine are gradually becoming more complicated. The formation of a management mechanism and the determination of methods aimed at improving the efficiency of the organization of exportimport activity will update the choice of this topic of scientific research. In article key problems of formation control system foreign trade activities of enterprises, the main administrative objectives of department foreign trade activities are updated and the foreign trade activities key functions which have are defined to be carried out at the industrial enterprises.

It is constructed the organizational and economic mechanism of management and are given scheme of organization foreign economic activity in industrial enterprise in which such functional features as were marked out: Marketing, logistic, tax planning. Major factors of influence on development industrial enterprises are noted, namely: The international dumping, aggressive tax planning of competitors, a condition of aggression environment, sales markets, protection of investors in partner country and stability of a political situation. The complex of measures aimed at stimulating foreign economic relations at industrial enterprises is taken into account. The importance of financial management and tax planning, which are key in the mechanism of management of foreign economic activity of an industrial enterprise, are highlighted. The result from the implementation of foreign economic activity is largely dependent on the introduction of the above stages of the proposed management mechanism.

Keywords: management, economic activity, enterprises, industrial, economic relations

Introduction

Currently, the country's economy is successfully integrating into the world, our enterprises are competing with the leading enterprises in the world. The policy of liberalization of foreign trade adopted by our state, as well as freedom of entrepreneurship, makes it possible for domestic enterprises to independently resolve issues related to the production of certain goods and to enter specific markets.

External relations have always been an integral part of the economic activity of industrial enterprises. Today, the foreign economic sphere covers international cooperation, the formation of conditions for the reception of foreign capital, improving the efficiency of export-import operations, and the restructuring of foreign economic infrastructure. The development and deepening of foreign economic activity for consumer cooperation enterprises means new opportunities to take advantage of international production cooperation, increase the degree of economic freedom in choosing the most effective ways to solve important economic and financial problems, as well as attract investment resources to industrial enterprises.

Foreign economic relations can more fully satisfy the needs of shareholders in a variety of products. Economic relations with foreign countries contribute to the enrichment of progressive experience in the field of trade services for the population, are a factor in economic growth, intensification of production, improvement of technology, replenishment of the consumer goods market.

Changes in the scale, nature and forms of foreign economic activity impose increased requirements on the organization of accounting and auditing, which are the most important elements of managing foreign economic activity in industrial enterprises. Accounting in these conditions is not limited only

to the reflection of financial and economic activities. It is called upon to actively influence it to ensure the regulation of foreign economic activity, economic control, analysis, and to prevent the possibility of imbalances and failures in the sale of goods and services.

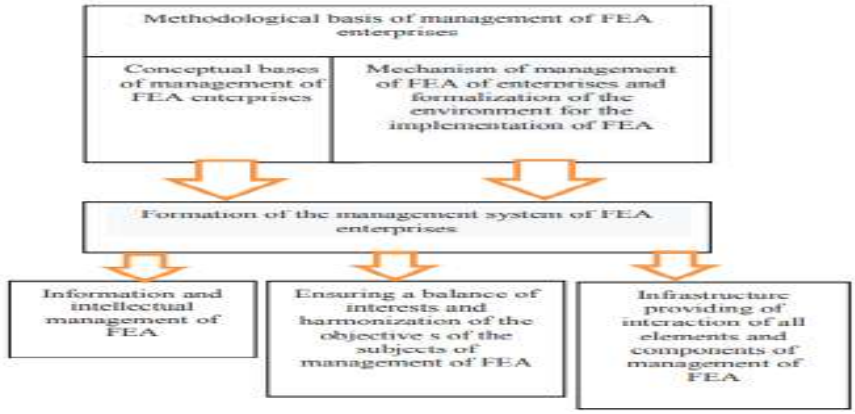
The national economy of the Republic of Azerbaijan consists of individual farms of various forms of ownership: enterprises, corporations, households. In market conditions, domestic enterprises base their economic policies and organize the process of managing production, sales and financial results on their own. In an environment of increasing competition in markets, both internal and external, the liberalization of the economy of foreign economic activity of the enterprise is one of the main conditions for improving foreign trade. An enterprise that has achieved success in foreign trade is an enterprise working to improve the production technology of goods that must withstand competition from products of other countries, this is an enterprise working to develop organizational and economic relations for the expansion of its products to foreign markets. Accounting and analysis of the foreign economic activity of the enterprise play one of the leading roles, therefore the topic of the dissertation "Improving the accounting and analysis of the foreign economic activity of enterprises" is relevant.

The Effectiveness of Foreign Economic Activity

Key link in development of industrial enterprises in a market economy is introduction of an effective mechanism for managing foreign economic activity. This is primarily due to resource constraints, technology transfer, and consumption of intermediate products in production chains for purpose of creating added value and products exported for export. Availability and availability of above-mentioned development factors create competitive advantages both for entity itself and for national economy as a whole. Spread of globalization processes in global economic system has led to formation of a global multivariate environment for implementation of foreign economic activity of enterprises and formation of global markets. Therefore, domestic enterprises are trying to achieve the status of participant in foreign economic relations at megalevel. A prerequisite for this process is borrowing characteristic features and principles of functioning latter. The main tasks aimed at the formation and effective functioning of the system of management of foreign economic activity of enterprises are schematically depicted on Fig. 1. Formation of this system should be based on approaches that take into account specifics of foreign economic activity of enterprises, their organizational form formation, territorial affiliation and chosen vector of development in the world economic space.

Well-known classic of strategic management, American economist M. Porter said: “In the international market, firms compete, not the country. It is necessary to understand how the company creates and maintains a competitive advantage in order to understand the role of the country in this process” (Gorb, Yasnolob, and Protsiuk, 2016: 48). Activation of foreign economic cooperation industrial enterprises of Ukraine is an important strategic task of country's development. In solving this problem, the key role is played by authorities, since favorable conditions for subjects of foreign economic activity depend on their managerial decisions. Namely, exporters, importers, suppliers, investors and all stakeholders. Complex of management decisions government should be based on carefully designed mechanism of effective implementation and strategy development of foreign economic activity.

Figure 1: The tasks of forming a system of management of foreign trade enterprises. Developed according to the data



Source: Yevtushenko N. A., «Methodological principles for establishment of consulting cooperation organizational and economic mechanism» Economic Processes Management, vol. 2, 2017. [Online]. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2017_2/epm2017_2_14.pdf Accessed on: July 5, 2019.

Foreign economic activity of industrial enterprises covers supply of raw materials, materials, components, operations purchase and sale of goods and services, movement of capital, labor migration, the exchange of experience, skills and knowledge, technology exchange, etc. The objects of foreign trade enterprises export and import of goods and services, capital and labor. Subjects of foreign economic activity are: individuals and legal entities, their associations, structural units of economic entities and joint ventures and other entities of economic activity, provided by the laws of Ukraine. The effectiveness of foreign economic activity (FEA) depends on the effective implementation of key functions department of foreign economic activity.

Key functions of foreign economic activity in industrial enterprises are: marketing, responsible for providing export and import supplies in near and far abroad (includes monitoring of markets, forecasting market conditions, export and import of goods, conclusion contracts, financial support of advertising and promotion of goods); logistical, includes the provision of a complex services on export and import goods, organization of transportation, registration of insurance and guarantee documentation, customs clearance; tax planning, including monitoring possible ways of tax optimization and transfer pricing planning. Transfer pricing is a characteristic feature of international market relations. The transfer price is a specific price in the international interaction of subjects of foreign economic activity, which is largely isolated from the mechanism of market prices. An economically correct definition and ongoing monitoring of transfer prices will make it possible to solve the problems of pricing in interdependent industrial enterprises and their structural subdivisions (Asaul, Voynarenko, Dzhulii, 2019: 93).

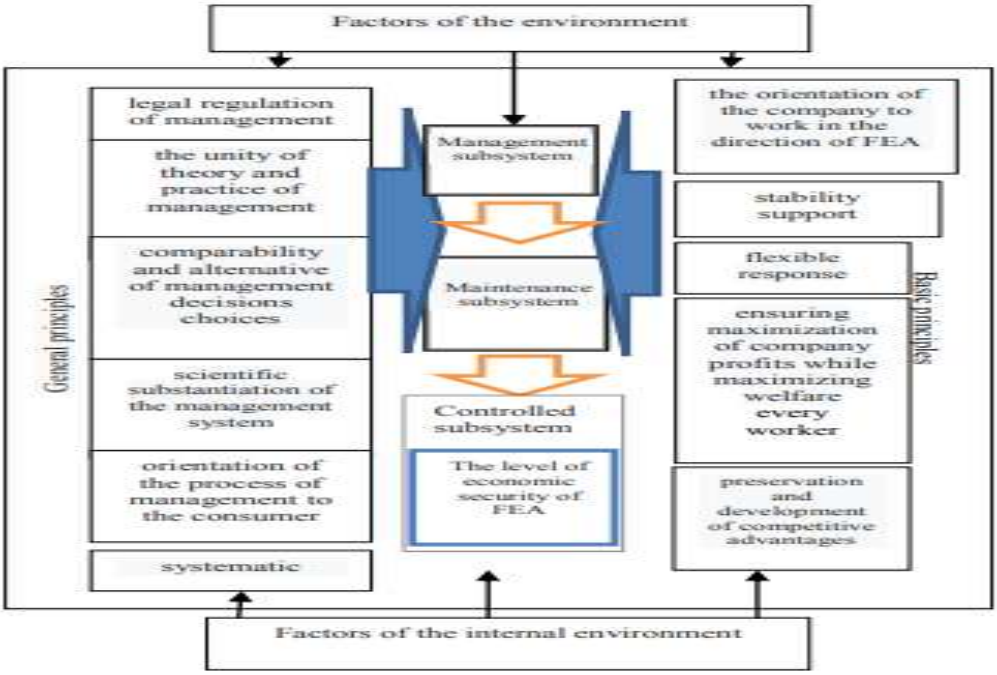
Organizational-economic mechanism of management

According to the Model OECD Convention on Income and Capital Taxes, it states: “if conditions other than those that would occur between two independent entities are created or established in their commercial or financial relationship, then any profit that is absent such conditions could be accrued to one of them, but because of presence these conditions it was not accrued to it, it could be included in profit of this enterprise and taxed accordingly”. According to this interpretation, when organizing

foreign economic activity, it is first of all necessary to determine whether subjects of foreign economic relations are associates and whether conditions for their commercial relations are different. This makes it possible to determine whether such operations will be controlled or not. In the case of a controlled transaction between the subjects of foreign economic relations, you should determine your taxable income in accordance with principle of "outstretched hands". The effective operation of foreign economic activity depends on the success of the enterprise, and hence the stakeholders of the enterprise. Stakeholders can be both internationally (from other countries) and in the middle of the country. The main tasks facing the head of the department of foreign economic activity today are: expansion of the market of products, services at the national borders in order to increase profits; purchase of raw materials, materials, components, new technologies and equipment; search for best practices and engineering services for production needs, taking into account their uniqueness, superior quality and lower prices in comparison with the domestic market; attraction and effective allocation of foreign investments in order to modernize production, strengthen export potential and competitive positions on world commodity markets; international cooperation and partnership, based on the international division of labor, specialization and cooperation of production in order to achieve sustainable development of the enterprise. Organizational-economic mechanism of management of foreign economic activity of the enterprise is depicted on Fig. 2.

One of the peculiarities of the organization of the system of sales of export products is that the marketing department takes on its unrelated function - direct sales of products for export to countries close to foreign countries. On the other hand, among the tasks of the department of foreign economic relations are those that are characteristic, in general, for the marketing department.

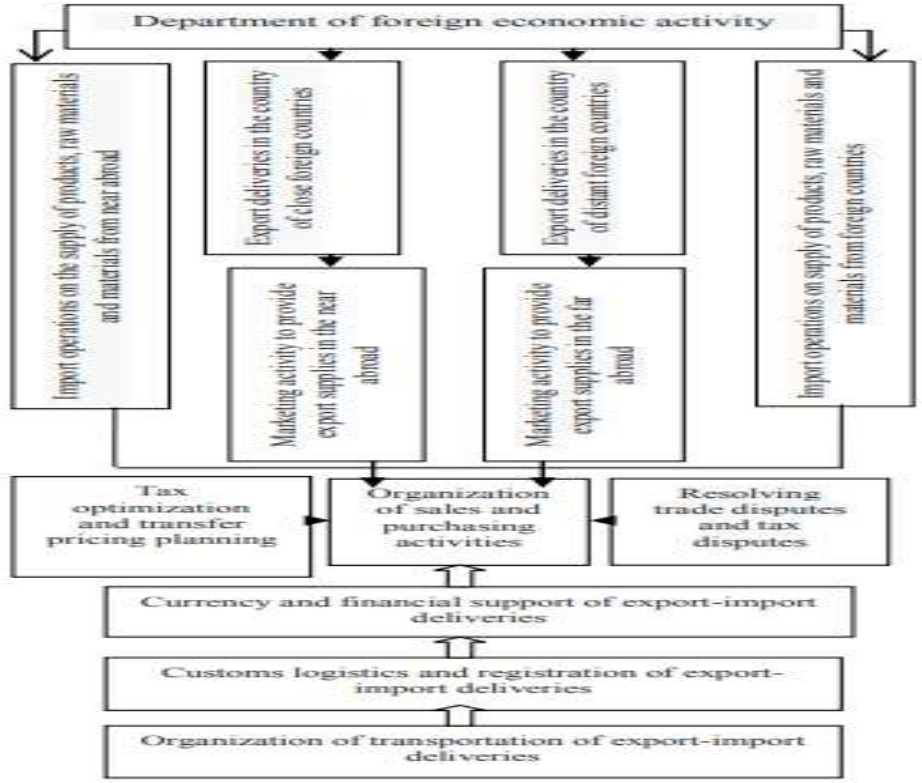
Figure 2: Organizational-economic mechanism of management of foreign economic activity of the enterprise. Author's development.



Source: Porter M., International competition. Country Competitive Advantages, Moscow: Alpina Publisher. 2016.

That is, in the conditions of many markets, bundled assortment of products sold in one market segment, high export volumes, it is necessary to form an export division so that marketing and sales activities in regional markets are carried out in parallel and form a single system, which is responsible for export products to a specific market. The scheme is shown on Fig. 3. Thus, in overall structure of management foreign trade activity enterprise, organization of export activity enterprise occupies an important place, although import operations are also essential for further development, but in economic activity sales of products are primary importance. Improvement of operations on tolling raw materials in order to increase their efficiency should include focusing on the latest achievements in scientific and technological progress, involving the latest production and management technologies, reducing the production cycle, reducing unproductive costs of working time, improving productivity, etc. Elimination of the above-mentioned shortcomings will considerably increase the efficiency of contract work of light industry enterprises operating on the basis of the customer's raw materials, including industrial enterprises, will enable to increase the economic effect of the enterprise. In assessing the level of efficiency work foreign economic activity enterprise, external and internal factors of influence on functioning of industrial enterprises are taken into account. It should also be noted that in process of making a managerial decision main factors influencing the development of industrial enterprises remain: international dumping, aggressive tax planning competitors, state of aggressiveness markets of sales, protection of investors in partner country and the stability of the political situation.

Figure 3: Organizational-economic mechanism of management of foreign economic activity of the enterprise. Author's development



Source: Domashenko M.D., «Economic security of foreign economic activity of machine-building enterprises», 2012. [Online]. Available: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29526/3/Domashenko_Ekonom_bezpeka_dis.pdf Accessed on: July 10, 2019.

Need to allocate and consolidate responsibility centers of functions employees involved in provision of sales activities enterprise, divided by functional characteristics. Responsible persons for sales of products for export in near and far abroad, as well as to domestic market and structured according to types of products. Marketing and contracting officers who will fully ensure the performance of marketing functions and contractual work by product type. Responsible persons for organization of transport, will be engaged in customs clearance of export supplies, as well as management delivery of products to their destination. A separate element of management structure is sales activity, that is, responsible persons for resolution of trade disputes - legal department, which conducts consideration, arising from emerging contractual claims that arise, from company from its partners, from the enterprise - to its suppliers and consumers, anti-dumping processes, violated against the enterprise (Demyanchenko, 2009, 59).

Method

The theoretical and methodological foundations was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Analysis

Activation of foreign economic activity industrial enterprises is the most important prerequisite for stabilization and economic growth of national economy. Therefore, the main task of managing activities of industrial enterprises is development and implementation of an effective management mechanism that strengthens relationship cooperation and allows for creation economic and social effects.

Results

In assessing the level of efficiency work foreign economic activity enterprise, external and internal factors of influence on functioning of industrial enterprises are taken into account. It should also be noted that in process of making a managerial decision main factors influencing the development of industrial enterprises remain: international dumping, aggressive tax planning competitors, state of aggressiveness markets of sales, protection of investors in partner country and the stability of the political situation. Thus, the effectiveness of mechanism foreign economic activity management is inherent in the high level of implementation organizational business processes, namely: monitoring of markets, forecasting market conditions, efficiency export and import goods, contracting, financial support of advertising and promotion goods, organization of transportation, registration insurance and guarantee documentation, customs clearance, implementation of tax planning and transfer pricing.

By results of a research, by authors it was developed mechanism and scheme of organization functioning of department foreign trade activities at the industrial enterprises in which such functional features as were marked out: Marketing, logistic, tax planning. It will give further the chance to concentrate attention on strengthening of effectiveness conducting foreign trade activities by the industrial enterprises and their interaction "to communications with stakeholders.

References:

1. Asaul, M. Voynarenko, L. Dzhulii, L.Yemchuk, L. Skorobohata, and O. Mykoliuk, «The latest information systems in the enterprise management and trends in their development», in Advanced computer information technologies (ACIT`2019) : 9th International Conference, Ceske Budejovice, pp. 409-412, 2019. Doi: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.10.
2. Alekseyeva T. I., «Development of organizational economic mechanism of management of foreign economic activity of the enterprise», Technological audit and production reserves. vol. 2, no 5(28), 2016. DOI: https://doi.org/10.15587/2312-8372.2016.65861
3. Available: https://www.researchgate.net/ publication/307612726 Accessed on: July 1, 2019.
4. Demyanchenko A.G., «Assessment of the effectiveness of the organizational structure of the export business of the enterprise», Mechanism of regulation of economy, vol. 1. pp. 130-137. 2009. [Online]. Available: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/8773/1/17.pdf Accessed on: July 8, 2019.
5. Domashenko M.D., «Economic security of foreign economic activity of machine-building enterprises», 2012. [Online]. Available: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29526/3/Domashenko_Ekonom_bezpeka_dis.pdf Accessed on: July 10, 2019.
6. Gorb O.A., I.A. Yasnolob, and N.Y. Protsiuk, «Organizationaleconomic mechanism of management of food industry enterprises competitiveness», Annals of Agrarian Science, vol. 14, no. 3, pp. 191- 195, 2016. [Online].
7. Palamarchuk O.M., «Organizational and economic mechanism of enterprise competitiveness management». Economic Herald of the University, vol. 35/1, pp. 59-66. 2017. [Online]. Available: https://cyberleninka.ru/article/n/organizational-and-economicmechanism-of-enterprise-competitiveness-management Accessed on: July 3, 2019.
8. Porter M., International competition. Country Competitive Advantages, Moscow: Alpina Publisher. 2016.
9. Sushchenko O.A., «Methodological basis of construction of the system of management of foreign economic activity of enterprises of the region», Project management and production development, vol. 1(45), pp. 50-58, 2013.
10. Yevtushenko N. A., «Methodological principles for establishment of consulting cooperation organizational and economic mechanism» Economic Processes Management, vol. 2, 2017. [Online]. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2017_2/epm2017_2_14.pdf Accessed on: July 5, 2019.

The Effects of Celebrities on TV Advertisements on Consumers Purchasing Behaviors

Fidan Safarova

safarova.fidan.adiu@gmail.com

Abstract

Advertising has become indispensable in today's society and plays a vital role for any brand that is interested in selling one or multiple products. For a brand, therefore, advertising is a tool to set itself apart from its competitors. It comes with no surprise that well-known brands resort to the use of famous people or celebrities to enhance their reach to consumers and to further distinguish themselves from the competition. The thought-process behind said use is to leave a lasting impression in the consumer's mind and to stay in their memories. Conducted studies have shown that one of the most effective methods to increase a brand's reach among other strategies is the usage of famous people for advertisements. They are presumed to give a brand "a personality" by using a face that can be referred to when it comes to thinking of a brand. Physical characteristics, in order to create a brand image, and sometimes to direct public relations and sales development activities also play an important role. One of the most frequently used usage fields for celebrities is television advertisements. The main reason behind this is to create a connection between the advertised products or services and the celebrity, which comes along with a transfer of personality traits and image, in short, the attributes of a celebrity give a product or service a meaning. Thus, when the consumer sees a popular celebrity in a new advertisement, it may attract the attention by addressing the feelings of the consumer.

Key Words: Television Advertisement, Celebrity, Consumer Behavior.

Introduction

In today's time, intense competition is a normal state in marketing and with this competitive pressure, "new" products, which do not provide a qualitative difference among its peers, are introduced to the market on a frequent basis. Although the fact that the product is new, it may only provide a short-term competitive advantage to the manufacturer, the fact that the competitors imitate the new product and add it to their product range does not necessarily make this advantage sufficient. Companies try to distinguish themselves from their competitors and also try to stand out to their consumers, which cannot be differentiated on the basis of products alone, therefore the emotional bonds they establish with consumers are of the utmost importance. Firms try to establish emotional bonds with their customers through messages they send by using advertising, public relations, promotion techniques or personal sales initiatives and / or mass communication devices.

Marketing aims to influence mass behavior with integrated communication techniques. Today, the fastest and most effective way to affect the masses is advertisement, which is one of the key components of marketing. Advertising can be summarized as the information and persuasion activities which are carried out by buying a place and time in the media in order to persuade the target audiences from learning of the products and services of an enterprise to the purchasing action and to create a lasting impression of the business onto these audiences, thus creating an image. Advertising aims to elicit new needs in people by introducing the goods and services that are offered by a brand which may solve an existing problem. However, while creating this demand, it uses mass media to reach large audiences at the same time instead of face-to-face communication.

Television, which is one of the most important mass media tools, has simultaneously become one of the most effective advertising conductors in marketing today. The fact that the advertisement has an impact on the target audience that needs to be conveyed in the television advertising industry, which has been developing the fastest in the world during the recent years, requires that it is prepared in accordance with some principles. While print media and radio can be used as a support for television advertisements, on the internet, advertising is rapidly developing and becoming widespread, television however is still accepted as the most important medium for reaching large audiences.

One of the most effective methods used to ensure that the advertisement is remembered is the use of well-known people in advertisements. The importance of this issue becomes clear when the fact is regarded that companies have used famous people in advertising of their products / services by making significant expenses even in the crisis period experienced worldwide recently and that they achieved satisfactory results at the end of these advertisements. (www.bpi.somee.com)

During the preparation of this study, information, researches and examinations in the local and foreign literature related to the subject were examined.

Methodology

Problem

In general: The effects of advertisements on the consumer.

In particular: The effect of celebrities on TV advertisements and customer purchasing behavior.

Advertising is a communication method by which the advertisers convey their message in a persuasive manner in order to reach the target consumer via mass media. The functioning process of advertisements, as a second part, contains the effect stages or the process of exposure, which reveals how individuals are affected by ads which they are exposed to. Regarding the process of advertising, there is no model that fully explains the effects of advertisements on consumers. Many variables, such as the type of product being advertised, target audience characteristics, individual factors, purchasing motivations and brand characteristics play an important role for the impact of advertising on individuals. Not remembering or recognizing advertisements poses a problem in terms of the effects (awareness, persuasion, purchase, etc.) which brands want to impose on consumers. Triggering emotions, using characteristics of relationships or certain stereotypes, and techniques which manage the impressions that are supposed to be left in society are tools which are used by brands throughout media celebrities in advertisements in order to make them more relatable, so the advertisement can leave a deep impression on the customer. However, how effective celebrities in advertisements are for the customer, the factors that this effectiveness depends on, and not knowing for what reasons the consumer buys an advertised product, are ongoing problems when it comes to explaining customer purchasing behavior.

As a result; this research will discuss the effect of using celebrities in advertising and thus, their impact on consumer buying behavior.

Purpose of the research

The purpose of this research is to reveal the reasons why celebrities are used in advertisements and to determine their effects on the consumer.

In order to find answers to the above-implied research questions, they are expressed explicitly as follows:

1) Does the use of celebrities in advertisements affect the attention of the consumer?
2) Does the use of celebrities in advertising affect purchasing behavior?
3) Are the celebrities used in advertising effective in creating an image?
4) Does using celebrities in advertisements have a credibility effect on the consumer?
5) Does using celebrities in advertisements provide reliability for the product?
6) Does the use of celebrities affect the recall rate of such an advertisement?

Research Model

During the research phase, the sources related to the research topic and the effects of television advertisements on consumers were examined and the previous researches and findings obtained on these topics were evaluated. A literature research has been done on the subject.

In this research, the secondary data collection method was used. During the research phase, the sources related to the research topic and the effects of television advertisements on consumers were investigated and previous researches and findings obtained on these topics were evaluated.

Analysis

All famous brands know that the choice of the right celebrity, in particular their endorsement, increases sales numbers, so that is why the biggest companies pay millions of dollars to celebrities for advertising. Investing in the right celebrity can yield a huge net profit margin for the brand. Some brands therefore choose one face to represent a company for lifetime because they are so in demand.

The usage of famous people has been a strategy in advertisements which has also been used by companies for a long time. Celebrities are popular and respected people in the society as they have role model function. The use of celebrities is effective in promoting a product or service to consumers. Since they are respected people in the society, it is possible for consumers to trust the product or service more and for the company to attract the customer's attention. Celebrities can be found in advertisements with both sounds and images.

Pepsi started to endorse 2000's year pop teenager icon Britney Spears in commercials and it brought her more than 50 million dollars. The brand also used Michael Jackson as a face for their company. These advertisements were very successful, so Pepsi continued this tradition. (https://www.theguardian.com/media/2001/feb/07/advertising3). The next one was the most famous celebrity, Beyoncé. Pepsi paid millions of dollars to Beyoncé for her to promote their drink, i. e. their brand. Pepsi sold more products and Beyoncé received additional revenues from these sales (estimated $50 million).

Coca Cola worked with Taylor Swift, because Diet Cola was her favorite drink and she was paid $26 million during the campaign. (https://nickymohr.co.il/biggest-celebrity-endorsement-deals/)

Luxury brand Louis Vuitton used Selena Gomez as their new brand face. Millions of people liked this advertisement. Before her, they worked together with the actress and former model Angelina Jolie (estimated $10 million). (https://zoovu.com/blog/impact-of-celebrity-endorsement-on-consumer-buying-behavior/).

Nike spends $475 million to athletes for advertising annually and increased its sales by 4% on average. Nike endorsed Tiger Woods and the sales increased from 0.6 % to 4% in just 6 months. (https://zoovu.com/blog/impact-of-celebrity-endorsement-on-consumer-buying-behavior/) They also worked with basketball player Michael Jordan for Nike Air Jordan. This is estimated to have cost them $60 million a year. (https://nickymohr.co.il/biggest-celebrity-endorsement-deals/)

LeBron James has the most successful lifetime contract with Nike which is estimated to around $1 billion. He will work as brand ambassador of the company after retirement.

Chanel used Nicol Kidman in advertisements and it increased their perfume sales by 30 % in the global market. She was paid $56 million for their No.5 perfume, she stayed loyal to this brand after. They also have an agreement with Brad Pitt for an estimated $7 million contract.

Dior has an agreement with Oscar winner Charlize Theron and it is estimated to net a $65 million profit for her for advertising their Jadore perfume.

The famous soccer player David Beckham has many agreements with various brands, such as e. g. H&M.

He has the biggest contract in sports history. The international brand Adidas has a lifetime contract with him and it is estimated to lie around $160 million. This contract includes among extra payments a certain percentage of each sale for the shoes he wears. Now he even works for Adidas. (https://nickymohr.co.il/biggest-celebrity-endorsement-deals/)

Smart Water uses Jennifer Aniston since 2010 because of her youthful complexion. The slogan of the advertisement is “My secret is revealed”. She used this brand to lose weight and to maintain a healthy lifestyle, then continued to work with the company.

Famous rapper 50 Cent had worked with different brands during his career. Reebok ($80 million), Frigo Revolution Wear ($78 million) and etc. But the most successful advertisement was Vitamin Water which estimated ~$100 million.

The famous actor George Clooney e. g. has an agreement with the coffee brand Nespresso since 2005. It is estimated to yield $60 million for him.

The top list of celebrity endorsements is listed in the table below (https://loanpride.com/)

Celebrity	**Company**	**Estimation ($)**
George Clooney	Nespresso	60 million
Beyonce	Pepsi	50 million
Michael Jordan	Nike Air Jordan	60 million (a year)
Taylor Swift	Coca Cola	26 million
50 Cent	Vitamin Water	100 million

Charlize Theron	Dior	65 million
Justin Timberlake	McDonald's	6 million
Nicole Kidman	Chanel No. 5	56 million
Robert Downey Jr.	HTC	12 million
David Beckham	Adidas	160 million
LeBron James	Nike	1 billion
Brad Pitt	Chanel	7 million
Jennifer Aniston	SmartWater	2 million
Angelina Jolie	Louis Vuitton	10 million
Blake Lively	L'Oreal Paris	20 million
Matt Damon	Nespresso	3 million
Britney Spears	Pepsi	10 million
Catherine Zeta-Jones	T-Mobile	40 million
Ashton Kutcher	Lenovo	10 million
Jay-Z	Samsung	25 million
Sofia Vergara	Head & Shoulders	40 million
Julia Roberts	Lancôme	50 million
Jessica Simpson	Weight Watchers	12 million
Rihanna	Puma	1 million
Justin Bieber	OPI Nail Polish	12 million
George Foreman	Grill	150 million
Tiger Woods	Nike	100 million
Michelle Williams	Louis Vuitton	10 million

Ellen DeGeneres	CoverGirl	50 million
Usain Bolt	Puma	40 million
Tiësto	7Up	30 million
Neil Patrick Harris	Heineken Light	4 million
Kate Winslet	Longines Watches	10 million
Jennifer Garner	Capital One	3 million
Venus Williams	Reebok	4 million
Chris Hemsworth	TAG Heuer	5 million
Marc Jacobs	Diet Coke	1.5 million
Serena Williams	Nike	40 million
Rafael Nadal	Richard Mille Watches	10 million
Robert Pattinson	Dior	12 million
Kobe Bryant	McDonalds	10 million

There are psychological facts behind consumers' thoughts. Consumers are more likely to remember products approved by celebrities, regardless of whether they like them or not. Customers' brains accept celebrities as familiar people. If they love the endorsed celebrity, they accept this advertisement like an advice from their best friend.

When a celebrity stands surety for a product, it increases brand familiarity, awareness, trust and affects consumers' buying behavior. If it is their favorite celebrity, they feel much closer to this brand. It means, there is a simple logic and psychological effect; customers believe that with this product they can imitate the celebrity and feel like them. They want to emulate celebrities' skills, success, beauty and etc. (Chi et al., 2011)

So, brands want to build awareness and credibility with using celebrities.

Researchers found out that 85 % of people answered that they believe and prefer the products which advised by the celebrities because it builds credibility, increases awareness of brand. (Baig et al., 2013)

All results show that there is a positive relationship between consumers' purchasing behavior and a credibility of advertisements. Celebrities impact consumer's feelings and emotions albeit unclear by how much. (https://zoovu.com/blog/impact-of-celebrity-endorsement-on-consumer-buying-behavior/)

Results

The positive effect (and also the risks) of using a celebrity with high recognition and popularity in long-term advertising campaigns on a brand image and its sales cannot be denied. Celebrity endorsement is especially beneficial for an advertisement when it is within the threshold of perception of the target audience in advertisement bombardment. The presence of the celebrity causes the map of interest on the advertisement image to change and emotional activation levels to increase. Also, celebrity use differs based on gender and age group variables.

Since it is an extremely expensive method albeit famous, brands need to organize their selection stages, benefit and loss calculations carefully.

The brands must choose physically beautiful or handsome and attractive celebrities for beauty related products, such as cosmetics, shampoos etc. in order to increase the effect on the customer. Usually they endorse movie stars for soft drinks, jewelry, toothpaste advertisements, sportsmen for healthy meals and drinks, models for clothes etc.

Moreover, the brands must choose famous and familiar celebrities for their advertisements, otherwise the desired effect would be diminished. Additionally, determining the correct celebrity that is the most appropriate for the product, is a challenge that brands have to face in their advertising plan over and over again.

The companies behind the brands must choose a celebrity with an already great and authentic image for the public, because an untainted image of a celebrity will have a positive effect on the brand image as well.

Cultural factors must also be taken into account, since it determines negative or positive purchasing behavior. Rural people are completely different than urban people because of their lifestyle and traditions.

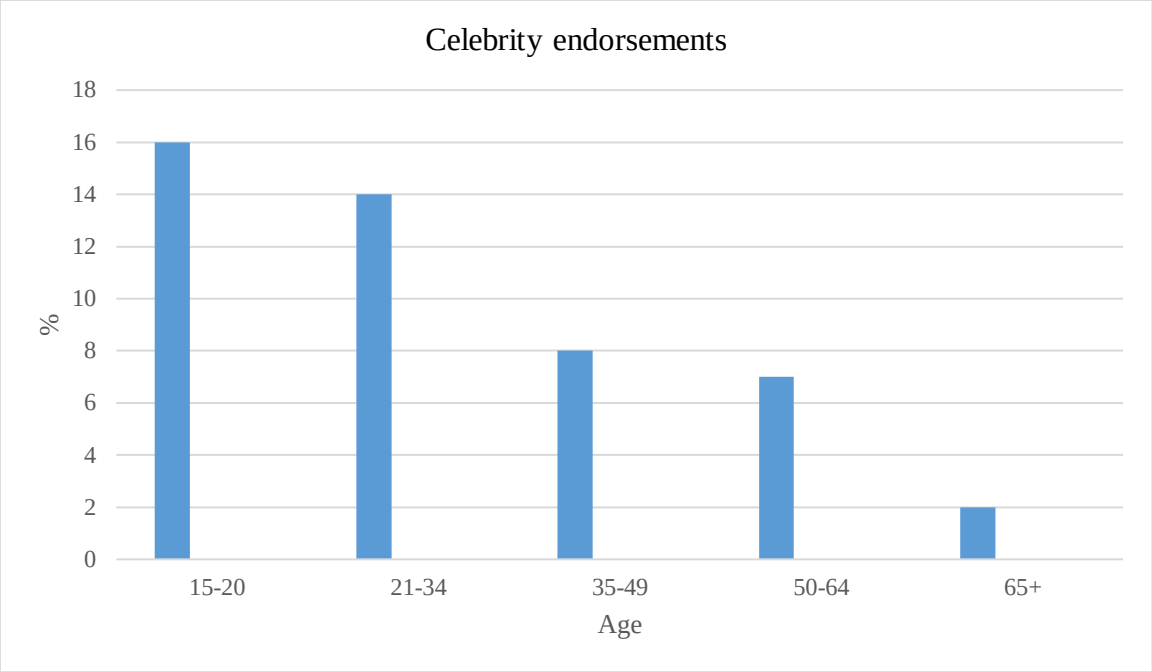
The brand must match the celebrity to their advertised product, because if they chose an unknown or unpopular celebrity, the customer may possibly not relate to the shown person or the product which would negate the desired effect.

Proper TV channels and the right time for advertisements are also paramount for the brand’s success in their advertising idea. Therefore, companies can determine peak watching times of their target audience to reach the maximum possible amount of customers.

The companies first must determine their target audience and the age range of their customers, because there is a relationship between a customer’s age and perception. The young age group e. g. prefers attractive and physically beautiful celebrities. They also must identify the customer profile, since there is a correlation between the customer profile and their perception as well. For example, students care about certain celebrities more than others.

Advertisements resonate more for the younger than the older generation. Generation Z were impacted by 16 %, Millennials by 14 %, Generation X by 8 %, Boomers by 7 % and Silent Generation just by 2% by celebrity advertisements. It is obvious that there is a positive correlation between customer age and celebrity endorsement which is also shown in the graphic below.

Figure 1. Celebrity endorsements



Source: Nielsen Report – Global Trust in Advertising, www.nielsen.com (21.03.2020)

References

1. www.bpi.somee.com (09.01.2020)
2. https://www.theguardian.com/media/2001/feb/07/advertising3 (05.03.2020)
3. https://nickymohr.co.il/biggest-celebrity-endorsement-deals/ (07.03.2020)
4. https://www.campaigntr.com/reklamda-unlu-kullanimi-sanildigi-kadar-etkili-mi/ (15.03.2020)
5. https://cloutdaily.com/celebrity-endorsed-products-of-2019/ (15.03.2020)
6. https://loanpride.com/ (17.03.2020)
7. Chi et al 2011. The Influences of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser. Journal of International Management Studies.
8. Baig et al. (2013). Contemporary Ideas and Research in Marketing. lulu.com. 1st edition.
9. https://www.nielsen.com/de/de/ (12.02.2020)
10. https://zoovu.com/blog/impact-of-celebrity-endorsement-on-consumer-buying-behavior (16.02.2020)

Azərbaycanın Beynəlxalq Ticarətdə Gömrük ProsedurlarınınTəkminləşdirilməsi

Elvin Səfərli

seferli.elvin.111@gmail.com

Xülasə

Beynəlxalq ticarətdə gömrük rəsmiləşdirilməsinin effektivliyi ölkə nümunəsi timsalında məlumatlardan istifadə edilməklə araşdırılır. Gömrüyün xarici ticarətin və xarici iqtisadi fəaliyyətin inkişafındakı rolu göstərilir. Gömrük rəsmilləşdirilməsinin inkişafı malların ixrac və idxalı ilə bağlı və statistik baxımnan əhəmiyyətli bir əlaqə yaradır. Xüsusilə istehsalın qloballaşması istehsal proseslərinin yerinə yetirilməsindən sonra e-ticarətin inkişafına cavab olaraq gömrük sənədləşdirilməsinin necə inkişaf etdiyini təsvir edir. Dünya ölkələri gömrük rəsmləşdirilməsini asanlaşdırmaq və şəffaflığın artırılması üçün elektron tək pəncərə sistemlərinin istifadə etməklə, bundan başqa sərhəd keçid məntəqələrində gömrük rəsmiləşdirilməsini sürətləndirmək üçün ticarət proqramlarının qəbul edilməsinə səylər göstəri və ölkənin beynəlxalq ticarətdəki mövqeyinə təsir göstərmiş olurlar. Müasir yüksək texnoloji, şəffaf və effektiv gömrük idarəetmə sisteminin yaradılması probleminə xüsusi diqqət yetirilir Tək pəncərə xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi olan qeyri-tarif ticarət maneələrini azaltmaqla ticarətin asanlaşdırılmasına dair konsepsiyaların tətbiqidir. Digər tərəfdən isə beynəlxalq ticarətin sadələşdirilməsi məqsədi ilə gömrük orqanları ən az vaxtda "bir pəncərə" prinsipi əsasında mümkün olan dövlət sərhəd qəsəbələrində malların müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyənləşdirilmiş baytarlıq, fitosanitar və digər nəzarət üsullarını həyata keçirirlər. Tədqiqat tapşırığı olaraq gömrük prosedurlarını sadələşdirmək və gömrük rəsmiləşdirilməsi və mal və nəqliyyat vasitələrinə nəzarət zamanı gömrük əməliyyatlarını sürətləndirmək üçün əsas perspektivli sahələr müəyyən edilmişdir. Müasir gömrük rəsmiləşdirilməsi prosesi, malların beynəlxalq ticarətini asanlaşdırmaq üçün vacib olan logistik xidmətin bir hissəsidir. Həmçinin Azərbaycan Dövlət Gömrük Komitəsinin keçirdiyi layihələr gömrük sektorunda ticarətin asanlaşdırması və beynəlxalq ticarət payını artıra bilər.

Açar sözlər: Gömrük rəsmilləşdirilməsinin təkminləşdirilməsi, Ticarət asanlaşdırılması, Gömrük prosedurunun sadələşdirilməsi

Metod

Tədqiqat işində nəzəri metodlardan istifadə olunmaqla, ümumi Azərbyacan Respublikasının gömrük rəsmilləşdirilməsi prosedurlarının ölkələrlə müqayisəli statistik göstəriciləri təkmillləşdirilməsi nəticədə beynəlxaq ticarət payının artması qeyd edilmişdir.

Analiz

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması hər bir milli iqtisadi sistemin diqərləri ilə sıx bağlı olduğu müasir iqtisadi birliyin yaranmasına öz töhfəsini vermişdir. Bir ölkənin iqtisadiyyatındakı problemlər digər ölkənin iqtisadiyyatında və bütövlükdə iqtisadi cəmiyyətdə fəlakətli nəticələrə səbəb ola bilər. Bunu təsdiqləyən əyani nümunə ilk növbə ABŞ və sonra Avropa Birliyinin 2008-cı il böhranını misal göstərmək olar.

İstənilən dövlətin milli təhlükəsizliyi mövcud potensiala və onun xüsusiyyətlərinə və bu potensialın güclü komponentlərinə əsaslanır. Təəssüf ki, bu gün Azərbaycanın güclü iqtisadi bir hissəsi, ciddi şəkildə müəyyənləşdirilmiş iqtisadi seqmenti yoxdur. Dünya bazarında neftin qiymətinin aşağı düşməsi, habelə likvid maliyyə mənbələrinin kəskin çatışmazlığı nəticəsində iqtisadiyyatımızdakı vəziyyət onun dünya bazarlarından asılılığını əyani şəkildə göstərdi. Azərbaycanın xarici iqtisadi ixtisaslaşması hələ də istehlak və sənaye məqsədləri üçün hazır məhsullar üçün təbii ehtiyatların

mübadiləsi üçün köhnəlmiş bir sxemə əsaslanır.

Mövcud vəziyyət həm xarici, həm də daxili bir sıra səbəblərdən qaynaqlanır. Bir qayda olaraq, Qərb ölkələri Azərbaycanı yanacaq və xammal tədarükçüsü bazarı hesab edirlər. Baş verənlər bir daha bütün təsərrüfatının modernləşdirilməsinin və bunun əsasında ölkəmizin iqtisadi sahədə rəqabət üstünlüklərinin genişləndirilməsinin zəruriliyindən xəbər verir. Bu baxımdan, Azərbaycanın əsas strateji vəzifələrindən biri iqtisadi inkişafın mövcud modelini və xarici iqtisadi əlaqələri aradan qaldırmaq, beynəlxalq ixtisaslaşmasının yanacaq və xammal profili baxımından dəyişdirməkdir.

Beynəlxalq təcrübənin də göstərdiyi kimi, yeni iqtisadi inkişaf modeli, hər hansı bir ölkənin dünya iqtisadiyyatına effektiv inteqrasiyası üçün əlverişli şəraitin yaradılması, xarici iqtisadi fəaliyyətin miqyası, xarakteri və formalarının dəyişməsi gömrük siyasəti alətlərinin səmərəli istifadəsi ilə əlaqəlidir. Gömrük siyasəti, öz növbəsində, dövlətin daxili və xarici siyasətinin ayrılmaz hissəsidir, onun əsas tərkib hissəsi gömrük idarəetməsidir. Nəticə etibarilə, xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi üçün prioritet sahələrə əsaslanaraq gömrük inzibatçılığının inkişafı və təkmilləşməsi, ilk növbədə, gömrük inzibatçılığının inkişafında yeni, keyfiyyətcə fərqli bir mərhələyə qədəm qoymağı tələb edən yeni təhdid və çağırışların yaranması nəzərə alınmaqla aktuallaşır.

Öz fəaliyyətində gömrük siyasətinin idarə edilməsi iki aspekt arasındadır: birincisi, ictimai təhlükəsizliyin təmin edilməsi üçün aydın nəzarətin zəruriliyi; ikincisi, gömrük rəsmiləşdirilməsini maksimum asanlaşdırmaqla biznesin inkişafına təkan vermək. Bu o deməkdir ki, təkcə ticarətin inkişafı ilə deyil, istehlak bazarını tarazlığa nail olmaq üçün rəqabət qabiliyyətli məhsul və texnologiyaların istehsalı ilə əlaqəli iqtisadi maraq getdikcə gömrükdə əks olunur. Beləliklə, dövlətlərin gömrük xidmətlərinin yuxarıda göstərilən bu iki vacib vəzifənin uğurla həll olunmasına imkan verə bilər.

İqtisadi prosesin çox olduğu amillər arasında ölkəmizdə gömrük islahatları, hüquq-mühafizə, nəzarət və tənzimləmə orqanının funksiyalarını özündə birləşdirən ixrac-idxal əməliyyatları sistemində xüsusi yer tutduğundan istehsal potensialının genişləndirilməsi üçün ən vacib qurumlardan biridir. Bu funksiyalara əsaslanaraq, gömrük xidməti hər hansı bir dövlətin xarici iqtisadi sisteminin tərkib hissəsi kimi, xarici ticarətin gömrük rüsumlarının tutlması sahəsində dövlət idarəçiliyinin ümumi qəbul edilmiş funksiyalarını həyata keçirməklə yanaşı, fəaliyyətini xüsusi xidmət formasında göstərdiyi bir sosial-iqtisadi bir qurum kimi də fəal iştirak edir.

Beləliklə, gömrük rəhbərliyi Azərbaycan iqtisadiyyatına investisiya cəlb etmək üçün əlverişli şərait yaratmağa, gömrük ödənişlərinin büdcəyə tam daxil olmasını təmin etməyə, yerli istehsalçıları, əqli mülkiyyət obyektlərini qorumağa, xarici ticarətin asanlaşdırılmasını maksimum dərəcədə artırmağa və inzibati xətalara və cinayətlərə qarşı səmərəli mübarizə aparmağa çağırılır. Sosial-iqtisadi məsələlərin həyata keçirilməsi, xarici iqtisadi fəaliyyətin inkişafı, gömrük xidmətinin islahatı və modernləşdirilməsi, cəmiyyət üçün məqbul olan qavrayış formalarında cəmiyyətə təsirinin xarakteri gömrük idarəetməsinin uğurlu təşkilindən asılıdır. Dövlət xarici ticarətdə maraqlarının reallaşmasına və Azərbaycanın mal istehsalının inkişafına kömək edir və milli təhlükəsizliyə təhdidlərə qarşı çıxır.

Son illərdə gömrük orqanının keyfiyyəti xarici ticarətin və innovativ biznesin inkişafında mühüm irəliləyişlər əldə etmişdir. Fiskal komponentə gəldikdə, yenə də stimullaşdırıcı və tənzimləyici funksiyaları üstün tutur. Bunun səbəbi, dərinləşən bir böhran şəraitində, ölkəmizin gömrük siyasəti

büdcənin gəlirlərinin artırılmasında hələ də mühüm rol oynayır. Bu arqumenti dəstəkləmək üçün 2018-ci ildə idxal-ixrac əməliyyatlarının təhlil göstərir (Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi [AR], 2018).

Cədvəl 1 Azərbaycanın xarici ticarətin gömrük statistikasının əsas göstəriciləri 2018.(mil. ABŞ dolları ilə)

	2018	2017	2016	2015
Ticarət dövriyyəsi	30923,6	24103,3	21946,7	21945,8
İxrac	19458,6	15320,0	13457,6	12729,1
İdxal	11465,0	8783,3	8489,1	9216,7
Xarici ticarət saldosu	7993,6	6536,7	4968,5	3512,4

Mənbə: https://www.stat.gov.az/

Gömrük ödənişlərinin vaxtında verilməsi Azərbaycanın DGK-nin yaxşı qurulmuş və səmərəli işi ilə təmin edir gömrük ödənişlərinin toplanması və ödənilməsi ilə bağlı yüksək nəticənin əldə edilməsi yeni informasiya texnologiyalarının hədəflənmiş inkişafı və sonradan tətbiqi, risklərin idarə edilməsi sisteminin optimallaşdırılması və müvəffəqiyyətli hüquq mühafizə orqanları ilə birlikdə azadolma sonrası nəzarət formalarının tətbiqi sayəsində mümkün olmuşdur. Buna görə də xarici ticarətin inkişafını asanlaşdırmaq baxımından gömrük inzibatçılığının strateji məqsədə çatmasının amillərindən biri bütün ixrac-idxal əməliyyatlarının bütün operatorlarına keyfiyyətli xidmət göstərilməsi olmuşdur. Səmərəli və yüksək keyfiyyətli dövlət xidmətləri vaxtı azaltmaq və vaxtında gömrük əməliyyatları üçün zəruri olan gömrük prosedurlarının sürətini artırmaqla xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarının və malların son istehlakçısının ticarət axınının artırılması və minimuma endirilməsi üçün əlverişli şərait yaratmışdır. Bundan əlavə, gömrük inzibatçılığının yüksək texnologiyalarının tətbiqi, xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına məlumat vermək və məsləhət vermək praktikasının artması, gömrük infrastrukturunun və onun texniki təchizatının daha da inkişaf etdirilməsi və təkmilləşdirilməsi, Azərbaycan Respublikasının sərhədi üzərindən keçid məntəqələrinin keçid qabiliyyətinin genişləndirilməsi sayəsində gömrük ödənişlərinin toplanması asanlaşdı.

Eyni zamanda, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesləri və maliyyə-iqtisadi böhranı, ölkəmizə qarşı əsassız iqtisadi olaraq gömrük sahəsində dövlət xidmətlərinin daha da keyfiyyətli inkişaf etdirilməsini, həmçinin gömrük idarəetmə institutunun inkişaf etdirilməsini və təkmilləşdirilməsini tələb edir. Gömrük idarəçiliyinin məqsədyönlü şəkildə təkmilləşdirilməsi ümumdünya alətlərinin formalaşdırılması və dinamik dəyişən dünya və dövlətin daxili siyasətindən asılı olaraq fəaliyyət göstəricilərinin yaradılması yolu ilə həyata keçirilməlidir.

Gömrük orqanları xarici ticarətin həyata keçirilməsində təkcə fəal iştirakçı olmaqla, həm də kompleks texnoloji və ticarət rabitə sistemini həyata keçirir. Gömrük orqanlarında istifadə olunan yeni texnaloqiya və proqramlara bunları göstərmək olar: tək pəncərə sisteminin, yaşıl dəhliz layihəsi və VAIS-in tətbiqi (Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi [AR] 2012), (AR NK, 2012).

Tək pəncərə sistemi ticarətin asanlaşdırılması ilə yanaşı, gömrük orqanları və digər dövlət orqanları risklərin azaldılması, beynəlxalq ticarət təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, digər ölkələrin gömrük və digər dövlət orqanları arasında informasiya həyata keçirdir.

2019-cu ilin fevralın 01 tətbiq olunan "Yaşıl Dəhliz" buraxılış sisteminin məqsədi qanunvericiliyə riayət edən xarici ticarət iştirakçıları üçün daha əlverişli şərait yaratmaq, biznesin dövlət tənzimləmə mexanizmlərinin effektivliyini artırmaq, ölkənin ixrac potensialını gücləndirməkdən ibarətdir.“Yaşıl Dəhliz” buraxılış sisteminin imkanlarından yararlanan iş adamları mal və nəqliyyat vasitələri gömrük ərazisinə gətirilmədən öncə birbaşa öz ofislərindən və ya internetə çıxışı olan məkandan qısa idxal bəyannamələrini elektron qaydada təqdim etməklə ilə idxal etdikləri mal və nəqliyyat vasitələrini anbarlarına apara bilərlər. Bu isə vaxt itkisinin, əlavə xərclərin, ticarətin asan və sürətli şəkildə həyata keçirilməsinə imkan verəcək (Azərbaycan Republikası Prezidentinin fərmanı [AR], 2016)0

Gömrük orqanlarında VAIS-in tətbiqinin əsas məqsədi "kağızsız texnologiya" əsasında dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən keçirilən malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük rəsmiləşdirilməsinə elektron üsullarla nəzarət edilməsi də gömrük layihələrdən biri hesab olunur. Bu sisteminin tətbiqidə gömrük rüsumlarını ve yığımlarını elekton qaydada həyata keçirməyə imkan verəcək. Bunun nəticəsində gömrükdə yüklərin idxalı və ixrac prosesində rəsmilləşdirmədə az vaxt tələb olunacaq. Bu isə ölkədə xarici ticarətin daha sürətləşməsi və ölkənin ticarətinin artmasına səbəb olacaq.

Azərbaycanın beynəlxalq inteqrasiya proseslərində iştirakı ÜTT-də və gömrük prosedurlarının uyğunlaşdırılması və sadələşdirilməsinə dair beynəlxalq sazişlərdə tam iştiraka yönəlmişdir. Regional səviyyədə Azərbaycan MDB və digər regional iqtisadi inteqrasiya qruplarında fəal iştirak edir. Bütün bu tədbirlər istehlak bazarının yüksək keyfiyyətli mal və texnologiyalarla doldurulmasının aparıcısına çevrilməli olan gömrük inzibatçılığı sisteminin inkişafı və təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə ölkəmizin gömrük xidmətinin fəaliyyətinin daha da əlaqələndirilməsi ilə əlaqələndirilir. Buna görə artan beynəlxalq ticarəti kontekstində gömrük xidməti sərhəddən keçən ixrac-idxal mal axını dayandırmamaq üçün gömrük rəsmiləşdirilməsinin inkişafı və təkmilləşdirilməsi üçün daha müasir texnologiyalar tətbiq etməyə məcburdur.

Cədvəl 2. Trading across borders (Sərhədlərarası ticarət) 2019.

Countries	**Rankings**	**Time to export Documentary compliance and Border Compliance**	**Cost to export Documentary compliance and Border Compliance**	**Time to import Documentary compliance and Border Compliance**	**Cost to import Documentary compliance and Border Compliance**
Azerbaijan	84	33 and 17 hours	250$ and 214$	33 and 14 hours	200$ and 300$
Germany	24	1 and 36 hours	45$ and 345$	1 and 0 hours	0$ and 0$
Georgia	43	2 and 6 hours	0$ and 112$	2 and 15 hours	189$ and 396$

Sweden	12	1 and 2 hours	40 and 55	1 and 0 hours	0$ and 0$
Turkey	42	4 and 16 hours	55 $ and 358 $	3 and 11 hours	80$ and 46$
Iran	128	33 and 101 hours	60$ and 415$	40 and 141 hours	90$ and 660$
Austria	26	1 and 0 hours	0$ and 0$	1 and 0 hours	0$ and 0$

Mənbə:http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf.

Cədvəl 2-də göründüyümüz kimi Azərbaycan Respublikası sərhədlərində idxal və ixrac olunan yüklərin gömrük rəsmiləşdirilməsi və vaxt alınmasına görə həm qonşu ölkələrdən həmdə ki inkişaf etmiş ölkə olan İsveçin, Almaniyanın, Avstrianın göstəricilərindən geri qalır. Bu isə ölkəmizdə ticarətin sürətlənməsinə mane olan səbəbdən biridir.

Yuxarıda göstərilənləri nəzərə alınmaqla kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün effektiv siyasət həyata keçirmək üçün dövlət icra hakimiyyəti orqanları Azərbaycan Respublikasında gömrük idarəetmə mexanizmlərini və vasitələrini inkişaf etdirmək üçün geniş miqyaslı vəzifə ilə üz-üzədirlər. Mümkündür ki, maliyyə-iqtisadi böhran şəraitində ölkəmiz gömrük xidmətinin inkişafına mane olan daha ciddi problemlərlə üzləşəcəkdir. Ancaq eyni zamanda, mümkün maneələrin meydana gəlməsini və maliyyə risklərinin böyüməsini nəzərə alaraq, gömrük orqanının mexanizmi və vasitələri kökündən yeni formaları qəbul etməlidir. Buna görə mövcud böhran vəziyyətindən çıxmaq üçün gömrük inzibatçılığının daha da təkmilləşdirilməsini təmin etmək lazımdır, buna görə də onun fəaliyyətinə aşağıdakı əsas istiqamətlərdə köklü dəyişikliklər edilməlidir.

Malların bəyannamə verilməsi və buraxılması zamanı gömrük əməliyyatlarının vaxtının minimuma endirilməsi.

Bunun üçün malların bəyannaməsi zamanı tələb olunan sənədlərin siyahısını minimuma endirmək, həmçinin xarici ticarət müqaviləsini, gömrük rüsumlarının ödənilməsini təsdiq edən digər sənədləri azaltmaq lazımdır (Luc De Wulf and Jose B. Sokol , 2005). Bu mürəkkəb prosedur xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları üçün əsassız öhdəliklər daşıyır. Bu baxımdan gələcəkdə Azərbaycan Respublikasının DGK-nin əsas fəaliyyət sahələrindən biri olan perspektivli innovativ informasiya və gömrük texnologiyalarının daha da inkişafı və təkmilləşdirilməsi zəruridir. Azərbaycan DGK peşəkar fəaliyyətinin səmərəliliyini və son istifadəçiyə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini artırmaq üçün müasir texnologiyaların tətbiqi ilə ardıcıl siyasət aparır. Gömrük informasiya texnologiyaları ilk növbədə müasir informasiya sistemlərinin istifadəsinə və elektron məlumat ötürülməsinə əsaslanan texnologiyalardır. (Luc De Wulf and Jose B. Sokol , 2005). Bu texnologiyalar, avtomatlaşdırılması ilə gömrük rəsmiləşdirilməsi və gömrük nəzarətini asanlaşdırmaq və sürətləndirmək üçün hazırlanmışdır. Gömrük məlumat texnologiyası iş üçün daha rahat şərait yaratmağa, eyni zamanda gömrük prosedurlarını sürətləndirməyə və sadələşdirməyə imkan verir. Bu istiqamətdə malların sərbəst buraxılması ilə bağlı avtomatik qərar qəbuletmə texnologiyası fəal tətbiq olunur. Belə bir tədbirin həyata keçirilməsi insan amilinin, o cümlədən korrupsiyanın mənfi təsirini aradan qaldıra bilər.

Əhəmiyyətli məqamlardan biri, malların uzaqdan buraxılması, yəni elan edilmiş malların yerləşməsindən asılı olmayaraq buraxma imkanıdır. Gömrük nəzarətinin sənədli və faktiki nəzarətə bölünməsi prinsipi əsasında bu təcrübəni daha da genişləndirmək lazımdır. "Uzaqdan sərbəst buraxma" anlayışı gömrük müfəttişinin şəxsən görmədiyi və ya fiziki olaraq ondan uzaq məsafədə olan mallara münasibətdə gömrük nəzarətinin aparılmasına və başa çatdırılmasına aiddir. DGK -si, gömrük xidmətinin fəaliyyətində uğurla tətbiq olunan uzaqdan buraxma texnologiyasının tətbiqi üzərində intensiv işləyir.

Gömrük ödənişləri mexanizminin təkmilləşdirilməsi.

Gömrük ödəmə mexanizmində mallarla gömrük əməliyyatlarının tez başa çatmasına kömək etməyən bir çox çatışmazlıq var idi. Buna görə bu gün gömrük xidməti qarşısında gömrük rüsumlarının ödənilməsi mexanizmini sadələşdirmək və daha şəffaf etmək vəzifəsi durur.

Hal-hazırda Azərbaycan DGK-si gömrük ödənişlərinin uzaqdan ödənilməsi sistemi yaradıblar. Gömrük ödənişlərinin uzaqdan ödənilməsi bu günə qədər ən istifadə olunan ödəniş sistemi xidmətlərindən biridir. Gömrük əməliyyatlarının, xüsusən də malların bəyannaməsinin vaxtını əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa imkan verir. Bu texnologiya gömrük məntəqəsindən kənarda quraşdırılmış bir elektron terminaldan istifadə edərək elektron formada bəyannamə verərkən gömrük ödənişlərini ödəmək imkanı yaradır. Buna görə, bütün gömrük orqanlarının gömrük rüsumlarını uzaqdan ödəmək imkanı verən bir sistemə tam miqyaslı və hərtərəfli bir əlaqə təmin etmək lazımdır.

Gömrük idarəetməsinin təkmilləşdirilməsi üçün effektiv tədbir gömrük ödənişləri prosesinin hərtərəfli avtomatlaşdırılmasıdır. Bu konsepsiya gömrük orqanları ilə xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları arasında pul vəsaitlərinin hərəkəti barədə məlumat mübadiləsinin avtomatlaşdırılmasını əhatə edir. Bu, ilk növbədə gömrük orqanlarının hesablarına vəsaitlərin daxil olması barədə məlumatların verilmə müddətinin azalmasıdır. Vahid avtomatlaşdırmanın tam səmərəliliyinə yalnız gömrük ödənişlərinin mərkəzləşdirilmiş qaydada aparılması təmin etmək olar.

Gömrük dəyərinə nəzarət mexanizmlərinin nəzərdən keçirilməsi.

Bu istiqamətdəki prioritet vəzifə, xüsusən, qiymət məlumatlarından istifadəni yaxşılaşdırmaq, risk analizi və idarəetmə sistemini, o cümlədən risk profillərinə tələblər qoymaqla səmərəli fəaliyyət göstərən sistemin formalaşdırılmasına keçiddir (Catherine Truel, 2010).

Gömrük dəyəri bəyannaməsinin xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları tərəfindən optimallaşdırılması, onun etibarsız bəyannaməsinin miqyasının azaldılması daimi gömrük rüsumları halında da gömrük ödənişlərinin artmasına səbəb olur. Eyni zamanda, daxili bazarında yerli və xarici istehsalçıların rəqabətinin tənzimlənməsi və daxili bazarın müxtəlif sahələrində xarici ixracatçıların qiymət üstünlüklərinin zərərsizləşdirilməsi prosesində gömrük ödənişlərinin rolu güclənir. İdxal mallarının yanlış bəyannaməsi ilə əlaqədar sui-istifadə hallarının azaldılması və gömrük orqanının keyfiyyətinin artırılması üçün tarif sisteminin şəffaflığını artırmaq lazımdır (Catherine Truel, 2010).

Beləliklə, Azərbaycanın dövlət sərhədi ilə keçən malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük qiymətləndirilməsi sahəsində gömrük orqanının optimallaşdırılması ölkəyə bir anda iki vacib vəzifəni həll etməyə imkan verir: gömrük rüsumlarının tənzimləmə və qoruyucu funksiyalarını gücləndirmək,

gömrük rüsumlarının dövlətin büdcə gəlirlərini artırmaq.

Mövcud gömrük tarifinin səmərəliliyini artırmaq və gömrük dəyərinə bəyannamə və nəzarəti yaxşılaşdırmaq üçün əvvəla, xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları tərəfindən mal və nəqliyyat vasitələri idxal və ixrac edilərkən gömrük dəyərinin müəyyənləşdirilməsi və təsdiqlənməsi ilə məşğul olan gömrük orqanlarının bölmələrinin təşkilati vəziyyətini artırmaq lazımdır.

Mallar buraxıldıqdan sonra gömrük nəzarəti mərhələsinə keçirilməsi.

Beynəlxalq ticarətin artan həcmini nəzərə alaraq, dünya birliyinin gömrük xidmətləri mallar buraxıldıqdan sonra gömrük nəzarətini getdikcə artırmağa meyllidirlər. Bu mal axını sürətləndirə və gömrük xidmətinin resurslarını optimallaşdıra bilər (José Espinoza, 2011). Malların sərbəst buraxılmasından sonra gömrük nəzarəti qaydası Azərbaycan Respublikasının gömrük qanunvericiliyinə uyğunluğunu təmin etmək və gömrük inzibatçılığını yaxşılaşdırmaq üçün ən perspektivli tədbirlərdən biridir. Bu prosedur malların sərbəst buraxılmasını tez bir zamanda həyata keçirməyə imkan verir və tam gömrük nəzarəti üçün daha çox vaxt ayırır. Bununla birlikdə, ən böyük müsbət təsir üçün gömrük orqanlarının xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına etibar dərəcəsini artırmaq lazımdır. Yenilikçi və rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyata ardıcıl hərəkət etməklə, malların buraxıldıqdan sonra əhəmiyyətli bir hissədə gömrük nəzarətinin mərhələyə keçirilməsi təcrübəsinin genişlənməsi və sürətlənməsi təbii və təbii bir ehtiyacdır.

Gömrük nəzarətinin mallar buraxıldıqdan sonra mərhələyə keçirilməsinin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, gömrük dəyərinə nəzarət alqoritmi və Dünya Gömrük Təşkilatının (WCO) HS-nə uyğun olaraq məhsul kodu müəyyənləşdirilməklə xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçısı ilə birlikdə çoxlu sayda sənəd və məlumatların nəzərə alınması tələb olunur (World Customs Organization, 2006). Malların kodu və dəyəri haqqında məlumatların qeyri-dəqiq müəyyənləşdirilməsi hesablanmış gömrük ödənişlərinin miqdarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Buna görə məhsul kodu müəyyənləşdirməkdə hər hansı bir səhv gömrük orqanlarının və ya xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarının maraqlarının pozulmasına səbəb ola bilər. Buna görə iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafını və iqtisadi böhrandan çıxmağı təmin etmək üçün heç bir qadağa və məhdudiyyət qoyulmadığı malların ixracı prosedurunun sadələşdirilməsini təmin etmək, bu cür mallara qadağa və məhdudiyyətlərin olmamasını təsdiq edən sənədlərin alınması prosesini sürətləndirmək və asanlaşdırmaq lazımdır. Belə bir yenilik iqtisadiyyatın inkişafında çox böyük rol oynayan kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına çox ciddi təsir göstərə bilər, çünki istehsal səmərəliliyini artırır, rəqabətin inkişafını stimullaşdırır və eyni zamanda büdcəyə daimi ödəmələri mənbəyidir.

Qeyd olunan istiqamətlərin təhlili və təkminləşdirilməsi üzrə işlərin hazırlanmasında DGK-nin inkişafı və təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədardır. Bununla yanaşı xarici ticarətin inkişafınada töhfə verir. Bu, ilk növbədə gömrük sərhədi ilə ticarətin sürətləndirilməsi, xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarının xərclərinin azaldılması, daxili bazarı gömrük sahəsində inzibati xətalara və cinayətlərə qarşı səmərəli mübarizə məqsədi ilə qeyri-standart və saxta mallardan qorumaqdır. Bu təhlillər üzrə proqramların həyata keçirilməsində gözlənilən nəticə xarici iqtisadi fəaliyyətin inkişafı üçün məqbul şərait yaradan müasir yüksək texnoloji, səmərəli gömrük idarəetmə sisteminin formalaşdırılmasıdır.

Yuxardakıları nəzərə almaqlar gömrük sahəsində mühüm işləri görmək olar.

Geniş miqyaslı təkmilləşdirilmə işləri bunları tələb edə bilər:

- Sahibkarlar, gömrük agentləri və digər vəzifələr arasında əməkdaşlıq üçün çərçivənin hazırlanması,

- Bütün maraqlı tərəflərə (məsələn, yükgötürənlər, gəmi agentləri, operatorları, dənizçilər) verilənlərin təhlili və əldə olunması üçün məlumat bazasının yaradılması.

- Gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı isə tək pəncərə sisteminin və yaşıl dəhliz layihəsinin daha inkişaf etdirilməsi.

Gömrük inzibatçılığının inkişafı və təkmilləşdirilməsi üçün göstərilən istiqamətlər müəyyən edilmiş vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün geniş imkanlar yaradır. Onların praktik həllində həm icra hakimiyyəti orqanlarında, həm də biznes ictimaiyyətində olan xarici iqtisadi fəaliyyətin bütün iştirakçıları ilə fəal qarşılıqlı əlaqə qurmaq mümkün deyildir. Buna görədə bu yol boyunca gömrük sahəsini inkişaf etdirməliyik, nəzəri və metodiki dəstəklə təmin etməliyik.

Nəticə

Bu tədqiqat Azərbaycan Respublikasında gömrük rəsmiləşdirilməsi üzrə islahatı, bu islahatın əsaslarını, metodlarını və nəticələrini vurğulayır. Azərbaycan Respublikası Ümumdunya Ticarət Təşkilatına daxil olmasada , onun prinsiplərin əməl edərək gömrük rəsmiləşdirlməsi proseslərində inkişafa nail olur və ölkənin ticarətinin sürətləşdirir və onun beynəlxalq arenadaki ticarət payının artmasına səbəb olur. Tədqiqat Azərbaycan Respublikası ilə başqa ölkələrlə ticarətdə əməliyyatlarında gömrük rəsmiləşdirilməsində haqqında müqayisəli təhlil aparılaraq gömrükdə hansı proplemlərin olduğu qeyd edir. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkə kimi olmağımız yaxşı infrastrukturamız olmağına mane olur. Ölkəmizdə infrastruktur çatışmazlığına və hüquqi şəffaflığın olmamasına baxmayaraq vahid elektron gömrük pəncərəsini yaradıblar. Ölkəmizin gömrük rəsmiləşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi üzrə layihələr keçirilərək ölkənin ticarətin asanlaşdırmasına və beynəlxalq ticarət payının artmasına kömək edə bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı
2. **“Malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük sərhədindən keçirilməsi üçün “Yaşıl dəhliz” və digər buraxılış sistemlərindən istifadə Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında** Azəraycan Respublikası Prezident Fərmanı № 920
3. **“Gömrük işində informasiya sistemlərindən, informasiya texnologiyalarından və onların təminat vasitələrindən istifadə Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında** Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı № 166
4. United States International Trade Commission Journal of International Commerce and Economics 2019
5. José Espinoza (2011), Trade Facilitation: Implementation of the "Advanced Customs Clearance System"
6. Charging Customs: Challenges and Strategies for the Reform of Customs Admistration
7. Luc De Wulf and Jose B. Sokol (2005), Customs Modernization Handbook p. 285
8. Catherine Truel (2010), A Short Guide to Customs Risk p. 91-95, p. 59-61
9. World Customs Organization (2006), The Harmonized System A Universal Language for International Trade p. 51
10. https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
11. https://customs.gov.az/https://www.stat.gov.az/

Azərbaycan və İtaliya arasında ikitərəfli Ticarət Intensivliyi (2009-2018)

Alig Baghrov

alig.bagirov@uteca.edu.az ,

Xalidə Ağayeva

x.agayeva@uteca.edu.az

Şəhla Əliyeva

s.aliyeva@uteca.edu.az

Leyla Rzayeva

l.rzayeva@uteca.edu.az

Abstrakt

Bu araşdırmanın əsas məqsədi, bu ölkələr arasında ticarət əlaqəsinin olub olmadığını və əgər varsa, hansı səviyyədə olduğunu göstərməkdir. Bu tədqiqatda, Azərbaycan və İtaliya arasında ikitərəfli ticarət əlaqələrinin gücünü təhlil etmə çalışılmışdır. Azərbaycanın İtaliya ilə ikitərəfli ticarət əlaqələri 2009-2018 tarixlərində ixrac və idxal intensivliyi indeksi istifadə edərək araşdırılmışdır. Beləliklə, Azərbaycan və İtaliya arasında ticarət intensivliyi dünyadan ortalamasından az (çox) olab olmadığı idxal və ixrac intensivliyi indeksi vasitəsi ilə araşdırılıb. Lakin edilən təhlillərdən aydın olur ki, Azərbaycan və İtaliya arasında ticarətin inkişafı və artırılması üçün geniş ticarət potensialı vardır.

Açar sözlər: İkitərəfli ticarət intensivliyi, Azərbaycan və İtaliya arasında ticarət əlaqəsi, İxrac intensivliyi indeksi, İdxalın intensivliyi indeksi

Giriş

Azərbaycan-İtaliya arasında təmaslar qədim tarixə malikdir: bizim eranın I əsrində Bakının yaxınlığındakı Qobustan ərazisində Roma imperatoru Domisianın XII legionunun olması, XIII əsrdə venesiyalı səyyah Marko Polonun Bakıya səfəri, orta əsrlərdə indiki İtaliya ərazisindəki şəhər-dövlətlərin Azərbaycandakı Səfəvilər, Ağqoyunlular dövlətləri ilə davamlı əlaqələr saxlaması bunun bariz sübutudur. 1549-cu ildə Romada Nəsrəddin Tusinin "Təhriri-öqlidis" ("Evklid Başlanğıcının təfsiri")" əsərinin latın dilində tərcüməsi çap edilib. 1918-1920-ci illərdə İtaliya müsəlman şərqində ilk respublika olan Azərbaycan Demokratik Cümhuriyyəti ilə də diplomatik münasibətlər qurmuş,Bakıda İtalyanın konsulluğunu açmış və diplomatik təmsilçiliyi fəaliyyət göstərmişdir (www.lib.aliyevheritage.org, əldə etmə tarixi: 03.10.2019)

İtaliya Azərbaycan Respublikasının müstəqilliyini 1 yanvar 1992-ci ildə tanımış, 8 may tarixində Diplomatik münasibətlərin qurulmasına dair imzalanmış Protokolun nota mübadiləsi vasitəsilə Azərbaycan Respublikası ilə İtaliya Respublikası arasında diplomatik münasibətlərin əsası qoyulmuşdur.1997-ci ilin aprel ayında İtaliya hökuməti Cənubi Qafqaz ölkələri arasında məhz ilk dəfə Azərbaycanda öz səfirliyini təsis etmişdir və Səfirlik İtaliya Respublikasının Azərbaycan Respublikasındakı Fövqəladə və Səlahiyyətli Səfiri Alessandro Fallovalitanın başçılığı ilə fəaliyyətə başlamışdır.1997-ci ilin 25-28 sentyabr tarixlərində Azərbaycan Respublikası Prezidenti Heydər Əliyevin İtaliyaya rəsmi səfəri iki ölkə arasındakı münasibətlərin inkişafına təkan vermişdir.2003-cü

ilin 1 mart tarixində Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi Azərbaycan Respublikasının İtaliyada Səfirliyinin açılması barədə qərar qəbul etmişdir (www.rome.mfa.gov.az, əldə etmə tarixi: 03.10.2019).

2013-cü ildə Cənubi Qaz Dəhlizinin nəql marşrutları kontekstində TAP layihəsi "Nabukko" ilə rəqabətdə Azərbaycan qazının İtaliyaya daşınması üçün marşrut olaraq seçilmişdir. "Şahdəniz" konsorsiumu iki il ərzində müxtəlif seçim variantlarını nəzərdən keçirdikdən sonra 2013-cü il iyunun 28-də TAP kəmərini seçdiyini rəsmən açıqlayıb. 2015-ci ilin aprel ayında İtaliya Nazirlər Şurasının layihə ilə bağlı müsbət qərarı olmuş, 20 may 2015-ci il tarixində İtaliya İqtisadi İnkişaf Nazirliyi tərəfindən vahid icazə sənədi imzalanmış və layihənin İtaliyada icrası üçün yaşıl işıq yandırılmışdır. BP, İtaliyanın SNAM və Azərbaycanın SOCAR şirkətləri hər biri 20 faiz hissə payı ilə layihənin əsas 3 investoru hesab olunur.İtaliyanın Şahdəniz-2 qazının əsas alıcılarından biri olması nəzərdə tutulur. 2013-cü il 19 sentyabr tarixində Şahdəniz-2 qazının satışına dair imzalanmış sazişə uyğun olaraq, TAP qaz kəməri istismara verildikdən sonra İtaliyanın "Enel" və "Hera" şirkətləri tərəfindən Azərbaycan mənşəli təbii qazın alınması nəzərdə tutulur (www.tanap.com, əldə etmə tarixi: 03.10.2019).

1997-ci ilin 25-28 sentyabr tarixlərində Azərbaycan Respublikası Prezidenti Heydər Əliyevin İtaliyaya rəsmi səfəri iki ölkə arasındakı münasibətlərin inkişafına təkan vermişdir. Səfər müddətində Prezident Heydər Əliyev İtaliya Respublikasının o vaxtkı Prezidenti Oskar Luici Skalfaro, baş nazir Romano Prodi, Senatın prezidenti Nikola Mançino, Deputatlar Palatasının prezidenti Luçano Violante ilə görüşmüşdür. Səfər gedişində Sərmayələrin təşviqi və qorunması, Hava nəqliyyatı, Turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında müqavilələr, Münasibətlərin prinsipləri, İqtisadi əməkdaşlıq, Mədəniyyət, elm, texnologiya sahəsində əməkdaşlıq haqqında birgə bəyannamələr, 1997-1998-ci illər ərzində ikitərəfli texniki əməkdaşlıq haqqında niyyət protokolu və ARDNŞ və ENİ/Agip arasında Xəzər dənizinin Azərbaycan sektorundakı Kürdaşı blokunun kəşfiyyatı, işlənməsi və hasilatın pay bölgüsünə dair sazişin əsas prinsipləri və kommersiya şərtləri haqqında müqavilə imzalanmışdır (www.ambbaku.esteri.it, əldə etmə tarixi: 03.10.2019).

Italiya və Azərbaycan Xarici Ticarət Əlaqələrinə Ümumi Baxış

Bu bölümdə Azərbaycan və İtaliya arasında toplam idxal, ixracat, ticarət həcimi və balansı araşdırlacaqdır. Qrafik və analizlər vasitəsi ilə iki ölkə arasındakı mövcud durum və imkanların inkişafı göstəriləcəkdir. 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın toplam idxalat baxımından, Azərbaycanın ən çox məhsul idxalat etdiyi ilk 10 ölkə Rusiya Federasiyası, RF, Türkiyə, Çin, Almaniya, BK, ABŞ, Ukraniya, İtaliya, Yaponiya, Fransa, və ixracat baxımından isə İtaliya, Fransa, İsrayıl, İndoneziya, ABŞ, Türkiyə, Almaniya, RF, Hindistan, Gürcüstan olmuşdur. 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın 10 il ərzində toplam ixracat və idxalat həciminin ilk 10 ölkə və İtaliyaya görə payı aşağıdakı qrafikdə faizlə göstərilmiştir.

Qrafik 1. Azərbaycanın idxalat və ixracat payına görə ilk 10 ölkə (%)

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (01.10.2019)

Qrafikə əsasən söyləyə bilərik ki Azərbaycanın son 10 il ərzində ən çox hansı ölkəyə idxalat və ixracat etmişdir. Son 10 ilin toplam idxalatı həciminə görə RF 14.578 milyard dollarla toplam idxalat payının 16% ını təşkil etmişdir. İtaliyanın payı 2.870 milyard dolarla təqribən 3% olmuşdur. İxracat baxımından isə İtaliya 54.337 milyard dollarla toplam ixracatın 28% -ini təşkil etməklə birinci yerdə durmuşdur.

2009-2018 tarixlərində Azərbaycan və İtaliya arasında idxalat və ixracatı ticarət həcimiminə görə yeri aşağıdakı tabloda göstərilmişdir.

Cədvəl 1: Azərbaycanın İtaliya ilə Ticarət həciminə görə yeri (2009-2018)

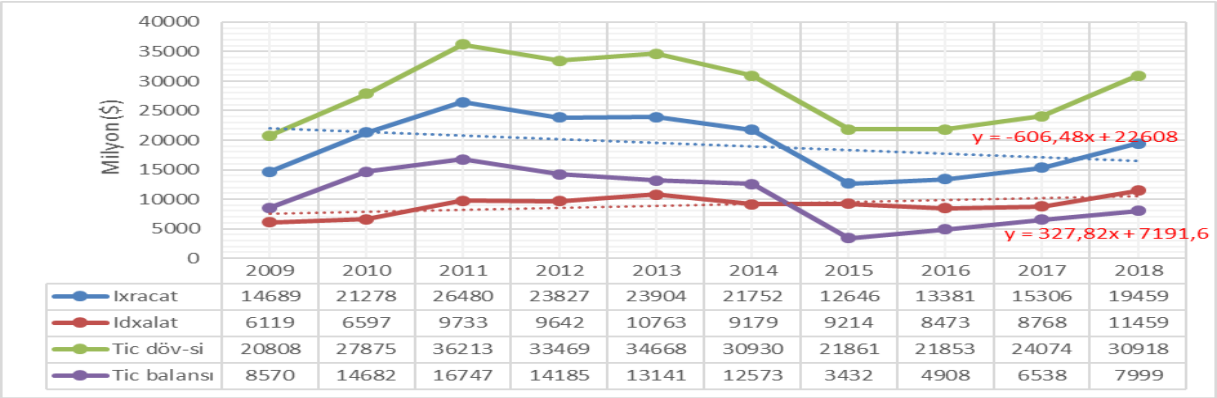
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İdxalat	11	14	13	9	12	8	5	7	7	10
İxracat	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (01.10.2019)

Cədvəl 1 bizə göstərir ki, 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycan İtalyaya ixracat həciminə görə birinci yerdə olmuşdur. Yəni Azərbaycanin ixracat həcimində İtaliyanin önəmli yeri vardır. İdxalat baxımından isə illərə görə 5-14 -cü yerlər arası dəyişmişdir.

Cədvəl 2-də 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın toplam ixracat, idxalat, ticarət döviriyyəsi və ticarət balansının həcimi göstərilməşdir.

Cədvəl 2: Azərbaycanın Toplam Xarici Ticarət Həcimi (2009-2018)



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ixracat	14689	21278	26480	23827	23904	21752	12646	13381	15306	19459
Idxalat	6119	6597	9733	9642	10763	9179	9214	8473	8768	11459
Tic döv-si	20808	27875	36213	33469	34668	30930	21861	21853	24074	30918
Tic balansı	8570	14682	16747	14185	13141	12573	3432	4908	6538	7999

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

Cədvəl 2 göstərir ki, 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın toplam ixracat həcimində 2009 -2011 və 2015-2018 tarixlərində artmış və 2011-2015 tarixlərində isə azalma olmuşdur. Maksimum ixracat 26.480 milyard dollarla 2011 -ci ildə olmuşdur. Ümumi olaraq xətti meyillik əmsalı bu illər arasında azalmanın olduğunu göstərir. İdxalat baxımından isə xətti meyillik əmsalı müsbət və illərə aralığına görə isə 2009-2013 tarixlərində artış olsada və 2013-2017 tarixlərində isə azalma izlənilmişdir. 2018-ci ildə 11.459 dilyard dollar idxal həcimi ilə en yüksək olmuşdur. Ticarət döviriyyəsi və balansı təqribən ixracat trendini izləmişdir. Bu illər arasında ticarət balansı müsbət olmuş və idxal ixracdan ortalama olaraq təqribən 2.2 dəfə çox olmuşdur.

2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın idxal və ixrac həcimini təşkil edən ilk 10 məhsulun listi aşağıdakı tabloda göstərilmişdir.

Cədvəl 3: Azərbaycanın Xarici ticarətini təşkil edən ilk 10 məhsulun həcimi (Milyon $)

Kod	Məhsulların adları	Ortalama	(%)	Kod	Məshsulların adları	Ortalama	(%)
	Toplam idxalat	8994641			Toplam İxracat	19272213	
'84	Maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar; onların hissələri	1679677	18,67%	'27	Mineral yanacaqlar, mineral yağlar və onların distillə məhsulları; bitumlu maddələr	17870425	92,73%
'73	Dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar	742007,6	8,25%	'08	Yeməli meyvə və qoz-fındıq; sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı	206432,1	1,07%
'85	Elektrik maşınları və avadanlıqları və onların hissələri; səs yazıcılar və reproduktorlar, televiziya	718141,9	7,98%	'17	Şəkər və şəkərdən hazırlanan şirniyyat	146868,2	0,76%
'87	Dəmiryolu və ya tramvay yollarının hərəkət hissəsindən başqa nəqliyyat vasitələri və onların hissələri və ləvazimatları	638371,4	7,10%	'15	Heyvan və ya bitki mənşəli yağlar və yağlar və onların parçalanma məhsulları; hazırlanmış yeməli yağlar;	133522,3	0,69%
'72	Dəmir və polad	333007,5	3,70%	'39	Plastik və ondan hazırlanan məmulatlar	108817,5	0,56%
'10	Dənli bitkilər	323969,5	3,60%	'07	Yeməli tərəvəzlər və müəyyən köklər və kök yumruları	106694,9	0,55%

'39	Plastik və ondan hazırlanan məmulatlar	265337,7	2,95%	'76	Alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar	70606	0,37%
'24	Tütün və istehsal olunan tütün əvəzediciləri	252442,1	2,81%	'99	Başqa yerdə göstərilməyən mallar	60444,6	0,31%
'27	Mineral yanacaqlar, mineral yağlar və onların distillə məhsulları; bitumlu maddələr;	229365,1	2,55%	'73	Dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar	54500,5	0,28%
'90	Optik, foto, kinematoqrafiya, ölçmə, yoxlama, dəqiq, tibbi və ya cərrahi..	227066,9	2,52%	'29	Üzvi kimyəvi maddələr	46478,9	0,24%
	Digər	3585254	39,86%		Digər	467423,6	2,43%

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

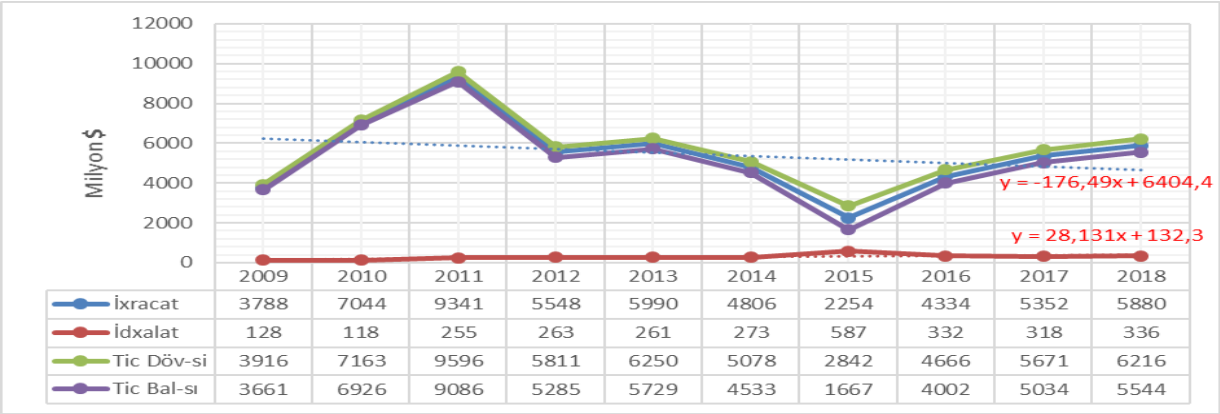
* Ortalama - 2009 - 2018 illəri arasında məhsulların ümumi həcminin ortalaması

** Nisbət - 2009 - 2018 illəri arasında məhsul növünə görə ümumi həcmə nisbəti

2009-2018 tarixləri arasında 10 məhsul toplam ixracın 97.5% təşkil etmişdir. Neft qazı və digər qazlı karbohidrogenlər və bitumlu minerallardan alınan neft və yağlar, xam neft isə bu illər arasında ortalama olaraq toplam ixracat həciminin 92.73% -i təşkil etmiş və bu məhsullar 2017 -ci ildə 13.867 milyard dollarla toplam ixracatın 90.6%-i və 2018 ildə isə 1.3% artışla 17.874 milyard dollar olmuş və toplam ixraxın 91.9% təşkil etmişdir. 2018-ci ildə Neft qazı və digər qazlı karbohidrogenlərin ixracat həcimi toplam 1.515 Milyon $ təşkil etmişdir. Bu məhsulların ixrac edildiyi ölkələr Türkiyə (1.234 Milyon $), Gürcüstan (264 Milyon $), RF(12 Milyon $), Əfqanistan (27 Milyon $), İran (2 Milyon $), Pakistan (1 Milyon $) olmuşdur. 2018-ci ildə Bitumlu minerallardan alınan neft və yağlar, xam neft məhsullarının ixracat həcimi 15,719 milyard $ təşkil etmişdir. Bu məhsulların ən çox xrac edildiyi 5 ölkə isə Italiya (5.835 Milyon $), Israil (1.308 Milyon $), Çexiya (936 Milyon $), Hindistan (818 Milyon $), Almaniya (757 Milyon $) olmuşdur. Digər məhsullar isə toplam ixracın ortalama 7.3% təşkil etmişdir. Bu illər ərzində Azərbaycanın ortalam idxal həcimi 8.994 milyard $ olmuşdur. Maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar, onların hissələri toplam idxalatın 18.7%-i təşkil etmiş və bu məhsullar 2017 ci il illə müqayisədə 33.8% artışla 2018-ci ildə 1.808 milyard $ olmuşdur. 2018-ci ildə əsasən bu məhsulların idxal edildiyi ölkələr Çin (308 Milyon $), Türkiyə (233 Milyon $), ABŞ (211 Milyon $), Almaniya (200 Milyon $), Cənubi Koreya (138 Milyon $), İtaliya (112 Milyon $) olmuşdur. Dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar 0.742 milyard $ ilə toplam idxalın 8.25% teşkil edərək ikici yerdə gəlmədədir. Bu məhsullar 2017 ci il illə müqayisədə 44.6% artışla 2018-ci ildə 0.825 milyard $ olmuşdur. 2018-ci ildə bu məhsulların idxalında önəmli payı olan ölkələr Yaponya (216 Milyon $), Türkiyə (111 Milyon $), RF (0.097 Milyon $), Çexya (66 Milyon $), Almaniya (66 Milyon $), Çin (53 Milyon $), Ukraniya (35 Milyon $), İtaliya (34 Milyon $) olmuşdur. Elektrik maşınları və avadanlıqları və onların hissələri, səs yazıcılar və reproduktorlar, televiziya avadanlıqları 0.718 milyard $ ilə toplam idxalın 7.98% teşkil edərək üçüncü yerdə gəlmədədir. Bu məhsullar 2017 ci il illə müqayisədə 34.4% artışla 2018-ci ildə 0.825 milyard $ olmuşdur. 2018-ci ildə bu məhsulların idxalında önəmli payı olan ölkələr Çin (251 Milyon $), Türkiyə (104 Milyon $), RF (66 Milyon $), Veytinam (40 Milyon $) və İtaliya (21 Milyon $) olmuşdur.

Cədvəl 4-də 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın İtalyaya ixracat, idxalat, ticarət döviriyyəsi və ticarət balansının həcimi göstərilməşdir.

Cədvəl 4: Azərbaycanın İtaliya ilə Xarici Ticarət Həcimi (2009-2018)



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İxracat	3788	7044	9341	5548	5990	4806	2254	4334	5352	5880
İdxalat	128	118	255	263	261	273	587	332	318	336
Tic Döv-si	3916	7163	9596	5811	6250	5078	2842	4666	5671	6216
Tic Bal-sı	3661	6926	9086	5285	5729	4533	1667	4002	5034	5544

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

Cədvəl 4 göstərir ki, 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın Italiyaya ixracat həcimində 2009 - 2011 və 2015-2018 tarixlərində artış və 2011-2015 tarixlərində isə azalma olmuşdur. Bu Azərbaycanın toplam ixracatı ilə həmən həmən eyni trend izlənilməşdir. Maksimum ixracat həcimi 7,044 milyard dollarla 2011 -ci ildə olmuşdur. Ümumi olaraq xətti meyillik əmsalı bu illər arasında azalmanın olduğunu göstərir. İdxalat baxımından isə xətti meyillik əmsalı müsbət və illərə aralığına görə isə 2009-2013 tarixlərində artış olsada və 2013-2018 tarixlərində isə azalma ilə izlənilsədə yenidən armaya başlamışdır. Ticarət döviriyyəsi və balansı təqribən ixracat trendini izləmişdir. Bu illər arasında ticarət balansı müsbət olmuş və idxal ixracdan ortalama olaraq təqribən 24 dəfə çox olmuşdur. 2010-cu oldə idxal və ixrac arasındakı fərq 60 dəfə olmuşdur.

2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın İtaliya ilə idxal və ixrac həcimini təşkil edən ilk 10 məhsulun listi aşağıdakı tabloda göstərilmişdir.

Cədvəl 5: Azərbaycan və İtaliyanın idxal və ixrac etdiyi ilk 10 məhsul həcimi (Milyon $)

Kod	Məhsulların adları	Ortalama	(%)	Kod	Məhsulların Adları	Ortalama	(%)
	Toplam	287025			Toplam	5433721	
'84	Maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar; Onların hissələri	1149578	40,05%	'27	Mineral yanacaqlar, mineral yağlar və onların distillə məhsulları; bitumlu maddələr;	5407580	99,519%
'73	Dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar	29620	10,32%	'08	Yeməli meyvə və qoz-fındıq; sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı	18686	0,344%
'85	Elektrik maşınları və avadanlıqları və onların hissələri; səs yazıcılar və reproduktorlar, televiziya avadanlıqları	17242	6,01%	'39	Plastik və ondan hazırlanan məmulatlar	2158	0,040%
'94	Mebel; yataq dəstləri, döşəklər, döşək dayaqları, yastıqlar və oxşar doldurulmuş əşyalar	16371	5,70%	'88	Təyyarə, kosmik gəmi və onların hissələri	1892	0,035%
'87	Dəmiryolu və ya tramvay yollarının hərəkət hissəsindən başqa nəqliyyat vasitələri və onların hissələri və ləvazimatları	12828	4,47%	'76	Alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar	1125	0,021%

'99	Başqa yerdə göstərilməyən mallar	10851	3,78%	'29	Üzvi kimyəvi maddələr	759	0,014%
'30	Əczaçılıq məhsulları	8385	2,92%	'20	Tərəvəz, meyvə, qoz-fındıq və ya bitkilərin digər hissələrinin hazırlanması	344	0,006%
'06	Canlı ağaclar və digər bitkilər; ampüller, köklər və bənzəri; kəsilmiş çiçəklər və bəzək bitkiləri	5746	2,00%	'41	Xam dərilər və dərilər (dəridən başqa)	319	0,006%
'62	Trikotaj və toxunmamış geyim və geyim ləvazimatları	5275	1,84%	'44	Ağac və ağacdan hazırlanan məmulatlar; odun kömürü	225	0,004%
'39	Plastik və ondan hazırlanan məmulatlar	4510	1,57%	'25	Duz; kükürd; torpaq və daş; suvaq materialları, əhəng və sement	107	0,002%
	Digər	61238	21,34%		Digər	528	0,010%

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

* Ortalama - 2009 - 2018 illəri arasında məhsulların ümumi həcminin ortalaması

** Nisbət - 2009 - 2018 illəri arasında məhsul növünə görə ümumi həcmə nisbəti

2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın italyaya ixrac etdiyi 10 məhsul toplam ixracın 99.9% təşkil etmişdir. Neft qazı və digər qazlı karbohidrogenlər və bitumlu minerallardan alınan neft və yağlar, xam neft isə bu illər arasında ortalama olaraq İtaliyaya ixracat həciminin 99.5% -i təşkil etmiş və bu məhsullar 2017 -ci ildə 5.296 milyard dollarla ixracatın 98.9%-i və 2018 ildə isə 10% artışla 5.854 milyard dollar olmuş və toplam ixracın 99.6% təşkil etmişdir. 2018-ci ildə Azərbaycanın italiyaya ixrac etdiyi neft qazı və digər qazlı karbohidrogenlərin ixracat həcimi toplam 5.879 Milyard $ təşkil etmişdir. Tablodakı dəyərlərə əsasən deyə bilərik ki, Azərbaycanın İtaliyaya ixracatını tamamən neft və qaz məhsulları təşkil edir. Qeyri-neft və qaz sektoru toplamda 0.5% olmuşdur. 2018-ci ildə İtaliyaya ixracatda yeməli meyvə və qoz-fındıq, sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı 26.140 milyon $ ilə qeyri-neft sektorunun 71.5%-i təşkil etməklə birinci yerdə olmuşdur. Azərbaycan 2018 ci ildə toplam 326 milyon $ dəyərində yeməli meyvə və qoz-fındıq, sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı ixrac etmişdir. Bu məhsulların RF-ına ixracat həcimi 262 milyon $ ilə toplam ixracat həciminin 80.4%-i təşkil etmişdir. RF-ından sonra İtaliya 20 milyon $ ilə bu məhsulun toplam ixracatın 6.3% -ini idxal etmişdir. RF və İtaliyadan sonra bu məhsulu idxal edən əsas olkələr olan Almaniya, Ukraniya, Gürcüstan, Kazaxıstan və Polşa müvafiq olaraq toplam ixracatın 4.8%, 3.3%, 1.1%, 0.7%, 0.7 təşkil etmişdilər. Qeyri-neft sektorunda İtaliyaya ixrac edilən məhsullar olan Plastik və ondan hazırlanan məmulatlar, Təyyarə, kosmik gəmi və onların hissələri, Alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar, Üzvi kimyəvi maddələr, Tərəvəz, meyvə, qoz-fındıq və ya bitkilərin digər hissələrinin payı sırası ilə 8.3%, 7.2%, 4.3%, 2.9%, 1.3% olmuşdur.

2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycanın İtalyadan idxal etdiyi 10 məhsul toplam idxalın 78.7% təşkil etmişdir. Maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar və onların hissələri bu illər arasında ortalama olaraq İtaliyadan idxalat həciminin 40% -i təşkil etmiş və bu məhsullar 2017 -ci ildə 103 milyon dollarla idxalatın 32%-i və 2018 ildə isə 7% azalma ilə 112 milyon dollar olmuş və toplam idxalatın 33% təşkil etmişdir. 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycan maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar və onların hissələri ortalama 1.679 milyard dollar oluşdur. Azərbaycanın bu məhsulları idxal etdiyi esas ölkələr olan Çin 222 milyon $ ilə 13.2%, Türkiyə 208 milyon $ ilə 12.4%,

ABŞ 174 milyon $ ilə 10.3%, Almaniya 170 milyon $ ilə 10.1%, İtaliya 115 dollar $ ilə 6.8% təşkil etmişdir. z

Dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar ortalama olaraq İtaliyadan idxalat həciminin 10% i təşkil etməklə 30 milyon olmuşdur. Dünyadan idxal baxımından Azərbaycanın bu məhsulları idxal etdiyi esas ölkələr olan Yaponiya 125 milyon $ ilə 16.9%, Türkiyə 139 milyon $ ilə 18.7%, RF 73 milyon $ ilə 9.8%, Ukraniya 70 milyon $ ilə 9.5%, və İtaliya 29 dollar $ ilə 4.0% təşkil etmişdir.

Elektrik maşınları və avadanlıqları və onların hissələri, səs yazıcılar və reproduktorlar, televiziya avadanlıqları ortalama olaraq İtaliyadan idxalat həciminin 6% -ni təşkil etməklə 17 milyon $ olmuşdur. Azərbaycanın bu məhsulları idxal etdiyi esas ölkələr olan Çin 143 milyon $ ilə 20.0%, Türkiyə 127 milyon $ ilə 17.7%, və İtaliya 17 dollar $ ilə 2.4% təşkil etmişdir.

2. Ədəbiyyat

Ədəbiyyat nəzərdən keçirərkən istifadə etdiyimiz 2 indeks - ixrac intensivliyi indeksi və idxal intensivliyi indeksi haqqında araşdırma edəcəyik. Bir çox beynəlxalq araşdırmaların olduğu ikitərəfli ticarət intensivliyini ölçən idxal və ixrac intensivliyi indeksini araşdıracağıq.

2016-cı ildə Anurag Anand və Krishna Garg tərəfindən aparılan araşdırmada, 1991 - 2014 illəri arasında Hindistanın BƏƏ ilə Ticarət İntensivliyi təhlil edilmiş və ticarət əlaqələrinin intensivliyi araşdırılmışdır. Bu araşdırmada Hindistanın BƏƏ ilə ticarəti, dünya ortalaması ilə müqayisədə daha çox və ya daha az olduğunu analiz edilmişdir (Anurag Anand, Krishma Garg, 2016: 22-28).

Sabaruddinand və Nugrahaningsi İndoneziya-Çili ikitərəfli ticarət intensivliyini araşdırdı və 1989-2012 dövrü üçün ticarət intensivliyi indeksini istifadə edərək analiz etmişdir (Sabaruddinand, Nugrahaningsi, 2013: 49).

Lisandra Patrice Colley, ticarət potensialını kəmiyyətcə qiymətləndirmək üçün 2004-2013-cü illər arasında Karib Birliyi (CARICOM) və Çin arasında ticarət intensivliyi indekslərindən istifadə edərək ikitərəfli ticarətin təkamülünü araşdırmışdır. (Lisandra Patrice Colley, 2015: 104-119).

2015-ci ildə Bhattacharyay və Mukhopadhyay tərəfindən edilən araşdırmada Hindistan və Yaponiya arasındakı ticarət intensivliyi 1990 - 2009 dövrü üçün ticarət sıxlığı indeksindən istifadə edərək təhlil edilmişdir (Bhattacharyay ve Mukhopadhyay, 2015: 97).

Bu araşdırma, Türkiyənin İsraillə ticarətinin dünya ortalamasından daha çox və ya az olduğunu analiz edilmişdir. Tədqiqat, 1995-2014 dövrləri üçün ticarət intensivliyi indeks dəyərlərindən istifadə etməklə Türkiyə və İsrail arasında ikitərəfli ticarətin inkişaf tendensiyasını araşdırmaq məqsədi daşıyır (Miraç Yazıcı, 2016: 103-115).

Nevzat Şimşek və başqaları tərəfindən araşdırmanın məqsədi, 1992 - 2010 illəri arasında iki ölkənin ikitərəfli ticarətinin hərtərəfli təhlil etmək üçün Türkiyə ilə Rusiya arasında sektora əsaslanan ticarət məlumatlarından istifadə edərək analiz etmişdir (Nevzat Şimşek and Others, 2017: 1-26).

Ticarət intensivliyi indeksləri istifadə edilərək Hindistan və Yaponiya arasında 2001-2011-ci illər arasında ikitərəfli ticarət hesablanmışdır. Hər iki ölkənin ikitərəfli ticarət əlaqələri intensivlik indeksləri baxımından izah edilir, ölkələrin bir-biri ilə nə qədər intensiv ticarət etdiyini göstərilmişdir (Sundar Raj & Ambrose, 2014: 1-28).

Aliq Bağırov tərəfindən 2019 tarixində Azərbaycan və Polşa arasında ikitərəfli ticarət inensivliyi araşdırlarkən İdxal və ixrac intensivlik indeksləri istofadə edilərək 2003-2016-cı illər arasında iki ölkə arasında ticarət intensivliyi analiz edilmişdir (Alig Bağırov, 2019:223).

Hüseyin Altay və digərlərinin ticari yoğunlasma kapsamında Türkiye'nin küresel ölçekli dış ticaret analizi adlı araşdırmasında 2000-2007-ci illər arası 68 ölkənin statistik məlumatları əsasında Türkiyə ilə ticarət itensivliyini analiz etmişdir (Hüseyin Altay və digərləri, 2010:2).

3. Tədqiqat Metodu və Statistik Məlumatlar

Bu araşdırmada, 2009 - 2018 tarixlərində Azərbaycan və İtaliya arasında ikitərəfli ticarət əlaqələri araşdırılmışdır. Məlumat 2009-cü ildən 2018-cı ilə qədər olan dövrdə UNCOMTRADE statistik məlumat bazasından, Azərbaycan dövlət Statistka komitəsindən və beynəlxalq biznesin inkişafı üçün ticarət statistikasından toplanmışdır. Tədqiqatda Azərbaycan və İtalya arasında ikitərəfli ticarət əlaqələrinin təhlili üçün ixracın intensivliyi indeksi və idxalın intensivliyi indeksi istifadə olunmuşdur. 2009 və 2018 illəri arasında, ikitərəfli ticarət səviyyələrinin və Azərbaycan və İtaliya arasındakı əlaqələrin intensivliyini ölçmək üçün bu ölkələrin ixrac və idxal məlumatlarından istifadə edərək ixrac intensivliyi indeksi və idxal intensivliyi indeksinin müəyyənləşdirilməsinə çalışılmışdır. 2009-cü ildən 2018-cı ilə qədər Azərbaycan və İtaliya arasında idxal və ixrac intensivliyi indekslərini təhlil etmək üçün araşdırmada istifadə olunan məlumatlar aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

Cədvəl 6: Azərbaycan və İtaliya arasında ikitərəfli Ticarət Həcimi (Milyon $)

	Azərbaycanın İtalyaya ixracı	Azərbaycanın İtaliyadan İdxalı	Azərbaycanın Dünyaya ixracı	Azərbaycanın Dünyadan idxalı	İtaliyanın Dünyaya İxracı	İtaliyanın Dünyadan İdxalı	Dünyanın İxracı	Dünyanın İdxalı
2009	3788	128	14689	6119	406479	414784	12346657	12617842
2010	7044	118	21278	6597	446840	486984	15095502	15317452
2011	9341	255	26480	9733	523256	558832	18103987	18333200
2012	5548	263	23827	9642	501529	489104	18395804	18499034
2013	5990	261	23904	10763	518095	479336	18881587	18890303
2014	4806	273	21752	9179	529529	474083	18878970	18900140
2015	2254	587	12646	9214	456989	410933	16399774	16523532
2016	4334	332	13381	8473	461668	406671	15881856	16041432
2017	5352	318	15306	8768	507430	453583	17550866	17795041
2018	5880	336	19459	11459	543467	499340	19284580	19665278

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

1.1. İxracat İntensivliyi İndeksi (İxİİ)

İxİİ, bir ölkənin partinyor ölkəyə ixracının dünya ortalaması ilə müqayisədə daha çox olub olmadığının hesablayır. Bu indeks, orta hesabla dünyadan daha çox və ya daha az olan iki və ya daha çox ölkə arasında ixrac intensivliyini və səviyyəsini ölçmək üçün istifadə olunur.

Riyazi tərif

Tədqiqatda Azərbaycan ilə İtaliya arasındakı ixracın intensivliyini ölçəmək üçün ixrac intensivliyi indeksi aşağıdakı kimi tərtib edilmişdir:

$$EII_{ai} = \frac{(X_{ai} / X_{at})}{(M_{it} - M_{ia})/(M_{dt} - M_{at})}$$

EII_{ai} EII_{ai} - Azərbaycan və İtaliya arasındakı ixrac intensivliyi indeksi

X – İxrac M - İdxal

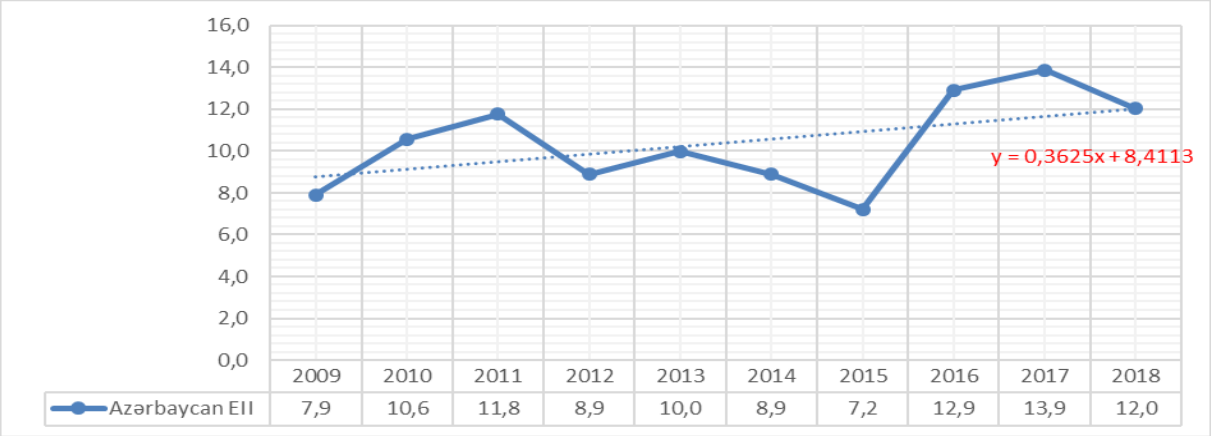
X_{ai} X_{ai} - Azərbaycanın İtaliyaya İxracı X_{at} X_{at} - Azərbaycanın Toplam İxracı

M_{it} M_{it} - İtaliyanın Toplam İdxalı M_{ia} M_{ia} - İtaliyanın Azərbaycandan idxalı

M_{dt} M_{dt} - Dünyanın Toplam İdxalı M_{at} M_{at} - Azərbaycanın Toplam İdxalı

İxrac intensivliyi indeksi dəyəri 0 <EII arasında dəyişir. Əgər dəyər EII = 1 və ya 1-ə yaxın olarsa, Azərbaycan və İtaliya arasında dünya ortalamasında tarazlı ixracın olduğunu göstərir. (Hüseyin Altay və digərləri, 2010:3). Əgər ixrac intensivliyi indeksinin dəyəri (EII> 1) 1-dən böyük olduğu durumunda a ölkəsinin i ölkəsinə dünya ortalaması üzərində bir ixracat gerçəkləşdirildiyini, yəni Azərbaycanın İtaliya ilə dünya ortalamasının üzərində bir ixracat gerçəkləşmişdir. Endeks değerinin "1"den kiçik olması halında ise tərsinə ixracat əlaqəsinin dünya ortalamasına görə daha az gerçəkləşmişdir. (Dr. Anurag Anand, Krishma Garg 2016 : 26). 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycan və İtaliya arasında ixrac intensivliyi ixrac intensivliyi indeksi ilə hesablanmış və analiz nəticələri Cədvəl 7-da göstərilmişdir.

Cədvəl 7: Azərbaycanın İtaliya ilə İxracat Intensivliyi Indeksı (2009 – 2018)

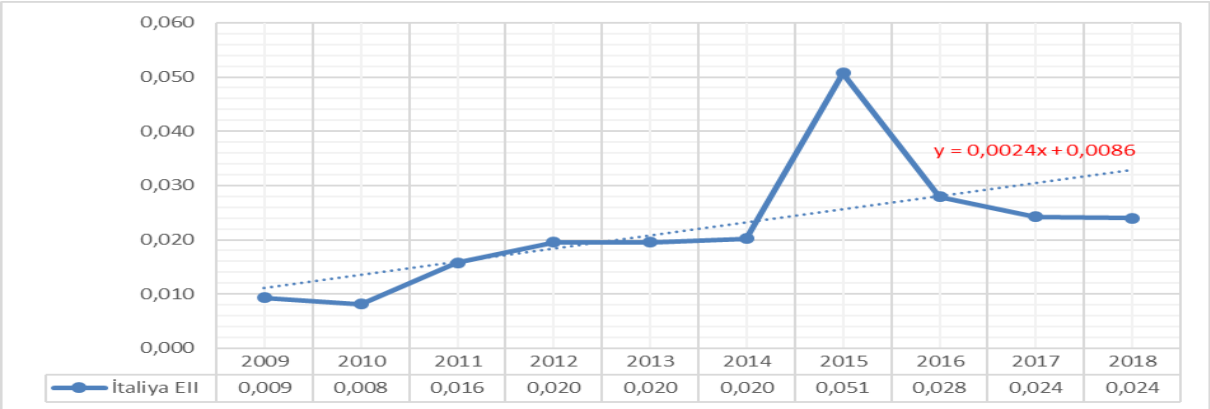


	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Azərbaycan EII	7,9	10,6	11,8	8,9	10,0	8,9	7,2	12,9	13,9	12,0

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

Cədvəl 7-ə görə 2009-2018 ci illər arasında Azərbaycanın İtaliya ilə ixracat intensivliyi indeksi 1-dən böyük olmuş və 7.2-13.9 arsında bir dəyər almışdır. Analizin nəticəsinə görə Azərbaycanın İtaliya ilə ixracat sıxlığı dünya ixracat ortalaması üzərində gerçəkləşmişdir. Azərbaycanın İtaliya ilə ən yüksək ixracat sıxlığı 13.9 ilə 2017-ci ildə olmuşdur. Xətti meyillik əmsalına görə 2009-2018 illər arasında Azərbaycanın italiya ilə ixracat sıxlıqı müsbət yöndə artmaqdadır.

Cədvəl 8: İtaliyanın Azərbaycan ilə İxracat Intensivliyi Indeksı (2009 – 2018)



Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (03.10.2019)

Cədvəl 8-ə görə 2009-2018 ci illər arasında İtaliyanın Azərbaycan ilə ixracat intensivliyi indeksi 1-dən çox kiçik olmuş və 0.009-0.51 arsında bir dəyər almışdır. Analizin nəticəsinə görə İtaliyanın Azərbaycan ilə ixracat sıxlığı dünya ixracat ortalaması altında gerçəkləşmişdir. Xətti meyillik əmsalına görə 2009-2018 illər arasında İtaliyanın Azərbaycana ixracat sıxlığı müsbət yöndə artmaqdadır.

Idxal Intensivliyi Indeksi (İdİİ)

İdİİ, bir ölkənin partinyor ölkəyə idxalının dünya ortalaması ilə müqayisədə daha çox olub olmadığının hesablayır. Bu indeks, orta hesabla dünyadan daha çox və ya daha az olan iki və ya daha çox ölkə arasında idxal intensivliyini və səviyyəsini ölçmək üçün istifadə olunur.

Riyazi tərif

Tədqiqatda Azərbaycan ilə İtaliya arasındakı idxalın intensivliyini ölçəmək üçün idxal intensivliyi indeksi aşağıdakı kimi tərtib edilmişdir:

$$MII_{at} = \frac{(M_{ai} / M_{at})}{(X_{it} - X_{ia})/(X_{dt} - X_{it})}$$

$MII_{ai}MII_{ai}$- Azərbaycan və İtaliya arasında İdxal intensivliyi indeksi

X – İxrac, M - İdxal

$M_{ai}M_{ai}$ - Azərbaycanın İtaliyadan idxalı $M_{ai}M_{ai}$- Azərbaycanın dünyadan idxalı

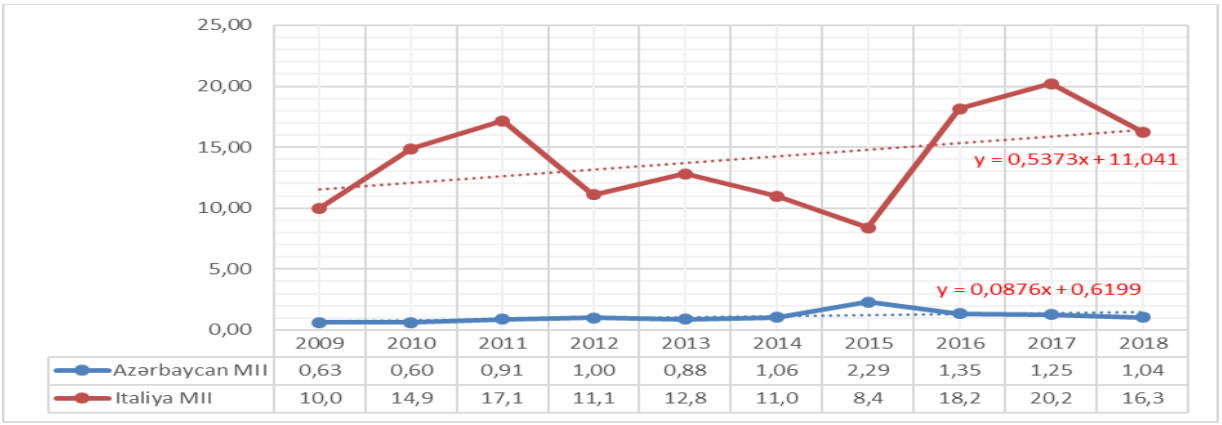
$X_{it}X_{it}$ - İtaliyanın dünyaya toplam ixracı $X_{ji}X_{ji}$ - İtaliyanın Azərbaycana ixracı

$X_{dt}X_{dt}$ - Toplam dünya ixracı $X_{it}X_{it}$ – Azərbaycanın dünyaya toplam ixracı

İdxal intensivliyi indeksi dəyəri 0 <MII arasında dəyişir. Əgər dəyər EII = 1 və ya 1-ə yaxın olarsa, Azərbaycan və İtaliya arasında dünya ortalamasında tarazlı idxalın olduğunu göstərir. (Hüseyin Altay və digərləri, 2010:3). Əgər idxal intensivliyi indeksinin dəyəri (EII> 1) 1-dən böyük olduğu durumunda a ölkəsinin i ölkəsindən dünya ortalaması üzərində bir idxalat gerçəkləşdirildiyini, yəni Azərbaycanın İtaliya ilə dünya ortalamasının üzərində bir idxalat gerçəkləşmişdir. Endeks değerinin "1"den kiçik olması halında ise tərsinə idxalat əlaqəsinin dünya ortalamasına görə daha az

gerçəkləşmişdir. (Dr. Anurag Anand, Krishma Garg 2016 : 26). 2009-2018 tarixləri arasında Azərbaycan və İtaliya arasında idxal sıxlığı idxal intensivliyi indeksi ilə hesablanmış və analiz nəticələri Cədvəl 9-da göstərilmişdir.

Cədvəl 9: Azərbaycan - İtaliya Idxal Intensivliyi Indeksi (2009 – 2018)



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Azərbaycan MII	0,63	0,60	0,91	1,00	0,88	1,06	2,29	1,35	1,25	1,04
Italiya MII	10,0	14,9	17,1	11,1	12,8	11,0	8,4	18,2	20,2	16,3

Mənbə: İnternational Trade Centre, www.trademap.org, (01.10.2019)

Cədvəl 9-ə görə 2009-2018 ci illər arasında Azərbaycanın İtaliya ilə idxalat intensivliyi indeksi 1-dən böyük olmuş və 2012, 2014-2018 tarixlərində 1-dən böyük dəyər almışdır. Analizin nəticəsinə görə Azərbaycanın İtaliya ilə idxalat sıxlığı dünya idxalat ortalaması üzərində gerçəkləşmişdir. Azərbaycanın İtaliya ilə ən yüksək ixracat sıxlığı 2.29 ilə 2015-ci ildə olmuşdur. Xətti meyillik əmsalına görə 2009-2018 illər arasında Azərbaycanın italiya ilə ixracat sıxlığı müsbət yöndə artmaqdadır.

Cədvəl 9-ə görə 2009-2018 ci illər arasında İtaliyanın Azərbaycan ilə idxalat intensivliyi indeksi 1-dən böyük olmuş və 8.4-20.2 arsında bir dəyər almışdır. Analizin nəticəsinə görə İtaliyanın Azərbaycan ilə idxalat sıxlığı dünya idxalat ortalaması üstündə gerçəkləşmişdir. Xətti meyillik əmsalına görə 2009-2018 illər arasında İtaliyanın Azərbaycana idxalat sıxlığı müsbət yöndə artmaqdadır.

3. Ümumi Dəyərləndirmə

Araşdırma zamanı müəyyən olunmuş ki, İtaliya Azərbaycandan əsasən neft qazı və digər qazlı karbohidrogenlər və bitumlu minerallardan alınan neft və yağlar, xam neft idxal etmişdir. Hətda idxalın 99.5% bu məhsulların payına düşmüş və bu pay getdikcə artmaqdadır. Qeyri-neft sektoru Azərbaycanın İtaliyaya ixrac edilən məhsullardakı payı 0.5% təşkil etmişdir. Bunlar əsasən kənd təsərüfat məhsulları olan yeməli meyvə və qoz-fındıq; sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı olmuşdur.

Son illərdə Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı yönda dövlət dəstəyi əsasında bəzi məhsulların ixracının artığı müşahidə edilməşdir. 2018-ci ildə 2009-cu illə müqayisədə qeyri-neft sektoru 51% artımışdır. Statistika komitəsinin məlumatları əsasında son illərdə ixracat artmış olan məhsullar – “yeməli meyvə və qoz-fındıq, sitrus meyvələrinin və ya qovunların qabığı”, “yeməli tərəvəzlər və müəyyən köklər və kök yumruları”, “təbii və ya mədəniyyətli incilər, qiymətli və ya yarı qiymətli daşlar, qiymətli metallar”, “örtülmüş metal, plastik və ondan hazırlanan məmulatlar”, “alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar”, “pambıq”, “üzvi kimyəvi maddələr”, “filizlər, şlaklar və

kül", "tərəvəz, meyvə, qoz-fındıq və ya bitkilərin digər hissələri" olmuşdur. Azərbaycan idxal etdiyi məhsullarda İtaliyadan idxal etdiyi əsas məhsullara görə payı - "maşın, mexaniki qurğular, nüvə reaktorları, qazanlar və onların hissələri"nin 6%, "dəmir və ya poladdan hazırlanan məmulatlar"ının 4%, "mebel, yataq dəstləri, döşəklər, döşək dayaqları, yastıqlar və oxşar doldurulmuş əşyalar"larının 12%, "elektrik maşınları və avadanlıqları və onların hissələri, səs yazıcılar və reproduktorlar"ının 3%, "əczaçılıq məhsulları"nın 5%, "trikotaj və toxunmamış geyim və geyim ləvazimatları"nın 7% olmuşdur (www.trademap.org, əldə etmə tarixi: 01.10.2019).

4. Nəticə

Bu məqalədə Azərbaycan və İtaliya arasında iki tərəfli ticarət intensivliyini hesablamaq üçün 2009-2019 tarixləri arası statistik məlumatlardan istifadə edərək analız edilmişdir.

İxrac intensivliyi indeksi və idxal intensivliyi indeksinin illər üzrə təhlilinin əsas nəticələri aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

Cədvəl 10: İllər görə Azərbaycan və İtaliyanın MII və EII dəyərləri

İllər	Azərbaycan MII	Italiya MII	Azərbaycan EII	Italiya EII
2009	0,63	10,0	7.9	0.009
2010	0,60	14,9	10.6	0.008
2011	0,91	17,1	11.8	0.016
2012	1,00	11,1	8.9	0.020
2013	0,88	12,8	10.0	0.020
2014	1,06	11,0	8.9	0.020
2015	2,29	8,4	7.2	0.051
2016	1,35	18,2	12.9	0.028
2017	1,25	20,2	13.9	0.024
2018	1,04	16,3	12.0	0.024
MII,EII>1	1.00, 1.06, 2.29, 1.35, 1.25, 1.04	Hamısı	Hamısı	Heç biri

Cədvəl 10-ə görə 2009-2018 ci illər arasında İtaliyanın Azərbaycan ilə ticarət əlaqələri ixracat intensivliyi indeks nəticəsi 1-dən böyük olmuş yəni, İtaliyanın Azərbaycandan toplam idxal həcimi dünya ortalama idxal həciminin üzərində gerçəkləşmişdir. Analizin nəticəsinə görə söyləyə bilərik ki, İtaliyanın Azərbaycandan məhsul idxal həcimi dünya ortalamasının bir neçə dəfə üzərində olmuş və İtaliya Azərbaycan məhsulları üçün önəmli partinyor ölkə və bazardır. Azərbaycan İtaliya ilə ticarət əlaqələri idxalat intensivliyi indeksi analizinin nəticəsinə görə 2012-ci ildə 1-ə bərabər olmuş və

Azərbaycan italiyadan dünya ortalaması nisbətinə görə tam balanslı idxalat həcimi gerçəkləşdirilmişdir. 2009-2011 və 2013-cü illərdə analız nəticələri 1-dən kiçik olmuş və Azərbaycan İtaliyadan idxal etdiyi məhsulların həcimi dünya ortalamasının altında olmuşdur. 2014-2018-ci illər arasında idxalat intensivliyi indeksi 1-dən böyük olmuş yəni, Azərbaycan İtaliyan məhsullarını dünya ortalaması üzərində idxal etmişdir. Analiz trendinə görə iki ölkənin idxalat intensivliyi artamaqdadır.

İxracat intensivliyi indeksinin nəticəsinə görə 2009-2018-ci illər arasında İtaliyanın Azərbaycana ixracat intensivliyi 1-in altında gözə çarpayacaq qədər kiçik olmuşdur. İtaliyanın Azərbaycana toplam ixracat həcimi dünya ixracat həcimi ilə müqayisəd çox az olmuş yəni İtaliya toplam idxalat həcimi Azərbaycana ixracat həcimi ilə müqayisədə çox az olmuşdur. 2009-2018-ci illər arasında analzin nəticəsinə görə Azərbaycan idxalat intensivliyi 1-dən böyük olmuşdur. Azərbaycan ixracat həcimi dünya ortalama ixracat həciminin üzərində gerçəkləşmiş yəni, Azərbaycan dünyaya ixracat həcimidə italiyaya ixracat payı önəmli yerə vardır. İtaliya Azərbaycan məhsullarının ixracı üçün böyük bazardır. Azərbaycan məhsulları üçün önəmli bazarı olsada İtaliya ixracat həcimində Azərbaycan məhsullarının payı gözə çarpmayacaq qədər kiçik olmuşdur. Analizin nəticəsinə ümumi olaraq baxdıqda söyləyə bilərik ki, zamanla İtaliyan və Azərbaycan məhsullarının iki ölkənin bir birinə ixracat payında ümumi artışı izlənilmişdir.

Nəticə iki ölkə arasında gələcəkdə ticarət həciminin artırılması üçün geniş imkan və potensal vardır. İtaliya Azərbaycandan idxalın demək olarkı böyük qisimini neft və qaz təşkil etmişdir. Azərbaycanın İtaliyaya ixracında qeyri-neft sektorunun payı demek olarkı gözə çarpmayacaq qədər kiçikdir. Azərbaycanın ixracının böyük qisimini neft və qaz təşkil etməsi qitisadiyyatin tək yöndə inkişafın gətirib çıxarmışdır. Neft və qaz qiymətindəki dəyişiklik Azərbaycan iqtisadiyyatına bir başa təsir edir. Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişaf etməməsi vəya aşağı səviyyədə olması ölkənin sənaye məhsullarına asıllığı artırmışdır. Tək məhsul istehsal və ixracdan çox məhsul istehsal və ixraca keçilməsi tövsiyyə edilməkdədir.

Ədəbiyyatlar

1. Anurag Anand, Krishma Garg (2016, A Study of India’s Trade Intensity with United Arab Emirates: An Overview, International Journal of Electrical, Electronics and Computers, Kanpur, UP, India
2. Aliq Bağırov və digərləri, (2019), ``Bilateral Trade Intensity Between Azerbaijan And Poland (2003-2016 period``, The Third InTraders International Conference on International Trade Proceeding Book, Sakarya, Turkey
3. Bhattacharyay B.N. and Mukhopadhyay K. (2015), "A comprehensive economic partnership between India and Japan: impact, prospects and challenges." Journal of Asian Economics, 39
4. Brown, Arthur Joseph (1949). Applied Economics: Aspects of World Economy in War and Peace. George Allen and Unwin, London.
5. Colley, Lisandra P, (2015). "An Analysis of Trade Potential Between CARICOM and China: What Opportunities Exist for Increased Cooperation?" International Review of Business Research Papers 11
6. Hüseyin Altay və digərləri, (2010), ``Ticari Yoğunlaşma kapsamında Türkiyənin Küresel ölçəkli Dış Ticaret ilişkiləri``, Dumlupınar Universiteti, Sosayal bilimlər yayını, Say:26, Kütahiya, Türkiyə
7. Kojima, K. (1964). ``The Pattern Of International Trade Among Advanced Countries``. Hitotsuboshi Journal Of Economics 5.
8. Kojima, Kiyoshi. (1964). “The Pattern of International Trade among Advanced Countries”. Hitotsubashi Journal of Economics 5.

9. Miraç Yazıcı, (2016), “1995-2014 Döneminde Türkiye-İsrail Diş Ticareti”, 2nd International Middle East Symposium: State, Non-Stare Actors and Democracy in The Middle East, At Kırıkkale University, Kırıkkale
10. Nevzat Şimşek and Others, (2017), “Analysis of Bilateral Trade Relations between Turkey and Russia Federation”, Bilig yayın, volume :83, Ankara
11. Sjahril, S. and Nugrahaningsi, H, (2013). "Assesing Indonesia- Chile Bilateral Trade Opportunities: A Revealed Comperative Advantage Approach”, Economic Journal of Emerging Markets 5
12. Sundar Raj & Ambrose, (2014), “A Brief Analysis of India-Japan Bilateral Trade: A Trade Intensity Approach” Vol. II, Issue 2, UK
13. WB (2015). “Trade Indicators”. World Integrated Trade Solutions.
14. www.ambbaku.esteri.it
15. www.wits.worldbank.org
16. www.stat.gov.az,
17. www.comtrade.un.org,
18. www.trademap.org,
19. www.tanap.com
20. www. library.aliyev-heritage.org
21. www.rome.mfa.gov.az

Xarici Ticarət – Azərbaycan Respublikasının dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiyasının mühüm amili kimi

Nərgiz Səfərli

narqiz.safarli.96@mail.ru

Xülasə

Azərbaycanın dünyadakı bir sıra ölkələr ilə ticarət əlaqələrinin genişləndirilməsi, dünya iqtisadi məkanında inteqrasiya etməsinin sürətləndirilməsi ölkəmizin əsas vəzifələrindən hesab edilir. Ölkənin inkişafında aparıcı amillərdən olan xarici ticarətin rolu əvəzedilməzdir. Məhz bu səbəbdən də xarici ticarətin strategiyasının qurulmasındakı düzgünlüyü, onun təkmilləşdirilməsi zəruridir. Dünya ölkələri ilə əməkdaşlıq etmək ölkəmizin milli iqtisadiyyatının inkişafı üçün mühüm töhfədir. Azərbaycan daim sosial-iqtisadi inkişafında dünya ölkələri ilə əməkdaşlıq etməyə çalışır. Məqalədə xarici ticarətin strategiyası və onun göstəriciləri təhlil edilmiş, bir sıra perspektivlər müəyyən edilmişdir. Ölkəmizin dünya təsərrüfatında inteqrasiyasının sürətləndirilməsi, daha da irəliləməsi üçün xarici ticarət strategiyası və onun perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi, bir sıra təkliflərin hazırlanması, iqtisadi sabitliyin əldə edilməsi, yeni məzənnə siyasətinə keçid etdikdən sonra ixracın potensialının artırılmasına görə tədqiqat faydalı sayıla bilər. Xarici ticarət siyasəti ölkəmizin xarici iqtisadi siyasətində əsasən iki yanaşmanı–dövlətin əmtəə mübadiləsinə müdaxilə etmə vəziyyətindən asılı şəkildə azad ticarəti yaxud da proteksionizmi əks etdirir. Əvvəlki zamanlarda azad ticarət üstünlük təşkil edirdi, lakin hazırki dövrdə get-gedə iki yanaşmanın hər birinin optimal nisbətindən istifadə etməyə səy göstərir.

Açar sözlər : **Xarici Ticarət, Xarici Ticarət Dövriyyəsi, İdxal, İxrac, Xarici İqtisadi Əlaqələr**

Giriş

Azərbaycan Respublikasının Asiya və Avropanı birləşdirən bir mövqedə yerləşməsi, onun bolluq təşkil edən təbiəti, eləcə də münbit torpaqları, xarici ölkələr ilə olan ticarət əlaqələri və s. kimi amillər ölkəmizin dünya təsərrüfatında sistemində inteqrasiyasını sürətləndirmişdir. Respublikamızın müstəqillik əldə etməsi Azərbaycanın qonşu ölkələri ilə, eləcə də dünya ölkələrilə iqtisadi əlaqələrin irəliləməsinə, xarici ticarət əlaqələrinin inkişaf etməsinə zərurət yaratmışdır. (Məmmədov 2016).

Xarici ticarət sahəsində reallaşdırılmış olan tədbirlər xarici ticarətin ölkənin iqtisadiyyatında mühüm rol oynamasına, xarici ticarət əlaqələrinin getdikcə inkişaf etməsinə təkan vermişdir. Müasir dövrümüzdə Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakı xarici ticarət, iqtisadi əməkdaşlıq və elmi-texniki əməkdaşlıqda çıxış etmiş olan xarici iqtisadi əlaqələrin formalarından geniş şəkildə istifadədə əksini tapır. Həmin əlaqələrdə mühüm yer tutan xarici ticarətdir. (Məhərrəmov, Qəribov, Güləliyev,2015).

Ölkəmizdə xarici ticarətə təsir edən qanunvericiliyin beynəlxalq standartlara uyğun olması və Azərbaycanın xarici ticarətdə inteqrasiya etməsi məqsədi ilə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzv olmaq üçün müəyyən işlər aparılır. Beləliklə 1997-ci ildə ölkəmiz ÜTT-ə üzvlük üçün müraciət etməyi qərarlaşdırmışdır. Hazırda Azərbaycan Respublikası Ümumdünya Ticarət Təşkilatında müşahidəçi statusundadır və həmin təşkilata üzv olmaq üçün də müəyyən tədbirlər həyata keçirilir. (Qəribov, Əzizov, Əhmədova,2017).

Metod

Məqalədə bir sıra metodlardan istifadə edilmişdir. Bu metodlar induksiya metodu, məntiqi metod, sintez metodu, deduksiya metodu, analiz metodundan ibarətdir. İnduksiya metodu ilə ilk öncə

prosesə aid faktlar cəmləşdirilib və sistemləşdirilmişdir. Deduksiya metodu ilə də toplanmış faktlara görə müxtəlif prinsiplər, nəticələr hazırlanmışdır.

Araşdırma Modeli

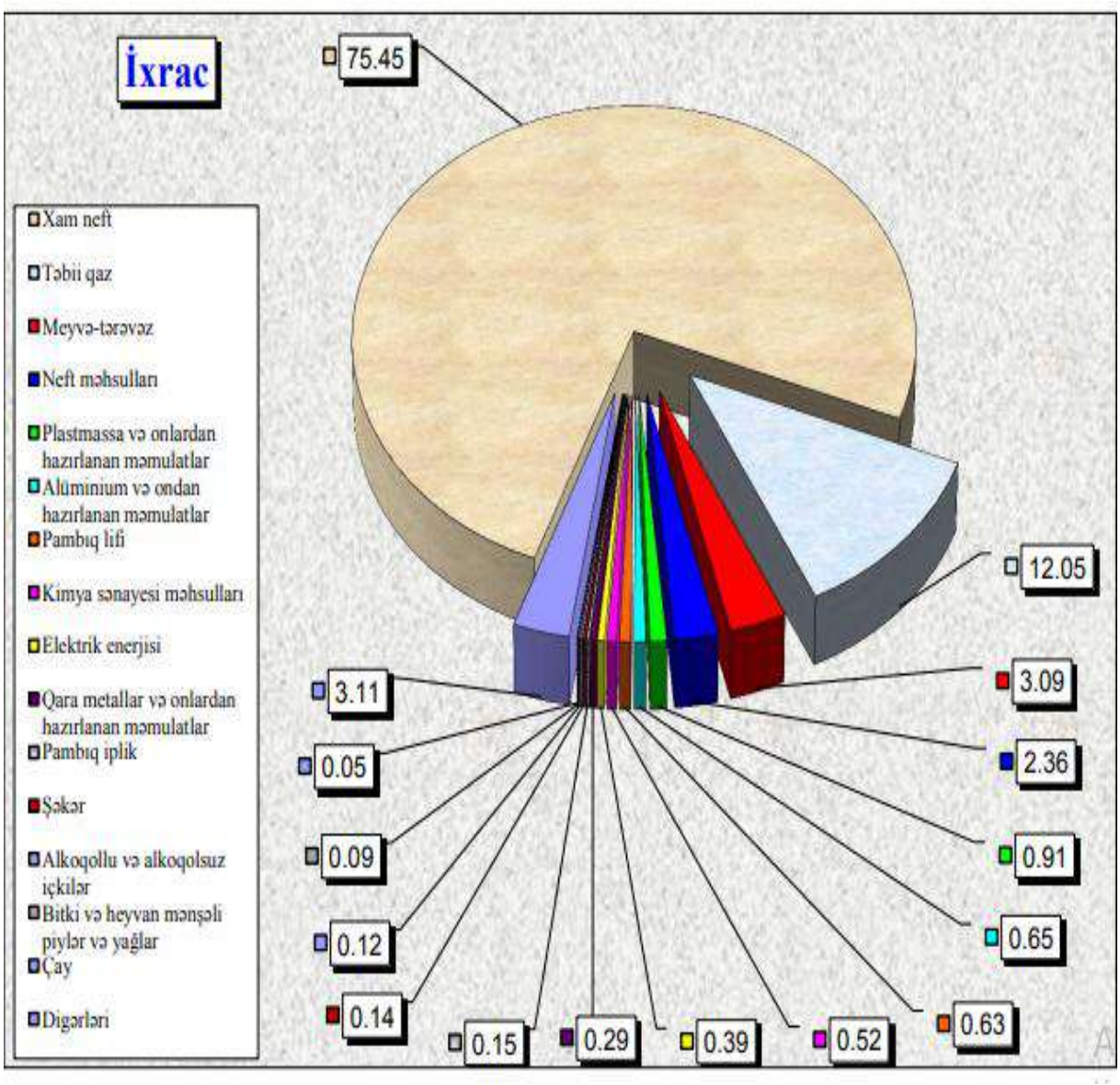
Tədqiqatın məqsədi ondan ibarətdir ki, ölkəmizin xarici ticarətinin strategiyasının tədqiq edilməsi ilə onun dinamikası müəyyən edilsin və həmçinin də sosial inkişafda və iqtisadi inkişafda nə dərəcə əhəmiyyət təşkil etdiyi aşkarlansın. Burada əsas məqsəd xarici ticarətin təhlili və təhlilin nəticələrinə əsasən ümumiləşdirilərək perspektivlərin müəyyən olunmasıdır.

Analiz

Azərbaycanda hökm sürən azad iqtisadiyyat, ölkənin siyasi və iqtisadi nüfuzu, özəl sektorun inkişafı xarici ticarətin, onun həcminin artmasına şərait yaradan amillərdir. Müasir dövrümüzdə ölkəmizdə istehsal edilmiş olan məhsullara dünya bazarında getdikcə maraq artır. Beləliklə, həmin malları almış olan ölkələrin də sayı artmaqdadır.

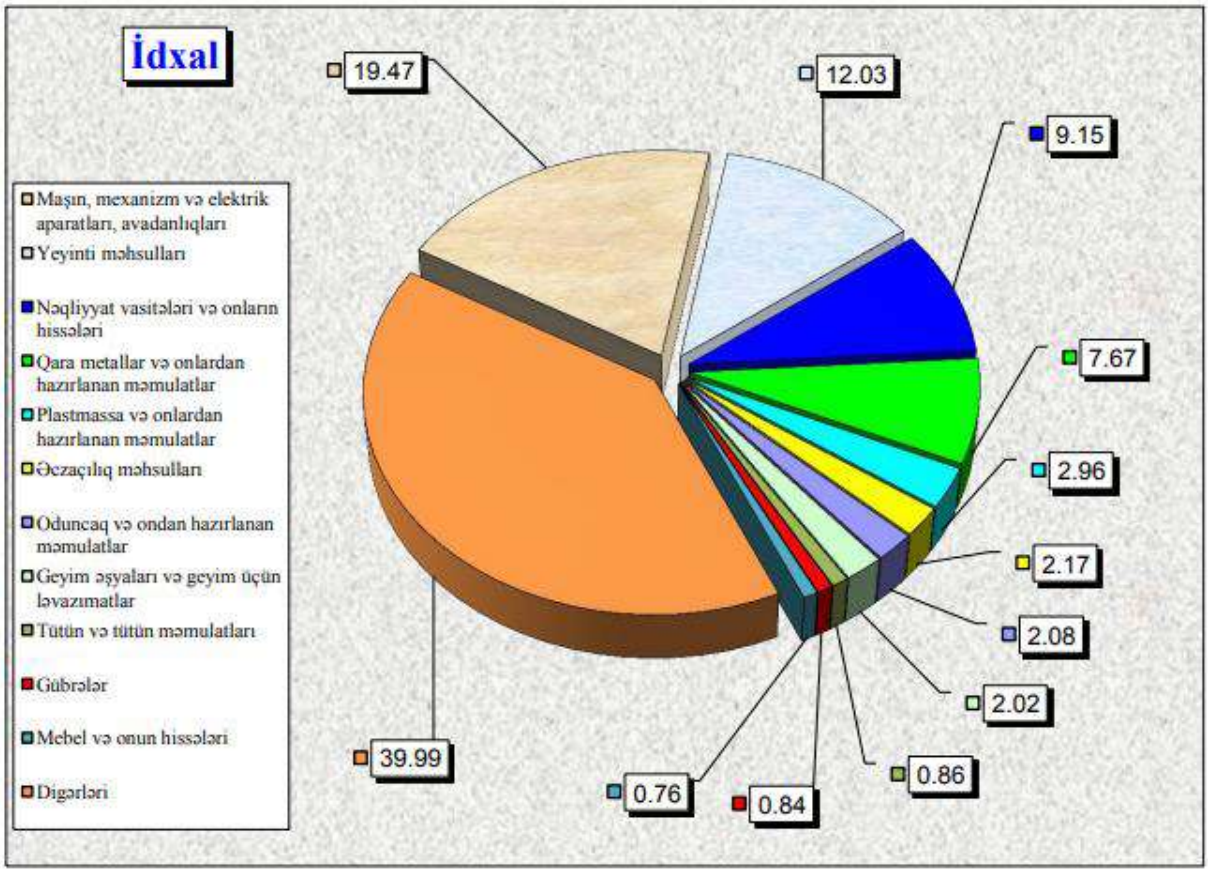
Hazırda xarici neft şirkətləri Azərbaycan Respublikasının neft sektoruna böyük həcmdə investisiyalar qoymuşdur və bu investisiyalardan sonra Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət dövriyyəsində Avropa Birliyindəki ölkələr aparıcı yer tutmağa başlamışdır. Həmçinin də Bakı-Tbilisi-Ceyhan boru kəmərinin işə düşməsi ilə də ölkənin xarici ticarəti daha da irəliləmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı davamlı olduğu müddətcə onun idxal və ixrac strukturu da inkişaf edəcəkdir. Dövrümüzdə xaricə ixrac edilmiş olan mühüm məhsulların siyahısı artmaqdadır. Digər xarici ölkələrə göndərilmiş olan malların böyük hissəsi mineral məhsullardan, eləcə də xam neft məhsullarından və neft emalı məhsullarından ibarətdir. Bununla belə, qeyri-neft məhsullarından, az qiymətli metallar, plastik kütlə, kimya sənayesi məhsulları, rezin və rezindən hazırlanmış olan məmulatlar, qiymətli daşlar, kauçuk, təbii qaz, toxuculuq materialları, az qiymətli metallar, həmçinin onlardan hazırlanmış olan məmulatlar və s. ixrac edilmişdir. Digər ixrac edilmiş məhsullara çay, meyvə,spirtli içkilər, spirtsiz içkilər, şəkər, bitkidən hasil edilmiş olan yağlar, tərəvəz konservləri və s. daxildir. İdxalda üstünlük təşkil edən mallara isə yeyinti məhsulları, meyvə - tərəvəz, çay, süd, kərə yağı, ət, süddən hazırlanan digər yağlar, şəkər, tütün məmulatları, odun və oduncaqdan hazırlanmış məmulatlar, elektrik aparatları, avadanlıq hissələri, mebel və hissələri aiddir. 2019-cu il üzrə ixrac və idxal əməliyyatlarında olan malları cədvəl şəklində faizlə aşağıda rəsvir edilən qrafiklə göstərək:

Diaqram 1. İxrac əməliyyatlarında əsas mallar (faizlə xüsusi çəkisi).



Mənbə : https://customs.gov.az/modules/pdf/pdffolder/84/FILE_4A9D8C-5B4D1A-34831F-265C31-60B8D6-94CBDD.pdf (01.04.2020)

Diaqram 2. İdxal əməliyyatlarında əsas mallar (faizlə xüsusi çəkisi).



Mənbə : https://customs.gov.az/modules/pdf/pdffolder/84/FILE_4A9D8C-5B4D1A-34831F-265C31-60B8D6-94CBDD.pdf (01.04.2020)

Ölkənin idxalına bir sıra mallar aiddir. Həmin mallar aşağıdakılardır:

- ölkəyə gətirilib və dövlətin xeyri üçün imtina edilmiş olan mallar;
- daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilmiş olan mallar;
- xaricdə emal xüsusi gömrük prosedurunun bitdikdən sonra ölkəyə gətirilmiş olan mallar;
- sərbəst dövriyyə üçün buraılış gömrük prosedurunda yerləşdirilmiş olan mallar;
- son istifadə xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilmiş olan mallar.

Ölkənin ixracına aid edilən mallar isə aşağıdakılardır:

- gömrük anbarı proseduru və sərbəst zona xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilməsi bitdikdən sonra göndərilmiş olan mallar;
- ixrac gömrük proseduruna uyğun olaraq göndərilmiş olan mallar;
- təkrar ixrac gömrük proseduruna uyğun şəkildə göndərilmiş olan mallar;
- xaricdə emal xüsusi gömrük proseduruna uyğun şəkildə göndərilmiş olan mallar;
- daxildə emal ediləndən sonra göndərilmiş olan mallar;
- son istifadə xüsusi gömrük prosedurunun vaxtı başa çatdıqdan sonra göndərilmiş olan mallar.

2019-cu ildəki müddətdə ölkəmizin xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 33302.82 milyon dollar təşkil etmişdir. Ümumilikdə 2019-cu il üzrə 195 ölkə ilə xarici ticarət həyata keçirilmişdir. Həmin ildə Azərbaycan Respublikası xarici ölkələrə 19635.58 milyon ABŞ dolları məhsul ixrac etmişdir, 13667.24 milyon ABŞ dolları isə idxalın həcmini təşkil etmişdir. Nəticə etibarilə 5968.34 milyon ABŞ dolları müsbət ticarət saldolsu yaranmışdır.

Cədvəl 1. 2010-2019-cu illər üzrə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi.

İllər	Milyon ABŞ dolları ilə			
	ticarət dövriyyəsi	idxal	ixrac	saldo
2010	27,960.8	6,600.6	21,360.2	14,759.6
2011	36,326.9	9,756.0	26,570.9	16,814.9
2012	33,560.9	9,652.9	23,908.0	14,255.1
2013	34,687.9	10,712.5	23,975.4	13,262.9
2014	31,016.3	9,187.7	21,828.6	12,640.9
2015	21,945.8	9,216.7	12,729.1	3,512.4
2016	21,946.7	8,489.1	13,457.6	4,968.5
2017	24,103.3	8,783.3	15,320.0	6,536.7
2018	30,923.6	11,465.0	19,458.6	7,993.6
2019	33302.8	13667.2	19635.6	5968.3

Mənbə: DSK-nın məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır. (01.04.2020)

İxracda iştirak edən əsas ölkələrə İtaliya, Türkiyə, Hindistan, Almaniya, İsrail, Çin, Rusiya, İspaniya, Çexiya, Gürcüstan, Çexiya, Böyük Britaniya, Xorvatiya, Tayland, Portuqaliya və s. aiddir. İdxalda isə əsas çıxış edən ölkələr Rusiya, Türkiyə, Çin, İsveçrə, ABŞ, Almaniya, Ukrayna, İran İslam Respublikası, Kanada, İtaliya, Avstraliya, Fransa, Böyük Britaniya, Yaponiya, Belarus və s. daxildir.

Cədvəl 2. 2019-cu il üzrə idxal və ixracda iştirak edən əsas ölkələr.

İxracda əsas ölkələr

Ölkələrin adı	Min ABŞ dolları	Ümumi ixraca nisbətən %-lə
Cəmi	**19 635 580.41**	**100.00**
o cümlədən:		
İtaliya	5 638 641.82	28.72
Türkiyə	2 862 694.58	14.58
İsrail	1 331 616.19	6.78
Hindistan	955 865.62	4.87
Almaniya	931 783.43	4.75
Çin	752 162.63	3.83
Rusiya	731 826.20	3.73
İspaniya	704 459.85	3.59
Çexiya	647 451.22	3.30
Gürcüstan	586 904.09	2.99
Fransa	536 639.27	2.73
Böyük Britaniya	471 947.78	2.40
Xorvatiya	436 550.43	2.22
Tailand	359 698.09	1.83
Portuqaliya	353 914.91	1.80
Digər ölkələr	**2 333 424.31**	**11.88**

İdxalda əsas ölkələr

Ölkələrin adı	Min ABŞ dolları	Ümumi idxala nisbətən %-lə
Cəmi	**13 667 237.83**	**100.00**
o cümlədən:		
Rusiya	2 290 219.80	16.76
Türkiyə	1 646 801.46	12.05
Çin	1 432 031.37	10.48
İsveçrə	1 223 277.49	8.95
Amerika Birləşmiş Ştatları	767 758.31	5.62
Almaniya	710 367.98	5.20
Ukrayna	467 072.27	3.42
İran İslam Respublikası	452 701.67	3.31
Kanada	398 161.46	2.91
İtaliya	369 897.21	2.71
Avstraliya	295 577.24	2.16
Fransa	250 727.29	1.83
Böyük Britaniya	232 631.41	1.70
Yaponiya	221 576.02	1.62
Belarus	206 156.62	1.51
Digər ölkələr	**2 702 280.21**	**19.77**

Активация Windows
Чтобы активировать Windows

Mənbə: DSK-nın məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır. (01.04.2020)

Ölkədə dövlət səviyyəsində həyata keçirilmiş mühüm tədbirlər, strateji əhəmiyyət daşıyan məhsul ixracı və idxalında fiziki şəxslərin, eləcə də hüquqi şəxslərin bərabərhüquqluluğunun təmin edilməsi, inhisarçılığa qarşı görülmüş olan tədbirlər, gömrük əlaqəsinin sadələşdirilməsi barədə həyata keçirilən tədbirlər, xarici ticarətin liberallaşdırılması, investisiya sahəsində görülən işlər xarici ticarət əlaqələrinin gələcək zamanlarda da inkişafına, xarici ticarətin irəliləyəcəyinə təkan verir.

Ölkənin iqtisadi gücünü şərtləndirən amillərdən biri də Azərbaycan Respublikasının elektrik enerjisində ixracatçı kimi çıxış etməsidir. Ölkədə yeni generasiya gücünü yaratmaqları, infrastruktur imkanlarını irəlilətmələri Azərbaycanın elektrik enerjisi ixracatçısı rolu kimi çıxış etməsinə təkan vermişdir. Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə, İran və s. kimi ölkələr ilə elektrik enerjisinin mübadiləsi həyata keçirilir.

Bildiyimiz kimi, Azərbaycan dünyada inteqrasiya prosesində aktiv iştirak edərək öz yerini müəyyənləşdirmişdir. Ölkəmiz digər dünya ölkələrilə idxal əməliyyatlarında və ixrac əməliyyatlarında dünyadakı bəzi birlik və təşkilatlarda iştirakı mövcuddur. Həmin birlik və təşkilatlara aiddir: MDB, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, AB, GÜAM, Avropa Azad

Ticarət Assosiasiyası, Asiya Sakit Okean İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, OPEK, İslam Konfransı Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı və s.

Xarici iqtisadi əlaqələrdəki irəliləyiş, inkişaf onu göstərməyə imkan verir ki, müstəqil Azərbaycanda həyata keçirilən tədbirlər və onların uğurlu nəticələri ölkənin gələcəkdəki yüksəlişinə zəmin yaratmış, Azərbaycanın inamla irəliləməsinə təkan vermişdir. Azərbaycandakı təbii üstünlüklər, ölkənin dünya mərkəzində imiş kimi yerləşməsi xarici ticarət əlaqələrinin iqtisadi əsasını əhatə edir. Ölkəmizin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya etməsini şərtləndirən amillərə daxildir:

a) müstəqil Azərbaycan Respublikasının siyasi vəziyyətinin möhkəmləndirilməsi, müstəqilliyin etibarlılığının yüksəldilməsi;
b) azərbaycanın təbii resurslara xammal ehtiyyatına sahib olma üstünlükləri;
c) texnologiyanın irəliləməsi, ölkədə iqtisadiyyatda texnologiyanın rolunun artırılması;
d) investisiyanın mütləqliyi.

Xarici ticarətdə sahəsində reallaşdırılmış olan tədbirlər xarici ticarətin ölkə iqtisadiyyatının mühüm sahələrindən birinə çevrilməsinə təkan yaratmışdır. Beləliklə, bu da xarici ticarət əlaqələrinin irəliləməsinə gətirib çıxarmışdır. Ölkəmizin xarici ticarət təşkilatları ilə əlaqəsinin inkişafı, həmin təşkilatlar ilə əməkdaşlığın təkmilləşdirilməsi imkanlarının müəyyən edilməsi, həmçinin də həyata keçirilməsi mexanizminin hazır olunması və tətbiq edilməsi gələcək dövrlərdə Azərbaycanın ticarət əlaqələrinin genişlənməsinə, ixrac potensialının səmərəli istifadəsinə, dünya iqtisadiyyatı sisteminə inteqrasiyasına müsbət təsir edəcəkdir. Ölkədə dövlət səviyyəsində həyata keçirilmiş mühüm tədbirlər, strateji əhəmiyyət daşıyan məhsul ixracı və idxalında fiziki şəxslərin, eləcə də hüquqi şəxslərin bərabərhüquqluluğunun təmin edilməsi, inhisarçılığa qarşı görülmüş olan tədbirlər, gömrük əlaqəsinin sadələşdirilməsi barədə həyata keçirilən tədbirlər, xarici ticarətin liberallaşdırılması, investisiya sahəsində görülən işlər xarici ticarət əlaqələrinin gələcək zamanlarda da inkişafına, xarici ticarətin irəliləyəcəyinə təkan verir.

Nəticə

Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət dövriyyəsinin, iqtisadiyyatın demək olar ki, çox hissəsi neft sektorundan asılıdır və buna görə də sosial – iqtisadi inkişafın uzun müddətli təmini bir sıra risklər yaradır. Bu səbəbdən də sonrakı müddətdə sosial və iqtisadi inkişafın təmini xarici ticarətdən strategiyasından asılılığı daha çoxdur. Xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsi Azərbaycan Respublikasının sosial və iqtisadi inkişafında zəruri amil kimi hesab edilir. Ölkəmiz dünya birliyinə sürətlə inteqrasiya etməkdədir. Müasir dövrümüzdə Azərbaycan Respublikası beynəlxalq aləmdə bərabər bir tərəfdaş olaraq qəbul olunur. Həmçinin də Azərbaycan ilə uzun müddətli olaraq əməkdaşlıq sistemi həyata keçirilir. Bu halda ölkəyə etimad prosesini gücləndirmək zəruridir. Bu etimad isə bəzi prinsiplər üstündə reallaşdırıla bilər. Bu prinsiplərə misal olaraq Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvlüyü misal göstərmək olar.

Azərbaycanın beynəlxalq aləmdəki mövqeyinin gücləndirilməsi, ölkəmizdə istehsal olunan mal və xidmətlərin maneəsiz şəkildə dünya bazarına çıxarılmağın təmin edilməsi, həmçinin Azərbaycanın ixrac potensialının möhkəmləndirilməsi, ixracın təkmilləşdirilməsi, ölkəmizin xarici ticarətdə mənafeyinin qorunması, milli istehsalın inkişafı üçün şəraitin yaradılması, Azərbaycanda istehsal

edilən məhsulların keyfiyyətinin təmin edilməsinə görə ölkəmizin Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzv olması zəruridir.

İqtisadi həyatın beynəlmilləşməsi, ölkəmizin çətin şərtlər ilə davam edən müasir dünyaya inteqrasiya etməsinin istiqamətləri bir sıra yeni imkanlar yaratmışdır. Bununla yanaşı bir sıra problemlər və təhlükələr də ortaya çıxartmaqdadır. Bu cur vəziyyətdən səmərəli şəkildə istifadə etmək, yaranmış olan problemlərin, təhlükələrin zamanında aşkar edilib öyrənilməsi ölkəmiz üçün vacib hesab edilən məsələlərdəndir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. E. Hacızadə (2018) , Dünya İqtisadiyyatı və Azərbaycan, Bakı, səh.171-203.
2. M. Məmmədov (2016), Azərbaycan Dünya Təsərrüfat Əlaqələri Sistemində, Bakı/Azərbaycan " Vektor " Beynəlxalq nəşriyyatı, səh.190-215.
3. Şəkərəliyev, Q. Şəkərəliyev (2016), Azərbaycan İqtisadiyyatı: reallıqlar və perspevtivlər, Bakı " Turxan " NPB, səh.176-192.
4. Qəribov, A. Əzizov, S. Əhmədova (2017), Beynəlxalq Ticarət Əməliyyatları, Bakı, səh.84-98.
5. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İnstitutu (2015), Azərbaycanın Xarici İqitisadi Əlaqələri: problemlər və perspektivlər, Bakı " Avropa " nəşriyyatı, səh.45-59.
6. E. Kərimov, B. Osmanov (2010), İqtisadi Nəzəriyyə, Bakı " Vətən " nəşriyyatı, səh.565-581.
7. Məhərrəmov, F. Qəribov, M. Güləliyev (2015), Azərbaycanın Xarici İqtisadi Əlaqələri: Nailiyyətlər və Perspektivlər, AMEA, İqtisadiyyat İnstitutu Bakı " Avropa " nəşriyyatı, səh.251-303.
8. www.stat.gov.az
9. www.customs.gov.az

Azərbaycan və MDB ölkələri arasında xarici ticarət əlaqələrin dinamikası və məzmunu

Mahir Talıblı

talibov668@gmail.com

Xülasə

Müstəqil Dövlətlər Birliyi (MDB) Ukranya, Rusiya və Belarus rəhbərləri tərəfindən 8 dekabr 1991 ci il tarixində MDB-nin yaradılması barəsində sazişin imzalanması vasitəsilə təsis edilmişdir. Azərbaycan, Moldova, Belarus, Qazaxıstan, Türkmənistan, Ermənistan, Özbəkistan, Tacikistan, Qırğızıstan, Rusiya və Ukraynanın rəhbərləri 1991-ci il 21 dekabr tarixində Almatı Bəyannaməsini imzalandı. Bəyannamədə bildirilirdi ki, SSRİ ləğv olunaraq Müstəqil Dövlətlər birliyi yaradılsın həmçinin bura MDB-nin prinsip və məqsədləri özündə əks etdirilsin. Azərbaycan MDB-nin 2020-ci ilə qədər dövr üçün İqtisadi inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsində iştirak edir, Tədbirlər Planına uyğun olaraq hər ilin yekunu barədə müvafiq hesabat Müstəqil Dövlətlər Birliyinin İcraiyyə Komitəsinə təqdim edilir. Azərbaycan digər ölkələrlə yanaşı, MDD dövlətləri ilə qarşılıqlı ticarət münasibbətləri son dövrdə Azərbaycanın iqtisadi gücünün artması, yeridilən siyasət nəticəsi, müasir texnologiyalara dayanan və rəqabət qabiliyyəti olan müəsslərin fəaliyyət göstərməsi əlbətdə ki, ölkəmizdə xarici iqtisadi əlaqələrin artmasına təkan vermişdir. Nəticəsi olaraq xarici ticarət əlaqələri genişlənərək ticarətin əmtəə strukturu təkmilləşmişdir. Ümumi şəkildə baxsaq Doing-Business heabatında, Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin təkmilləşməsi açıq aydın göstərilmişdir. Bu hesabatda ölkəmizdə xarici ticarət sahəsində ciddi islahatlar görülmüş və həmin islahatların nəticəsi olaraq xarici ticarət təşkilatları üçün daha əlverişli biznes mühütinin formalaşdığı, gömrük nəzarəti və qeydiyyata alınmasının daha intensiz, şəffaf tətbiq olunması ilə fiziki gömrük yoxlamalarının minimuma endiyi, biznesin dövlət tənzimləmə mexanizminin səmərəliliyinin daha da genişləndiyi diqqətə çatdırılmışdır.

Açar Sözlər: Azərbaycan, MDB, Beynəlxalq Münasibətlər, Ticarət Əlaqələri

Giriş

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən bəri, müxtəlif qlobal səviyyəli beynəlxalq təşkilatlarda fəal əməkdaşlıq göstərir. Ölkəmiz, üzv olduğu təşkilatlarda, fəal iştirak etməklə yanaşı, eyni zamanda, üzv dövlətlərlə ikitərəfli həmçinin çoxtərəfli əməkdaşlığı daha da genişləndirmişdir. Azərbaycanın müxtəlif beynəlxalq təşkilatlarla üzvlüyünə baxmayaraq, əsasən SSRİ dağıldıqdan ölkələrin birlik yaradıb üzv olduqları Müstəqil Dövlətlər Birliyi təşkilatının Azərbaycanın iqtisadi inteqrasiyasında mühüm yeri olmuşdur, həmçinin Azərbaycanın Müstəqil Dövlətlər Birliyi çərçivəsində fəaliyyəti də böyük önəm daşıyır. SSRİ dağıldıqdan sonra ölkələr arasında çox şaxəli əlaqələrin birdən-birə kəsilməsi, həmin ölkələrdə sosial-iqtisadi vəziyyətə mənfi təsirini göstərmişdir və bu səbəbdən, MDB kimi bir təşkilatın yaradılması, keçmiş ittifaq respublikalarının münasibətlərinin, bir birinnə hörmət və milli maraqların dövlət çərçivəsində davam etdirilməsinə şərait yaratdı. Azərbaycan ilə Müstəqil Dövlətlər Birliyi arasında münasibətlər, mütərəqqi maraqlara və regional əhəmiyyətə xidmət etməsi ilə səciyyələnir. (Azəri, 2014)

Son dövrlərə nəzər yetirsək görərik ki, Azərbaycan nəinki MDB çərçivəsində həmçinin dünya ölkələri arasında ön sıralarda dayanan ölkələrdəndir və İlbəil ölkəmizin iqtisadi imkanları, əhalisinin rifahı, hərbi gücü, beynəlxalq siyasi nüfuzu artmaqdadır. Cənubi Qafqaz regionunda, aparıcı dövləti kimi tanınan Azərbaycan, yürütdüyü xarici siyasət ilə, regionun siyasi, iqtisadi və hərbi durumuna təsir göstərir. Bu səbəbdən də, ayrı-ayrı dövlətlər, eləcə də, nüfuzlu beynəlxalq təşkilarlar ölkəmizlə sıx əməkdaşlığa böyük maraq göstərirlər. Həmçinin ölkəmizin əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi, özəl sektorların inkişafı üçün atılan addımlar, iqtisadi sərbəstlik xarici ticarət əlaqələrinin həmçinin idxal

və ixrac əməliyyatlarının həcminin ildən ilə artırır. Bundan əlavə azad sahibkarlığ üçün geniş meydanın verilmesi, rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal etmək üçün əlverişli şərait yaradır və bunun nəticəsidir ki, dünyada ilbəil istehsal olunan məhsullarımıza dünya bazarında maraq artır və ixrac olunan ölkələrin sayı getdikcə artır. İxracın dinamikasına nəzər yetirsək görərik ki, elə bunun nəticəsidir ki, son illərdə xeyli artım olunmuşdur.(Москалькова, 2014 / Чернявский, 2011).

Xarici ticarət sektoru ölkə iqtisadiyyatında aparcı yerlərdən birini tutmağa başlayıb. Azad iqtisadiyyat, özəl sektorun inkişafı,ölkənin siyasi və iqtisadi nüfuzu, həmçinin əlverişli coğrafi mövqeyi xarici ticarət əlaqələrinin, həm də coğrafiyasının genişlənməsi üçün böyük imkanlar yaratdı. Hazırda dünya bazarında Azərbaycan istehsalı olan məhsullara maraq yüksəlir və onu alan ölkələrin sayı artır və bu göstərici ilbəil artmaqdadır. Beləliklə əgər 1997-ci ildə tərəfdaş ölkələrin sayı 84 idisə, 1999cu ildə bu göstərici 121, indi isə 177-ə yaxındır. (Əliyev, 2003).

Metod

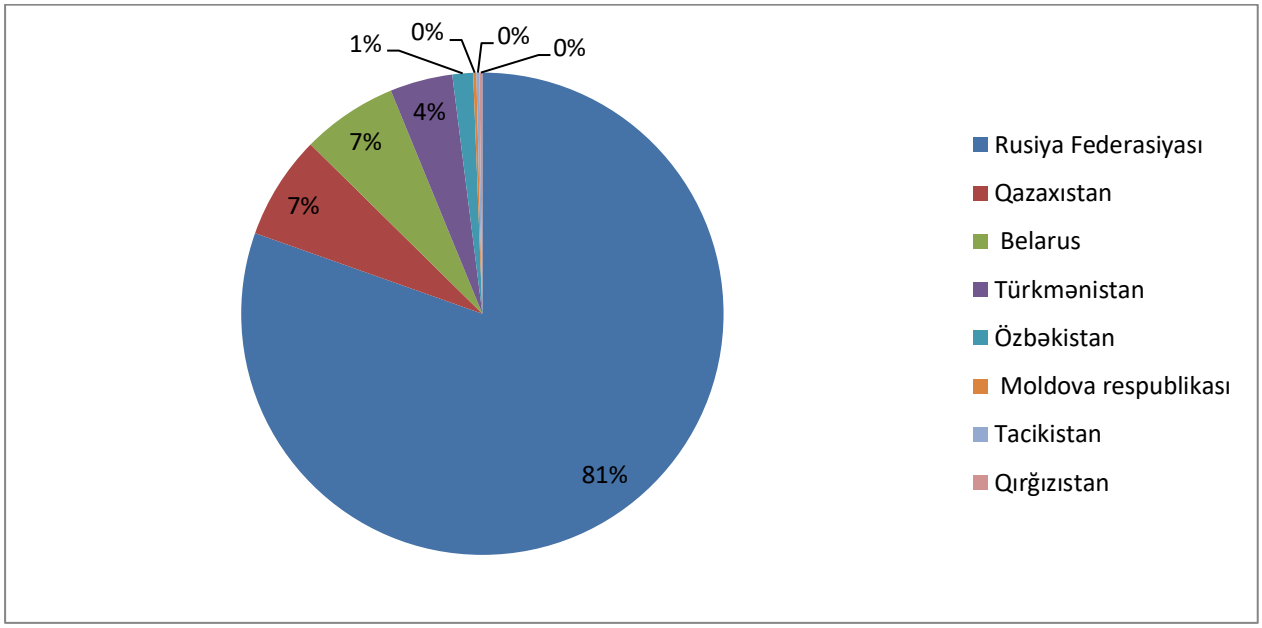
Mövzuya uyğun olaraq müxtəlif növ metodlardan istifadə etmək olar. Məqalədə aparılan araşdırmalara əsaslanaraq, əsasən analiz və müqayisə metodundan istifadə olunub. Analiz metodu vasitəsiylə əldə olunan məlumatlar sadələşdirilərək daha konkret məlumat əldə edilmişdir. Müqayisə metodu vasitəsiylə isə Azərbaycan və digər MDB ölkələri ilə ticarət əlaqələri müqayisə edilmiş və ticarət əlaqələri hansı istiqamətlərdə inteqrasiya edildiyi öyrəniləcək və sonda isə metodlar əsasında aparılan araşdırmalara əsasən nəticə ortaya çıxarılacaqdır.

Analiz

Azərbaycanın ticarət dövriyəsinin 13% Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələriylə həyata keçirilir. Bəzi ölkələr Müstəqil Dövlətlər Bir Ayrılıqda baxsaq isə 65% Rusiyanın payına düşür. Ümumilikdə araşdırmalar nəticəsi olaraq, aşağıdaki məlumatlara əsaslanıb, Azərbaycanın Müstəqil dövlətlər birliyi ilə həyata keçirdiyi ticarət dövriyyəsinə baxsaq, Azərbaycanın 2005ci ildən 2018ci ilə kimi Müstəqil Dövlətlər Birliyi üzv ölkələri ilə, ölkələr üzrə xarici ticarət dövriyyəsində görərik ki 13 il ərzində 1 899 373 min ABŞ dolları artım olmuşdur. Bununda əsas səbəbi ölkələr arasında olan əlaqələrin daha da güclənməsi, ölkədə islahatların aparılması və başqa amilləri misal göstərə bilərik. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi hesabata görə, son olaraq Azərbaycan ilə Müstəqil Dövlətlər birliyi arasında ki, xarici ticarət dövriyyəsi aşağıda ki kimidir. (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, 2018).

1. Rusiya Federasiyası (2 550 906 min ABŞ dolları)
2. Qazaxıstan (220 789 min ABŞ dolları)
3. Belarus(203 665 min ABŞ doları)
4. Türkmənistan(133 151 min ABŞ doları)
5. Özbəkistan(43 948 min ABŞ dolları)
6. Moldova respublikası(6 688 min ABŞ doları)
7. Tacikistan(6 587 min ABŞ dolları)
8. Qırğızıstan(6 082 min ABŞ dolları)

Qrafik 1. 2018ci il üzrə MDB ilə Azərbaycan arasında xarici ticarət dövriyyəsi

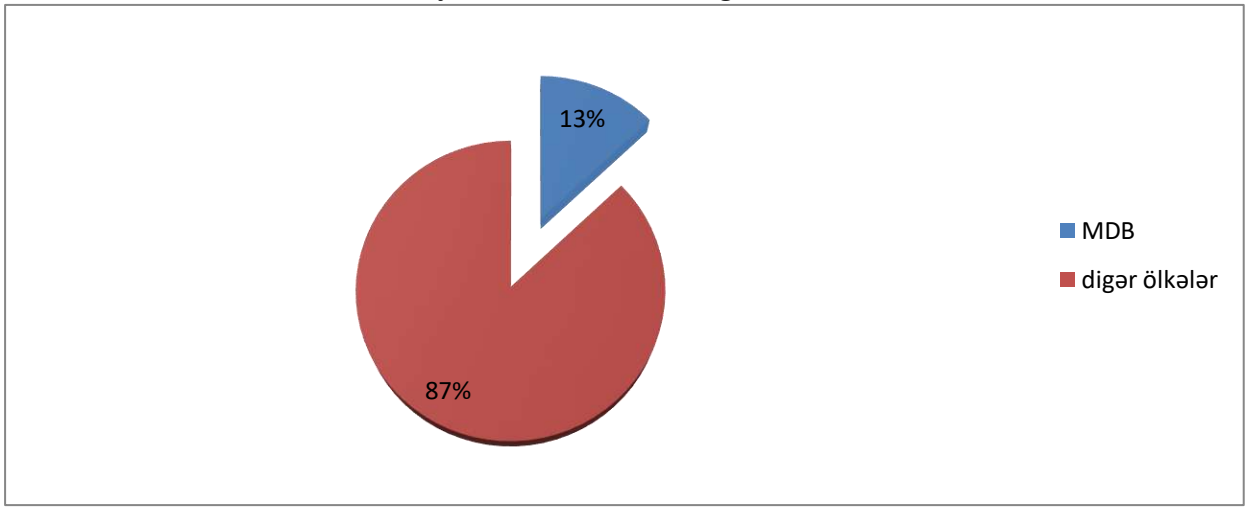


Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/(25.03.2020)

Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri ilə Azərbaycan arasında olan ticarət dövriyyəsinə baxsaq görə bilərik ki, əsas əlaqələr Rusiya, Qazaxıstanladır və Belarusya ilədir. Demək olar ki, Moldova Tacikistan və Qırğızıstan ilə ticarət əlaqələri 1%dan belə aşağıdır.

Ölkələrə ayrı ayrılıqda nəzər yetirsək isə, ən yüksək xarici ticarət dövriyyəsi Rusiya Federsiyası ilə 2013ci ildə(2 583 022 min ABŞ dolları), Qazaxıstan ilə 2008ci ildə(490 300 min ABŞ dolları), Belarus ilə 2011ci ildə(731 310 min ABŞ dolları), Türkmənistan ilə 2005ci ildə(516 529 min ABŞ dolları), Özbəkistan ilə 2005ci ildə (102 645 min ABŞ dolları), Moldava Respublika ilə 2012ci ildə (9 037 min ABŞ dolları), Tacikistan ilə 2006cı ildə(131 186 min ABŞ dolları), Qırğızıstan ilə isə 2012ci ildə olmuşdur(28 917 min ABŞ dolları). Azərbaycan da 2018ci il üzrə ümumən ticarət dövriyyəsi 30 923 602 min ABŞ dolları olduğu halda, bunun 4 000 356 min ABŞ dolları Müstəqil dövlətlər Birliyi ölkələri ilə (9 ölkə), qalan hissəsi isə digər ölkələrlə olmuşdur(175 ölkə). (ARDSK, 2018).

Qrafik 2. 2018ci il üzrə Azərbaycan ilə MDB və digər ölkələr arasında xarici ticarət dövriyyəsi



Mənbə: : Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/(25.03.2020)

Qrafik 3-də Azərbaycan ilə Müstəqil Dövlətlər Birliyi üzv ölkələri və digər ölkələr ilə üzrə arasında olan, 2018 və 2019 cu il üzrə ticarət saldosu göstərilmişdir. Cədvəldən də göründüyü kimi, ölkəmizin ticarət saldosu müsbət olmasına baxmayaraq, Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələrində aslılığımız mövcuddur. Yəni ixrac əsasən digər ölkərə olduğu halda, idxal əsasən Müstəqil dövlətlər Birliyin ölkələrindən olunur. 2018ci il üzrə ümumilikdə baxsaq, Azərbaycan üzrə ixrac 9 458 632 min ABŞ dolları olduğu halda, idxal 11 464 970 min ABŞ dolları olmuşdur. Ayrılıqda baxsaq isə, ixrac, Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri ilə 1 138 217 min ABŞ dolları, digər ölkələrlə isə 18 320 415 min ABŞ dolları, idxal isə, MDB ölkələri ilə 2 862 139 min ABŞ dolları olduğu halda digər ölkələrlə 8 602 830 min ABŞ dolları olmuşdur. 2018ci ilin hesbatına əsasən, Azərbaycanın MDB ölkələri ilə idxal və ixrac göstəricilərnə nəzər yetirək.

İdxal göstəriciləri aşağıdaki kimi olmuşdur:

1. Belarus- 180 762 min ABŞ dolları
2. Qazaxıstan- 174 145 min ABŞ dolları
3. Qırğızıstan- 2 049 min ABŞ dolları
4. Moldova Respublikası- 6 216 min ABŞ dolları
5. Özbəkistan- 34 597 min ABŞ dolları
6. Rusiya Federasiyası- 1 885 164 min ABŞ dolları
7. Tacikistan- 53 min ABŞ dolları
8. Türkmənistan- 109 352 min ABŞ dolları

İxrac göstəriciləri isə, bu formadadır:

1. Belarus- 22 902 min ABŞ dolları
2. Qazaxıstan- 46 644 min ABŞ dolları
3. Qırğızıstan- 4 033 min ABŞ dolları
4. Moldova Respublikası- 472 min ABŞ dolları
5. Özbəkistan- 9 351 min ABŞ dolları
6. Rusiya Federasiyası- 665 741 min ABŞ dolları
7. Tacikistan- 6 533 min ABŞ dolları
8. Türkmənistan- 23 799 min ABŞ dolları

Azərbaycan Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri ilə, təkcə Qırğızıstandan başqa digər ölkələrlə mənfi ticarət saldosuna məxsusdur. (ARDSK, 2018).

Qrafik 3 Azərbaycanın xarici ticarət saldosu

milyon ABŞ dolları

Dövr	2019-cu il			2018-ci il		
	Xarici ticarət saldosu	o cümlədən:		Xarici ticarət saldosu	o cümlədən:	
		MDB üzvü dövlətləri	digər ölkələr		MDB üzvü dövlətləri	digər ölkələr
Yanvar	256,0	-136,0	392,0	348,9	-200,9	549,8
Fevral	739,7	-147,3	887,0	409,6	-82,3	491,9
Mart	362,7	-212,1	574,8	405,5	-165,8	571,3
I rüb	**1358,4**	**-495,4**	**1853,8**	**1164,0**	**-449,0**	**1613,0**
Aprel	1179,5	-188,7	1368,2	1462,1	-75,0	1537,1
May	247,2	-125,5	372,7	889,1	-120,7	1009,8
İyun	177,7	-100,4	278,1	486,7	-85,3	572,0
II rüb	**1604,4**	**-414,6**	**2019,0**	**2837,9**	**-281,0**	**3118,9**
I yʏillik	**2962,8**	**-910,0**	**3872,8**	**4001,9**	**-730,0**	**4731,9**
İyul	870,8	-204,9	1075,7	968,9	-156,8	1125,7
Avqust	302,0	-197,9	499,9	1045,0	-141,1	1186,1
Sentyabr	353,1	-260,8	613,9	353,2	-223,1	576,3
III rüb	**1525,9**	**-663,6**	**2189,5**	**2367,1**	**-521,0**	**2888,1**
9 ayhq	**4488,7**	**-1573,6**	**6062,3**	**6369,0**	**-1251,0**	**7620,0**
Oktyabr	877,6	-226,1	1103,7	348,7	-167,5	516,2
Noyabr				905,2	-106,8	1012,0
Dekabr				370,7	-198,7	569,4
IV rüb				**1624,6**	**-473,0**	**2097,6**
İllik				**7993,6**	**-1724,0**	**9717,6**

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/(27.03.2020)

Ümumən Azərbaycanın ticarət əlaqələrnə baxsaq görərik ki əsas yerin neft ixracı olduğunu görərik. İqtisadiyyatın neft sektorundan aslı olması bilindiyi kimi çox riskli amillərdən biridir. Çünki, MDB ölkələri ilə müqayisə etsək, Belarusun əsas ixrac məhsullarına - maşın və avadanlıqlar, mineral məhsullar, kimyəvi maddələr, metallar, tekstil, qida məhsulları, Qazaxıstanın əsas ixrac məhsullarına- neft və neft məhsulları, təbii qaz, qara metallar, kimyəvi maddələr, maşınlar, taxıl, yun, ət, kömür, Qırğızıstanın əsas ixrac məhsullarına- qızıl, pambıq, yun, geyim, ət; civə, uran, elektrik; maşınlar; ayaqqabı, Moldovanın əsas ixrac olunan məhsulları- ərzaq məhsulları, tekstil, maşın, Özbəkistanın əsas ixrac məhsuları- enerji məhsulları, pambıq, qızıl, mineral gübrələr, qara və əlvan metallar, toxuculuq, ərzaq məhsulları, maşınlar, avtomobillər, Tacikistanın əsas ixrac olunan məhsulları- alüminium, elektrik, pambıq, meyvə, bitki yağı, tekstil, Rusiyanın isə əsas ixrac məhsullarına neft və neft məhsulları, təbii qaz, metallar, ağac və ağac məhsulları, kimyəvi maddələr və müxtəlif mülki və hərbi istehsal məhsullarını misal göstərə bilərik. Lakin Azərbaycanın əsas ixrac məhsullarına baxsaq 2016ci ilə qədər ixracın əsas hissəsini neft və qaz tuturdu. Azərbaycan iqtisadiyyatı, rifahı cəhətdən bəzi MDB ölkələrini qabaqlasada, neft sektorunu bu qədər aslı vəziyyətə salmaq ölkə üçün çox böyük riskli amildir. Amma son dövrə nəzər yetirsək, görərik ki, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi istiqamətində islahatlar aparılmışdır. (Qələndərli, 2014)

Azərbaycan Respublikasının prezdenti İlham Əliyevin 5 oktyabr 2016-cı il tarixli, qeyri-neft məhsullarının *Made in Azerbaijan adı* altında xarici bazarlarda geniş təbliğ aparılması barədə fərman imzalamışdır. Bu fərman əsasən *Made in Azerbaijan* adı altında məhsulların bazarda tanıdılması və ixracın daha da artırılması məqsədiylə 11 fərqli dəstək mexanizmini əhatə edir. Həmçinin Azərbaycan mənşəlli qeyri-neft sektoru məhsulları istehsal edən ixracatçı bu dəstək tədbirlərindən istifadə edə bilər. Azərbaycan da əsasən qeyri-neft sektoru kimi kənd təsərrüfatı, turizm inkişaf etdirilməsi irəli sürülmüşdür. Çünki neft ixracı əsasən avropa ölkələrnə olduğu halda, qeyri neft sektoru kimi, kənd

təsərrüfatı məhsullarının ixracı daha çox MDB ölkələrinə olunur və bu yöndə ixracatın artırılması məqsədiylə dövlət tərəfindən addımlar atılır.(Azərbaycanda ixracın və investisiyaların təşviqi fondu, 2018).

Azərbaycanın ixrac potensialını möhkəmləndirmək üçün ilk öncə, dövlət mövcud bazarlarda yerli məhsullarının mövqeyini möhkənləndirməli və getdikcə yeni bazarlara çıxış imkanları əldə etməlidir. "Made in Azerbaijan" brendinin təşviqi məqsədi ilə 2018-ci ilin yanvar-dekabr aylarında 11 beynəlxalq sərgidə vahid ölkə stendi qurulub. Və bunlardan yalnız üçü Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələrində Rusiya(Moskva) və Qazaxıstanda(Almatı), digərləri isə digər ölkələrdə qurulmuşdur. Azərbaycanın Moskvada keçirilən "Prodexpo 2018" beynəlxalq sərgisinə baxsaq görərik ki, Azərbaycan orada yerli istehsalı olan meyvə şirələri və digər spirtli içkilər, kənd təsərrüfatı məhsulları, fındıq, çay, qənnadı kimi məhsullar nümayiş edilmişdir. Yerli məhsulların sərgidə nümayişi nəticəsində, Rusiya Federasiyasının Kənd Təsərrüfatı nazirliyi Azərbaycanın 4 şirkətini "İlin ən yaxşı məhsulu 2018" nominasiyasına layiq görmüşdür və bundan başqa, Azərbaycanın yerli istehsalı olan mineral su, limonad və qənnadı məhsulları Rusiya ilə ixracına, fındığın Belarusiya və Rusiya ilə, spirtli içkilərin əsasən Şərab məhsulunun Rusiya ilə ixracına dair razılaşmalaq əldə olunmuşdur.(Azərbaycanda ixracın və investisiyaların təşviqi fondu, 2018).

Azərbaycan Müstəqil Dövlətlər birliyiylə ticarət əlaqələrini möhkəmləndirmək üçün atılan addımlardan biridə, MDB ölkələrindən olan Belarusda, ticarət evinin açılmasıdır. Burada Azərbaycanın yerli istehsalı olan müxtəlif məhsullar sərgilənir. Sərgidə, meyvə şirələri, mineralar sualar, müxtəlif növ kompotlar, konyak, şərab, mürəbbələr, turşular, konservlər, bitki yağları, çay, xalça, tekstil, ipək və kosmetika malları, elektrik avadanlıqları, plastik məmulatlar nümayiş etdirilir. Yeni yaranmasına baxmayaraq, bu tcarət evi vasitəsiylə Belarusa 85 ton meyvə-tərəvəz məhsulları (pomidor, gavalı, armud, şaftalı, nektarin, yaşıl zeytun və zeytun məhsulları, o cümlədən 8000 şüşəyə yaxın zeytun yağı və mürəbbəsi, 2700 şüşəyə yaxın nar şirəsi, 1200 qutudan artıq çay) ixrac edilib. Əldə edilən məlumatlara əsasən Ticarət evi sayəsində 157301,67 ABŞ dolları civarında məhsul, bundan başqa 132 000 ABŞ dolları dəyərində nar şərabı, 203 122 ABŞ dolları dəyərində spirtli içki ixrac olunmuşdur. Və buda Azərbaycan ixracının MDB ölkələrinin ixrac potensialı vasitəliylə artırılması yönündə atılmış addımlardan biridir. Lakin bununla yanışı ticarət evləri təkcə MDB ölkələrində deyil həmçinin digər ölkələrdə də açılmışdır. Bunların içrisində keçmiş MDB ölkəsi olan Ukraniya da mövcuddur.(Azərbaycan Respublikasının Xarici İşlər Nazirliyi, 2018).

Nəticə

Beləliklə, bu gün də Azərbaycan - MDB əlaqələri inkişaf edir. Respublikamız keçmiş sovet respublikaları ilə ikitərəfli münasibətlərlə yanaşı, həmçinin MDB çərçivəsində bu dövlətlərlə çoxtərəfli əməkdaşlığa böyük önəm verir. MDB-nin yarandığı gündən bu günə kimi qeyd edirdilər ki, müasir qloballasan dünyanın şərtləri daxilində yeni yaranmış müstəqil dövlətlərin beynəlxalq hüquq subyektliliyini təmin etmək üçün beynəlxalq hüquqi, iqtisadi ticarət, hərbi, elmitexniki, humanitar və mədəni əlaqələrin inkişaf etdirilməsi durur. Ümumən əldə edilən nəticələrdən görmək olar ki, Azərbaycan müstəqillik əldə etdiyi gündən, dövlət başçılarının yeritdiyi siyasət nəticəsində

iqtisadiyyat müsbətə doğru inteqrasiya etmişdir. Müstəqil Dövlətlər Birliyi ilə ticarət saldosu mənfi olmasına baxmayaraq, ümumən respublika üzrə ticarət saldosunun müsbət olması müsbət cəhətlərdən biridir. Göründüyü kimi, Azərbaycan, dövlət başçımızın səyi nəticəsində gündən günə inkişaf edir və iqtisadiyyatı daha da gücləndirmək üçün neft sektoruyla yanaşı, yaxın gələcəkdə, qeyri neft sektoru da daha da güclənəcək və nəticəsi olaraq ölkə idxaldan aslılığı daha da azalacaqdır.

Azərbaycanın beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin və onun hüquqi təminatının, həmçinin ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı aşağıdakı töhvələri vermək istərdim:

- ✓ Müasir beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə yeni beynəlxalq iqtisadi düzənin təmin edilməsinin həyati şərtlərindən biri olan dövlətin milli qanunvericiliyinin beynəlxalq norma və prinsiplərə uyğunlaşdırılması olduqca zəruridir.
- ✓ Xarici iqtisadi fəaliyyətin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi bazar iqtisadiyyatının tələblərindən irəli gəlir və iqtisadiyyatın inkişafında böyük rol oynayır.
- ✓ Yerli malların və xidmətlərin dünya bazarlarına maneəsiz və hüquqları pozulmadan çıxarılması istiqamətində əsaslı tədbirlər görməlidir.

Ədəbiyyatlar

1. Əliyev Aydın “Azərbaycanın xarici ticarət-iqtisadi əlaqələri”. Bakı, 2003
2. Nurlan Qələndərli, “Azərbaycan MDB daxilində islahatların həyata keçirilməsində fəal iştirakı”, 2014
3. С.И. Чернявский, СНГ: от истории к будущему, 2011
4. Т.Н. Москалькова, СНГ-история и перспективы 2012
5. Зиядуллаев, ЭКОНОМИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН
6. www.economy.gov.az (Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi)
7. Azərbaycan Respublikasının Xarici İşlər nazirliyi-http://www.mfa.gov.az/
8. https://www.stat.gov.az/ (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi)
9. www.Anl.az (Azərbaycan Milli Kitabxanası)
10. http://azpromo.az/ (Azərbaycanda ixracın və investisiyaların təşviqi fondu)
11. http://www.mfa.gov.az/ (Azərbaycan Respublikasının Xarici İşlər Nazirliyi)
12. www.cis.minsk.by/
13. https://iacis.ru/

Xarici İqtisadi Fəaliyyətin Konseptual Əsasları

Nigar İbrahimxəlilli

nigar_ibrahimxelilli@mail.ru

Xülasə

Məqalədə ölkələr və Azərbaycan üzrə xarici iqtisadi fəaliyyətin dövlət tənzimlənməsinin nəzəri əsasları araşdırılmışdır bununla yanaşı xarici iqtisadi fəaliyyət əlaqələri, onların ərsəyə gəlmə səbəblərinin öyrənilməsi, xarici iqtisadi fəaliyyət sistemi strukturunun modern analizi, xarici iqtisadi fəaliyyətin təsnifatının təyini və xarici iqtisadi fəaliyyət idarəetmə məsələləri həllinin üsul və prioritetləri müəyyənləşdirilmişdir. Məqalədə əsasən xarici iqtisadi fəaliyyət nəzəriyyələrinə ümumi baxış, xarici iqtisadi fəaliyyət siyasəti və diversifikasiyasinin ölkə iqtisadiyyati üçün əhəmiyyəti, ölkənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin mərhələli qaydada inkişafi, xarici iqtisadi fəaliyyətin sektorlar üzrə təhlili, gömrük tarif tənzimləməsi sahəsində problemlər, gömrük tarif tənzimləməsi üzrə ixracın inkişaf etdirilməsi yolları, ölkədə ixracın artırılması istiqamətində aparılan islahatların tədqiqatı aparılmışdır.

Xarici iqtisadi fəaliyyət ölkələrin inkişafında, beynəlxalq bazarların rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında və xarici və daxili borclar üçün resursların təmin edilməsində böyük önəm daşıyır. Xarici iqtisadi fəaliyyətin inkişafında açıqlıq siyasətləri yaxşı şəkildə müəyyən edilməli və tətbiq edilərkən doğru strategiyalar seçilməlidir. Adam Smitə qədər, ümumi baxış xarici iqtisadi fəaliyyətə baxmayaraq kənd təsərrüfatı əsaslı strategiyaları əhatə etmişdir.

Məqalənin obyekti xarici iqtisadi fəaliyyət və gömrük sahəsidir. Məqalənin predmeti isə xarici iqtisadi fəaliyyət və gömrük-tarif tənzimlənməsi üzrə ölkəmizdə inkişaf prioritetləridir. Ölkələrin iqtisadi inkişaf səviyyəsini təyin edən təməl göstəricilərdən biri xarici iqtisadi fəaliyyət əlaqələrinin genişliyidir. İstehsal edilən məhsulların beynəlxalq bazarlarda rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması, onların müvafiq bazarlara asan çıxış imkanının yaradılması, daxili istehlak bazarına lazımlı olan mal və əmtəələrin idxalı son nəticədə ölkələrin iqtisadi gücünün artmasında öz effektini göstərir. Bir ölkənin xarici iqtisadi fəaliyyət əlaqələrinin təməl prioritetlərinin düzgün təyini üçün keçmişdən bu günə qədər inkişaf yolu keçmiş fərqli nəzəriyyələrin analizi və bunların üstünlüklərinin anlaşılması vacib məsələlərdəndir.

Açar sözləri: iqtisadi fəaliyyət, ixrac, idxal, inkişaf, istehsal, innovativ

Giriş

Azərbaycanın müstəqillik əldə etməsi onun həm ətraf ölkələrlə, həmçinin də, dünya ölkələriylə iqtisadi və xarici iqtisadi fəaliyyət münasibətlərinin artımına təkan oldu. Ən önəmlisi isə, müstəqillik qazandıqdan sonra ölkəmiz dünyada müstəqil hüquqi və iqtisadi subyekt kimi tanınmağa başladı. Ancaq, əvvəlki illərdə keçmişdə var olmuş bəzi münasibətlərin itirilməsi səbəbi ilə iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi, ticarət sferasında də krizis prosesləri yaşanmağa başladı.

Planlı iqtisadiyyatdan bazar təsərrüfatına keçid də həmçinin ölkə iqtisadiyyatına müəyyən çətinliklər yaratmağa başladı. Əsas çətinliklərdən biri isə, yalnızca digər ölkələrlə hansı məhsul və yaxud xidmət formasının ticarətini aparmaqla əlaqəli deyil, həmçinin də nə istehsal etməklə əlaqədar idi. Bu yöndə yalnız Azərbaycan yox, bütün keçmiş Sovet dövlətləri çətinliklərlə mübarizə aparmalı oldular. Çünki, ölkə iqtisadiyyatının bir anda bir iqtisadi sistemdən başqasına keçməsi heç də sadə proses deyil. Bu keçidə nail olmaq məqsədilə, iqtisadiyyatda bir sıra reformlar aparılmalı və onun strukturu rekonstruksiya edilməli idi. Başqa tərəfdən yeni ərsəyə gəlmiş iqtisadi sistem köhnə sistemdən qalmış iqtisadi subyekt və qanunları qəbul edə bilmirdi (Vəliyev, 2013).

Nəticəsində ölkədə istehsal səviyyəsi azalır, keçmiş iqtisadi sistemdən qalmış bir çox fabrik və zavodlar bağlanır, o cümlədən böyük işsizlər ordusu yaranmağa başlayırdı. Bütün bu situasiyalar isə, sonda yalnız ticarət dövriyyəsinə deyil, həmçinin də makroiqtisadi stabilliyə neqativ effekt göstərirdi. Bununla da, ölkədə yeni dövriyyəyə buraxılan manatın kursu sürətlə aşağı düşür və inflyasiya prosesi sürətlənirdi.

Xarici İqtisadi Fəaliyətin Nəzəri Əsasları

Xarici iqtisadi fəaliyyət, ölkənin sərhədləri xaricində mal və ya xidmətlərin ən ümumi mənasında, müəyyən bir alış və ya satış prosesidir. Yəni, müxtəlif ölkələrdən mal və ya xidmətlərin bir-birinə köçürülməsidir. Bir ölkənin inkişafı və gəlir mənbəyi olan xarici iqtisadi fəaliyyət, ölkənin əsas ehtiyaclarını təmin etmək və ölkələrin rifah səviyyələrini artırmaqda mühüm amildir . Xarici iqtisadi fəaliyyət konsepsiyasının ortaya çıxması müstəqil və qarşılıqlı hüquqlara malik olan iki siyasi dövlətin mövcudluğudur. Buna görə xarici iqtisadi fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün müəyyən sərhədlər olmalıdır (Aslanov, Məhərrəmov, 2014:231.).

Bəzən bu dövlətlər və sərhədlər aradan qaldırıldıqda iqtisadi birliklər qurula bilər. Belə bir vəziyyətdə, xarici iqtisadi fəaliyyət təcrübələri üçün siyasi sərhədlər məcburi deyildir. Xarici iqtisadi fəaliyyət müəyyən iqtisadi birliklər ilə həyata keçirilə bilər. İkinci dünya müharibəsindən sonra dünya ticarətində meydana çıxan dəyişikliklərlə ticarətdə liberallaşma ideyası güclənməyə başladı.

Xarici iqtisadi fəaliyyət elementləri ixrac və idxaldır. Ancaq geniş mənada xarici iqtisadi fəaliyyətə təsir edən amillər təkcə idxal və ixrac deyil, həm də ictimai, siyasi və mədəni həyat və cəmiyyətlərin texnoloji inkişaf səviyyələri xarici iqtisadi fəaliyyətə təsir edən amillərə əlavə edilməlidir. Bu cür elementləri təmin edən ölkələrin müxtəlif təbii ehtiyatlarından, informasiya və texnoloji qabiliyyətlərindən yaranan fərqlərdən istifadə etmək üçün həyata keçirilən bütün fəaliyyətlər kimi müəyyən edilir və ölkələrin xarici iqtisadi fəaliyyətdə faydaları və rifahının artması mühüm amildir. Bundan əlavə, xarici iqtisadi fəaliyyət ölkələrinin makroiqtisadi qalıqları bazar strukturları, işsizlik və inflyasiya kimi bütün hallarda təsirlidir.

Xarici iqtisadi fəaliyyət konseptual nəzəriyyələri uzun bir təkamül yolu keçərək çoxmüddətli bir tarixə sahibdir. Xarici iqtisadi fəaliyyət nəzəriyyələrinin təkmilləşməsi özünün inkişaf periodu ilə feodalizmin sona çatdığı və kapitalist istehsal münasibətləri təfəkkürünün yarandığı ilk vaxtlardan bəri dünya iqtisadi fikrinin inkişafının əhəmiyyətli mərhələlərini özündə ehtiva edir (Vəliyev, 2013).

Xarici iqtisadi fəaliyyət nəzəriyyələrinin təkamül prosesi merkantilist, klassik, neoklassik və modern nəzəriyyələr istiqamətlərində həyata keçmişdir. Xarici iqtisadi fəaliyyət nəzəriyyələrinin əsasları merkantilizmə və klassik liberalizmə əsaslanır (Акопова., Воронкова, Гаврилко, 2011). Merkantilizm 16-18-ci əsrlərdə cərəyan etmiş və idealları əsasən iqtisadi ticarət sistemidir ki, dövlətin xarici iqtisadi fəaliyyətdə ixracını artırmaq və idxalın məhdudlaşdırılması və ya qadağan edilməsi məqsədilə müdaxiləsini vacib sayır. Sərvətin mənbəyini qızıl və gümüş kimi qiymətli metallarda kimi görən merkantilistlərə görə, dünya sərvəti sabitdir. Bu baxımdan, xarici iqtisadi fəaliyyətin sıfır balansında bir oyun kimi təsvir edən merkantilistlərə görə, bir ölkə qazanması digər ölkənin itkisi deməkdir.

Merkantilizm cərəyanından az sonra formalaşam fiziokrat konsepsiyası xarici iqtisadi fəaliyyət fəaliyyətinə elə böyük önəm verməsə də iqtisadi təfəkkürün tərəqqisində vacib rol oynamışdır. Bu konsepsiyanın nümayəndələri qismində Jak Turqonu, Fransua Keneni, Viktor Miralonu misal çəkmək olar. Onlar merkantilistlərdən fərqlənərək ölkənin sərvətinin təməlini ticarətdə yox, istehsalatda, dəqiq desək aqrar istehsalatda görürdülər və elə düşünürdülər ki, dövlət iqtisadi proseslərin təbii axınına müdaxilə etməməlidir. Bu təlimin banilərindən olan Kene belə düşünürdü ki, dövlət ictimai mühitdə gedən proseslərə uyğun qanunlar qəbul edərək öz missiyasını sona çatdırmalıdır. Bütün bu fikirlərdə liberal ticarət strategiyasının ilk rüşeymləri görünürdü. Buna baxmayaraq, onların sərvətin yeganə mənbəyi barəsindəki nəzəri fikirləri qıt idi. Çünki, maddi nemətlər toplusundan ibarət olan sərvət yalnızca kənd təsərrüfatında yox, iqtisadiyyatın bütün sferalarında formalaşdırılır. Ancaq, bütünlükdə iqtisadiyyatı bir sistem qismində ələ alıb analiz etmədən sərvətin mənbələri haqqındakı suallara cavab vermək mümkün olmamışdır. Bu öhdəlik isə klassik məktəbin öhdəsinə düşmüşdü.

Daha sonra isə Adam Smitin (1776) “xalqların sərvəti” kitabını nəşr etməsi, klassik məktəbin ortaya çıxmasına və xarici iqtisadi fəaliyyətin baxışlarında bir dəyişməyə gətirib çıxardı (Acet, Hakan, Erdoğan, Savaş ve Köksal, Melik., 2016: s. 79). Smit, dünyada sərvətin sabit olmadığını və bu sərvətin bir ölkə istehsal edə biləcək mal və xidmətlərdən asılı olduğunu ifadə etdi. İqtisadi həyatı tənzimləyən görünməz bir əl olduğunu söyləyən Smit, bu nəzəriyyə ilə qiymət mexanizmini izah etmək istəmişdir.Beləki, bu mexanizm sayəsində dövlətin müdaxiləsinə ehtiyac olmadan iqtisadi dövr özbaşına təmin ediləcəkdir. Smit liberal dünya ticarətində ümumdünya istehsalının və rifahının yüksəlməsini açıqlamışdır. “Mütləq üstünlüklər” nəzəriyyəsi ilə iki ölkə arasında ticarətin detallarını açıqlayan Smitə görə, əgər bir ölkə digər ölkəyə nisbətən daha ucuz bir mal istehsal edə bilirsə, bu əmtəənin istehsalında ixtisaslaşmalı və bu malların ixracına qarşı mütləq üstünlüyü olmayan malları idxal etməlidir.

Ölkənin mal istehsalında nisbətən üstün olduğu təqdirdə, həmin malları istehsal etməlidir və ixrac etməlidir və resursları səmərəsiz olduğu sahələrdə sərf etməməli və bu sahələrdə məhsulu idxal etməlidir. Rikardonun modeli təklif əsaslı modeldir və tələb şərtləri nəzərdə alınmamışdır. Bu çatışmazlığı aradan qaldırmaq üçün isə Mil (1865) “qarşılıqlı tələb qanunu” hazırlamışdır (Salahov, 2015).

Beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsinə əsasən, əmtəələrin mübadilə dəyəri tələb elastikliyinə bağlı olaraq formalaşır. O, təyini qiymət sferasını müəyyənləşdirir ki, bu radiusdan da kənarda beynəlxalq mübadilə öz cəlbediciliyini itirir. Bu o deməkdirki, beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsinə istinadən ölkələr arasındakı əmtəə mübadiləsini optimal edən qiymət vardır və bu qiymət tələb-təklifə bağlı olan bazar qiymətidir. Xarici iqtisadi fəaliyyət münasibətlərinin məzmunu ilə bağlı C.S.Millin açıqlamaları qarşılıqlı tələb qanununa istinadlanır. Bu qanuna əsasən, idxal edilən əmtəənin qiyməti idxalı ödəmək məqsədi ilə ixrac edilməsi vacib olan əmtəənin qiyməti vasitəsilə təyin olunur. Bu səbəbdən də, ticarət vaxtı qiymətlərin son nisbəti ticarət eləyən hər bir ölkədə əmtəəyə qarşı daxili tələbin həcmi ilə təyin edilir.

Smith, Rikardo və Mill yerli istehsal xərcləri arasındakı fərqin əmək məhsuldarlığının fərqliliyinə görə olduğunu ifadə edərkən, beynəlxalq əmək məhsuldarlığında fərqliliklərə səbəb olan amillərə diqqət etməmişlər. Bu çatışmazlığı aradan qaldıran nəzəriyyə, Hekşer (1919) və Oli (1930) tərəfindən təklif edilə “Faktor təchizatı ” nəzəriyyəsidir (Aslanov, Məhərrəmov, 2014). Bu nəzəriyyəyə əsasən, bir

ölkənin zəngin bir istehsal amilinə malik olması halında, bu faktoru intensiv tələb edən malların istehsalında ixtisaslaşmış olmalıdır. Hekşer-Olinin teoremindən dörd mühüm teorem əldə olunmuşdur. "İstehsal faktorlarının qiymətlərinin bərabərləşməsi "əsasən, azad ticarət ölkələr arasında faktiki qiymətlərə bərabərdir və bu baxımdan beynəlxalq azad amil hərəkətliliyi ilə eyni olur. "Stolper Samulson" teoreminə əsasən, azad xarici iqtisadi fəaliyyət ölkədə qıt faktorun gəlirini azaldacaq, bol amilin gəlirini artıracaqdır. "Rybczynski teoremi"-nə görə isə, tam iş şəraitində yalnız bir amilin tədarükünün artırıldığı zaman, bu amilin intensiv şəkildə istifadə etdiyi malların istehsalı genişlənəcək, qalan faktorları istifadə edən malların istehsalı isə intensiv olaraq azalır (Хасбулатов, 2011). Faktor təchizatı" Leyontev (1953) tərəfindən sınaqdan keçirilmiş və nəticələrə görə, sərmaye baxımından sıx bir ölkə olan Amerikanın, əmək yönümlü mallarını ixrac edib və sərmaye yönümlü malları idxal etdiyi ortaya çıxarmışdır. Bu paradoks xarici iqtisadi fəaliyyətin izah edilməsi üçün yeni fikirlərin ortaya çıxmasına gətirib çıxardı. "İxtisaslı əmək" teoreminə əsasən, bir əmtəənin istehsalında bacarığa sahib olan ölkə, bu sahədə ixtisaslaşmaq məcburiyyətindədir, çünki texnoloji yenilik əsasında bir mal ixtira edən ölkə vahid ixracatçıdır, ancaq bu malın idxalatçı ölkələrinin sayı get-gedə artacaqdır. Məhsul dövrləri hipotezində, məhsulu ixtira edən və zamanla xərclərin azaldıldığı ölkədə bazarda az inkişaf etmiş ölkələrin ixracatı vurğulanır. Hipotez, sənaye mallarının istehsalının artması və xərclərin azaldılmasına aiddir. Monopolist rəqabət fərziyyəsi məhsulları istehlakçı üstünlüklərindən və miqyas iqtisadiyyatlarından faydalarından fərqləndirir. İdxalat həcmində hər hansı bir dəyişiklik yalnız malların idxalına deyil, həmçinin ölkənin daxilində və xaricində kapital axınlarının dəyişməsinə səbəb ola bilər. Bu səbəblərə görə, tədiyyə balansında cari hesab hesabından başqa, sərmaye hesabı nəzərə alınmalıdır.

Yuxarıda göstərilən nəzəriyyələr xarici iqtisadi fəaliyyətin klassik və neoklassik istiqamətləridir. Bu nəzəriyyələrin hamısının təməl zəif cəhəti odur ki, onların təcrübədə təsdiq olunması üçün çoxlu sayda məhdudiyyətləri və ilkin ehtimalları nəzərə almaq lazımdır. İqtisadi böyümə nəzəriyyələrinin də ortaya çıxması klassik iqtisadçılar dövrünə əsaslanır.Bu nəzəriyyələrin əsasları Smit, Rikardo və Robert Maltus (1789) tərəfindən hazırlanmışdır (Кирдеаев, 2017). Smit bu fikri tam şəkildə müdafiə etmirsə də, klassiklərin ümumi fikirinə əsasən bir ölkədə istehsalın və ÜDM-in daim artımının ölkənin inkişafında bir nöqtədən sonra rol oynaya bilməyəcəyini iddia edirdilər. Onlar deyirlər ki, ÜDM-in artması ilə əhali artacaq və real əmək haqqı azalacaq, iqtisadi artım davamlı olmayacaqdır. Sonrakı illərdə iqtisadi artan ölkələrdə əhalinin artım tempinin azalması və əksi iqtisadi artım olmayan ölkələrdə əhalinin artması klassik nəzəriyyəyə olan diqqəti azaltdı.

Beləliklə klassiklərdən sonra, Keyns statik model ilə böyüməyə dair araşdırmalarını təqdim etmişdir. Keynes, tələbin olmamasının işsizlik yaradacağını və işsizliyin qarşısını almaq üçün tələbi artırmaqla böyümənin reallaşacağını söyləmişdir. Keynsdə tələbatın artması səbəbiylə istehlak artacaq, gəlir artacaq, investisiya artacaq və böyümənin sürətlə davam edəcəyi fikri üstünlük təşkil edirdi. Keynsin bu görüşünü inkişaf etdirmək üçün ilk araşdırma Roy Harrod (1939) və Evsey Domar (1946) tərəfindən aparılmışdır. Harrod və Domar qısa müddətli və uzun müddətli balanslı böyüməyi araşdırmışdır. Harrod və Domar həmin mövzuda yazdıqları tezislərlə eyni fikirdə olmuşlar. Əmək və kapitalın qismən əvəzini ehtiva edən istehsal və yığım-investisiya arasındakı əlaqəni nümayiş etdirdi. Buna görə, bu model, Harrod-Domar modeli kimi ədəbiyyatda ifadə edilir.

İnvestisiya zamanı tələbat yaranacaq və investisiya nəticəsində istehsal olunan məhsullar üçün ayrı bir tələb yaradılacaq. Buna görə də ümumi tələb artacaq. Məsələn, bir tekstil fabriki qurarkən lazım olan mallar üçün investisiya tələbi yaradılacaq, sərmaye malları üçün ayrıca tələb yaradılacaq və istehsal olunan məhsullar iqtisadiyyatda istehsal potensialını artıracaqdır. Bu prosesdə, yığım investisiyaya bərabər olduqda, artım reallaşacaqdır. Bu modelə görə, balans istehsal tələbatının artması ilə tələbin artmasına bərabərdir. Bununla birlikdə, daha çox tələbat və ya natamam tələbat varsa, qeyri-stabil bir artım olacaqdır. Harrod-Domarddan sonra iqtisadi artım və xarici iqtisadi fəaliyyət nəzəriyyələrinə ən mühüm töhfə 1956-cı ildə Robert M. Solov tərəfindən verilmişdir (Рыбалкина, 2014). Solovun modeli, yeni əmək-dəyər nəzəriyyəsi yerinə yeni bir neo-klassik modeldir. Solov makroiqtisadi məlumatları statik olaraq yox dinamik olaraq öyrənmək istədi.

Dünya Ölkələrinin Xarici İqtisadi Fəaliyyətinin Dövlət Tənzimlənməsi

Xarici iqtisadi fəaliyyət və iqtisadi nəzəriyyələri sonralar iqtisadçılar tərəfindən biraz daha zənginləşdirilərək modern dünyanın reallıqlarına adaptasiya edilməyə çalışılmışdır.

Ölkələr iqtisadi cəhətdən istehsal potensialını genişləndirərək məhsuldarlığı artırmaq və nəticədə sosial rifah səviyyəsini artırmaq üçün iqtisadi cəhətdən inteqrasiya edirlər. Beləliklə, onlar iqtisadi və siyasi suverenliyini qismən itirməsinə baxmayaraq sosial rifahı yüksəldəcək zəmanət əldə etmiş olurlar. Ölkələrin regiondan kənar bloklara qarşı daha rəqabətqabiliyyətli olmalarını təmin edərək siyasət potensialın artırılması iqtisadi inteqrasiya prosesinin əsas motividir. İqtisadi inteqrasiyanın digər bir səbəbi isə regional aspektdən bir-birinə yaxın ölkələrin bir-biri ilə münaqişəyə girmək yerinə güclərini birləşdirərək maraq toqquşmalarının qarşısını almaqdır.İqtisadi inteqrasiyanın 4 mərhələsi vardır (Feyzullabəyli, 2014):

1) Azad Ticarət Zonası. Azad Ticarət Zonası (ATZ), üzvləri arasında ticarəti məhdudlaşdıran və ya maneə törədən tarif və kvotaların aradan qaldırıldığı, üzvlərin ittifaq xaricində qalan ölkələrə qarşı isə ortaq gömrük tarifi tətbiqinin zəruri olmadığı iqtisadi inteqrasiya şəklidir.Zonaya daxil olan mal və xidmətlər üçün yaradılan ümumi bazara istehsal faktorları daxil ola bilməz. Bu cür birliklərdə iqtisadi siyasətlərin və qurumların adptasiyası və birliyi mümkün deyildir. Buna səbəbdən, bölgədən kənar ölkələrə hər bir ölkənin müstəqil olaraq müəyyən etdiyi iqtisadi siyasət tətbiq edilir. Azad Ticarət Zonalarında məqsəd üzv ölkələr arasında mal və xidmət indeksli ticarətin liberallaşdırılması yolu ilə ortaq bir bazar yaratmaqdır. Ticarətin liberallaşdırılması, Avropa İttifaqında olduğu kimi bütün iqtisadi fəaliyyət sahələri üçün, AAİB-də olduğu kimi müəyyən bir sektor üçün, Avropa Kömür Polad Birliyində olduğu kimi isə müəyyən bir əmtəə qrupu üçün yaradıla bilər. ATZ konseptindəki iqtisadi inteqrasiyalar praktikada bəzi neqativ hallara gətirib çıxarır.

2) Gömrük İttifaqı.Gömrük İttifaqı (Gİ) dünya praktikasında ən çox rast gəlinən inteqrasiya növüdür. Hələ 1834-cü ildə bir sıra müstəqil alman dövlətlərin qurduğu Zolverein və 1957-ci ildə yaradılan Avropa İttifaqı bunun bariz nümunələridir (Vəliyev, 2013). Gömrük İttifaqı Azad Ticarət Zonasının irəli mərhələsini ifadə edir. Üzv ölkələr öz aralarındakı gömrük tariflərini və miqdar məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaqla yanaşı,ittifaqdan kənarda qalan ölkələrə ortaq gömrük tarifi tətbiq edirlər. Gİ, ATZ-dakı şərtlərə əlavə olaraq birliyə üzv ölkələrin sərbəst xarici ticarət siyasətini məhdudlaşdırdığına görə daha üst bir inteqrasiya mərhələsi hesab olunur. İstehsalda faktorlarının hərəkət sərbəstisi yoxdur amma xüsusilə sənaye mallarında ortaq gömrük tarifinin tətbiq olunması və hər cür məhdudiyyətin aradan qaldırılması əsas prinsipdir.

3) Ümumi Bazar.Ümumi Bazar konsepsiyası ölkələrin kapital, əmək və investisiya portfeli (istehsal amilləri) konseptində ortaq iqtisadi və strateji siyasət həyata keçirmək səylərini tərənnüm edir. Əslində, bu ticarət sazişinin əsas özəyində gömrük ittifaqı, bazarda səmimi bir tərəfdaşlıq mühitinin və iştirakçı ölkələr arasında məhsul və kapitalın dinamik hərəkəti durur. Ticarət tərəfdaşığının bu konsorsiumu eyni zamanda iqtisadi terminologiyada inteqrasiyanın dördüncü mərhələsini təşkil edir. Məhz, Gömrük İttifaqından sonrakı mərhələ Ümumi Bazardır.

Bundan başqa Ümumi bazar və Vahid Bazar anlayışları bir çox ədəbiyyatlarda bir-birinin yerinə istifadə olunur. Lakin vahid bazar, ümumi bazardan fərqli olaraq daha detallı bir prosesi təmsil edir.Vahid Bazar anlayışını tam olaraq izah etmək lazım gələrsə ,müvafiq ticari tərəfdaşlıq tərəflərinin qarşılıqlı olaraq məhdudlaşdırılması, texniki və maliyyə maneələrinin ləğv olunması başa düşülür. Buradakı əsas məqsəd,tərəflər arasında həyata keçiriləcək ticarət fəaliyyətində sərhədlərin, formal prosedurların və gömrük rüsumlarının elastikləşdirilməsinə dair razılıqdır. Bu tip tərəfdaşlıq forması, tərəflərin siyasi müstəqilliyi və ümumi iqtisadi siyasəti üçün bir araya gəlməsini tələb edir. Hal-hazırda dünyada fəaliyyət göstərən bir neçə Vahid Bazar nümunəsi vardır (www.mfa.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Avropa İttifaqı ilə münasibətləri, 2019):

Avropa İttifaqı.Avropa İttifaqı 1951-ci ildə imzalanmış Paris müqaviləsinə istinadən, Avropa Kömür və Polad Birliyi adı altında siyasi qanunvericiliyə daxil edilmişdir. 1957-ci ildə Roma müqaviləsi ilə birlikdə bu təşkilat Avropa İqtisadi Birliyinə çevrilmişdir. Tarix 1986-cı ildə göstərdikdə isə Avropa Vahid Bazar sənədi imzalanmış və ittifaq Ümumi Bazara transformasiya olmuşdur.

Digər bir Vahid Bazar nümunəsi isə 1989-cu ildə Karib hövzəsi ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin gücləndirilməsi məqsədi ilə yaradılan Karib İttifaqı (CARICOM) olmuşdur.

4) İqtisadi və Valyuta İttifaqı. İqtisadi İttifaq və Valyuta İttifaqı bir-birini tamamlayıcı xarakter daşıyır. İqtisadi İttifaq iqtisadi inteqrasiyanın son mərhələsini təşkil edir.

Metod

Tədqiqat işinin hazırlanmasında faktor analiz və sistematik - müqayisə mexanizmlərindən, habelə, modelləşdirmə, riyazi-statistik, sintez və analiz, təkamül, o cümlədən da induksiya-deduksiya metodları tətbiq olunub. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. İnduksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Digər bir metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Azərbaycan iqtisadiyyatının qarşısında dayanan təməl məsələ ilk öncə ölkə iqtisadiyyatında stabillik yaratmaqla birgə həmçinin də bir iqtisadi sistemdən başqasına adlamaqla keçid dövründən ən az

zərərlə çıxmaq idi. Bunun üçünsə, beynəlxalq əmək bölgüsündə ölkə iqtisadiyyatının öz mövqeyini tutması çox zəruri idi.

Nəticə

Nətiəcədə qeyd etmək olar ki, qtisadi islahatların təməl prioriteti olan bazar iqtisadiyyatının formalaşması məqsədilə yerli və xarici sərmayədarların cəlb edilməsi isə daim diqqət mərkəzində olmalıdır. Güman edə bilərik ki, qeyd edilən tədbirlərin reallaşdırılması iqtisadiyyatın gələcək inkişaf perspektivlərini təyin edə bilər.

Hal-hazırda ABŞ, Almaniya, Yaponiya və s. kimi bir çox inkişaf etmiş ölkələr də demək olar ki, cari iqtisadi potensiallarına ilk növbədə qlobal ticarətdə və əmək bölgüsündə hansısa bir sektor üzrə ixtisaslaşmaqla çatıblar. Bu aspektdən yanaşdıqda isə, qlobal ticarətin bəzi müsbət xüsusiyyətləri önə çıxmış olur. Onun təməl üstünlüklərdən biri nisbətən az xərclə daha çox qazanmaq, ölkəyə valyuta mədaxilini artırmaq və rifah formalaşdırmaqdan əlavə, həmçinin də dünya miqyasında stabilliyə zəmanət verməsidir. Hazırda dünya iqtisadiyyatında 1-2 dövləti çıxmaqla qapalı iqtisadiyyata sahib olan ölkə demək olarkı yoxdur. Digər bir tərəfdən, əgər hətta azsaylı qapalı sistemə sahib olan ölkələr var olsa belə, dünya iqtisadiyyatındakı gücləri və payı olduqca zəif həddədir. Tarix qapalı sistemlərin dayanıqlı və stabil olmadığını artıq uzun müddətdirki sübut edib.

Ədəbiyyatlar

1. Aslanov H. H, Məhərrəmov A.M, (2014) “Xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi”. Bakı, 399 səh.
2. Feyzullabəyli İ.Ə. (2014)”Beynəlxalq ticarət işi”, Bakı. “Şərq-Qərb” 325 səh.
3. Salahov S.V. (2015) “Aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsi problemləri”.
4. Vəliyev D. (2013) “Qloballaşma şəraitində Azərbaycanın dünya maliyyə bazarlarına inteqrasiyası: təmayüllər, problemlər, perspektivlər”. Bakı “Azərbaycan Universiteti nəşriyyatı”. 242 səh.
5. Acet H., Erdoğan, Savaş ve Köksal, Melike (2016). İthalat, İhracat ve Büyüme
6. Acar F., Türkiye Ekonomisine Genel Bakış (2001-2013). ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi, 2013, 1 (2), s.15-32. 92
7. Акопова А.С., Воронкова О.Н., Гаврилко Н.Н. (2011) “Мировая экономика и маеждународныае экономичаескиае отношаения”. - Ростов
8. Кираеаев А., (2017) “Маеждународная экономика”. – Москва
9. Рыбалкина В. Е., (2014) “Маеждународныае экономичаескиае отношаения / под раедакциаей”, Москва
10. Хасбулатов Р.И., (2011) “Мировая экономика”. – Москва
11. www.mfa.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Avropa İttifaqı ilə münasibətləri, 2019):
12. http://minenergy.gov.az/index.php/az/beynalxalq?id=489;
13. www.wto.az.
14. https://customs.gov.az/en/xeberler/2528_/;
15. https://banker.az/gomruk-b%C9%99yannam%C9%99si-r%C9%99q%C9%99msal-ticar%C9%99t-qovsagi-vasit%C9%99sil%C9%99-doldurulacaq/;
16. https://vergiler.az/news/economy/4754.html;
17. https://customs.gov.az/az/faydali/xeberler/9_/.

Uluslararası Rekabet Üstünlüğü ve Kümelenme İlişkisi

Sona Əliməmmədova
sonaelimemmedova@gmail.com

Özet

Modern dünyamızda, kümelenmeler ekonomik kalkınmayı ve rekabet gücünü artırmak için bir politika aracı olarak giderek daha popüler hale geliyor. Kümeler, inovasyonun ilişkilerini arttırmaya, yeni ürünler ve yeni şirketler yaratmaya yardımcı olur, girişimcilerin ve yerel yönetim kurumlarının faaliyetlerini birleştirir, şirketlerin uluslararası rekabet gücünü arttırır ve tüm bunlar yerel ekonomilerin dinamik büyümesine katkıda bulunur. Kümelenmeler, yerel olarak faaliyet gösteren birçok küçük ve orta ölçekli şirket için bir şansdır ve kurucu firmaların veya endüstrilerin mevcut üretkenliğini arttırmakla kalmaz, aynı zamanda katılımcılarının inovasyon ve verimlilik artışına yönelik kapasitelerini artırır ve yenilikçiliği destekleyen ve kümeyi genişleten yeni iş oluşumunu teşvik eder. Bu nedenle, kümelenmeler hem yerel şirketler hem de ekonomik büyümeyi yönlendiren bölgesel ekonomiler için iyi bir çözüm oluşturmaktadır. Bu konuyla iligili yapılan bütün araştırmalarda kümelenme modelinin ve kümelenme ile ilgili uygulanan politikaların ülke ekonomisinin ayrı-ayrı sektörlerinin ve sonuçta, tüm ülke ekonomisinin gelişmesinde çok önemli ve çok olumlu yönde etkilerinin olduğu ortaya çıkarılmış, uluslararası düzeyde şirketlerin rekabet üstünlüğü ile kümelenme arasında olumlu yönde mevcut olan doğrudan ilişki analiz edilmişt ve kümeler dahilinde birleşen şirketlerin uluslararası seviyede rekabet üstünlüğünün daha yüksek olduğu kanıtlanmıştır. Bu konunu araştırmakda temel amacım, kümelenmeler ile uluslararası rekabet üstünlüğünün temel ilişkisini analiz etmek ve bu ilişkinin hangi olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koymaktır.

Anahtar kelimeler: Verimlilik, İnovasyon, Tamamlayıcı ürünler, Pazarlama tamamlayıcılıkları, Yeni İş Kurulumu.

Giriş

Pazarların entegrasyonu, şirketler için uygun iş ortamlarında yer bulmaları için işlem maliyetlerini düşürür. Şirketler, bu iş ortamlarında, yalnızca, kaynak desteği ve coğrafi konum gibi geleneksel faktörler değil, üniversitelerin ve araştırma kurumlarının varlığı ve gerekli niteliklere sahip inovasyon ve bilgi yayılmaları gibi avantajlardan daha kolay yararlanabilirler. Bu nedenle, şirketler, bu avantajlı iş ortamlarını nerede bulacaklarını belirlerler. Ekonomik güçlerini, avantajlarını ve farklı özelliklerini görünür kılmak ve avantajlı iş ortamlarını bulmak için, şirketler, kümelenmeleri desteklemeye başlarlar. Küme, birçok işletmenin aynı anda farklı ekonomik avantajlar elde etmek için rekabet ettiği ve aynı zamanda, işbirliği yaptığı rekabetçi bir bağlamda yerleştirilen ekonomik bir fenomendir. Film endüstrisinde Hollywood, California'da Şarap endüstrisi, Silicon Valley ve Boston'da bilgi teknolojisi gibi dünyaca tanınan kümeleri örnek olarak görebiliriz.

Küme, kavram olarak Michael Porter tarafından yaygınlaştırılmıştır. Michael Porter, "Milletlerin Rekabetçi Avantajı" (1990) çalışmasından bir küme kavramını geliştirmiştir. Kümeler, bir konumdaki yüksek refah seviyelerini sürdürmenin anahtar belirleyicisi olarak verimliliği arttırmada uzmanlaşmış bilgi, beceri, altyapı ve destekleyici endüstrilerin doğal bir tezahürüdür (Ketels ve Memedovic, 2008).

Kümeler, birbiriyle rekabet eden, ancak aynı zamanda işbirliği yapan, belirli bir alanda birbirine bağlı şirketlerin, uzman tedarikçilerin, hizmet sağlayıcıların, ilgili endüstrilerdeki şirketlerin ve ilişkili kuruluşların (örneğin, üniversiteler, standart ajansları, ticaret birlikleri) coğrafi konsantrasyonlarıdır. Kümelerin coğrafi kapsamı bir bölgeden, bir eyaletten, hatta tek bir şehirden yakına veya komşu ülkelere (Güney Almanya ve Almanca konuşan İsviçre) kadar uzanmaktadır (Porter, 2000).

Metod

1990 yılında yayınlanan 'Ulusların Rekabet Üstünlüğü' adlı kitabında Michael Porter kümelenme ve

küme politikaları hakkında kavramı ilk kez değişik ülkelerden bir çok örneği ele alarak kullanmıştır. Ve daha sonra bu konuyla iligili yapılan bütün araştırmalarda kümelenme modelinin ve kümelenme ile ilgili uygulanan politikaların ülke ekonomisinin ayrı-ayrı sektörlerinin ve sonuçta, tüm ülke ekonomisinin gelişmesinde çok önemli ve çok olumlu yönde etkilerinin olduğunu ortaya çıkarmışlar. Tüm bunları ele aralarak bu konunu araştırarken konu ile ilgili teorik bilgiler toplanacak, bilgiler çalışmamızın amacına uyğun olarak sınıflandırılacak. Karşılaştırmalı yöntem kullanılarak bu konuda yapılan uygulamalar ve politikaların analizi ve sentezi yapılacaktır. Verilerin toplanması için konu ile ilgili kitaplar, dergi ve çeşitli yayınlar incelenecektir.

Analiz

Porter'e (2000) göre kümeler rekabeti üç geniş şekilde etkiler: Birincisi, kurucu firmaların veya endüstrilerin mevcut üretkenliğini artırır; İkincisi, kümelenme katılımcılarının inovasyon ve verimlilik artışına yönelik kapasitelerini artırır; Üçüncüsü ise, yenilikçiliği destekleyen ve kümeyi genişleten yeni iş oluşumunu teşvik eder. Kümelerin rekabet üzerindeki üç geniş etkisinin her biri, kişisel ilişkilere, yüz yüze iletişim ve etkileşime giren kişi ve kurumların ağlarına bağlıdır (Porter, 2000).

Kümeler ve Verimlilik

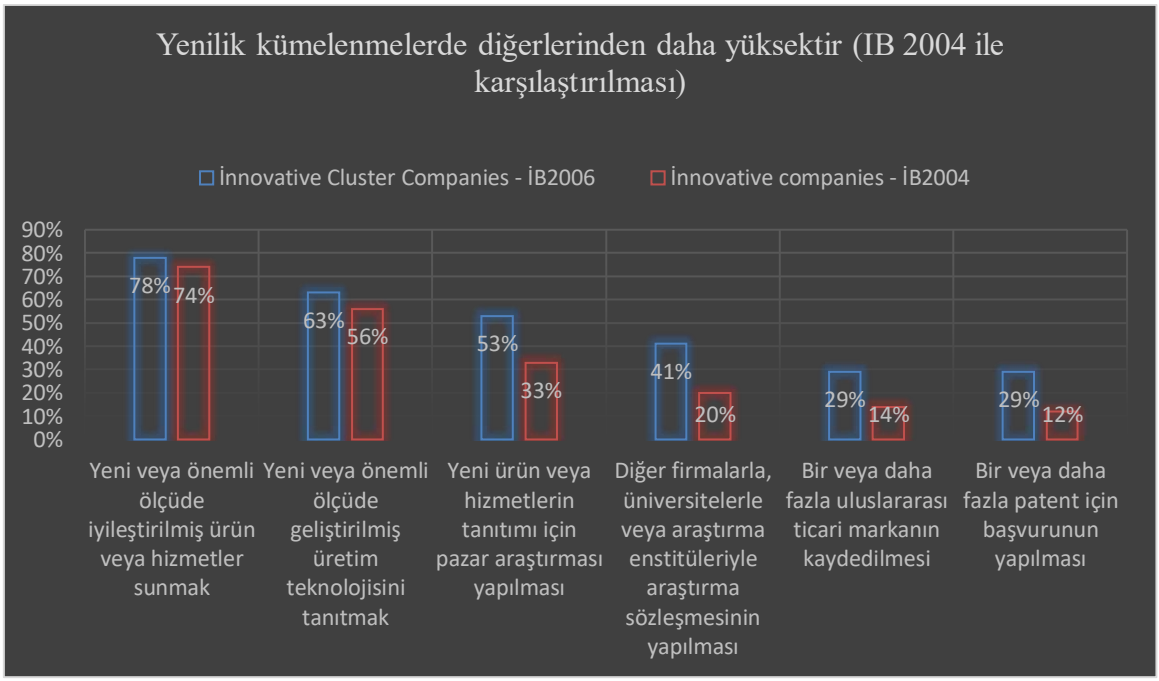
Özel girdilere ve çalışanlara erişim - Bir küme içine yerleşme, bileşenler, makinalar, ticari hizmetler ve personel gibi özel girdilere üstün veya düşük maliyetli erişim sağlayabilir. Ancak, daha önemlisi, bir kümenin varlığı sadece özel girdilere olan talebi arttırmakla kalmaz, aynı zamanda tedariklerini de arttırır. Uzman personelin, hizmetlerin ve bileşenlerin mevcudiyeti ve onları yaratan varlıkların sayısı, daha büyük rekabete rağmen kümelerde diğerlerinden çok daha fazladır. *Bilgiye* ulaşmak - Kapsamlı pazar, teknik ve diğer uzmanlık bilgileri, daha iyi veya daha düşük maliyetle erişilebilen bir küme içindeki firmalarda ve yerel kurumlarda birikerek, firmaların verimlilik sınırlarına yaklaşarak mevcut üretkenliği artırmalarını sağlar. Bu aynı şirketin birimleri arasında bilgi akışı için de geçerlidir. Yakınlık, tedarik ve teknolojik bağlantılar ve tekrarlanan kişisel ilişkilerin ve güven uyandıran topluluk bağlarının varlığı kümeler içindeki bilgi akışını kolaylaştırır. Mevcut alıcı ihtiyaçları hakkında bilgi edinmek, kümelerin bilgi faydalarının önemli bir özel durumudur. *Tamamlayıcılık* - Bir küme, verimliliği yalnızca girdilerin toplanmasıyla değil, aynı zamanda küme katılımcılarının faaliyetleri arasındaki tamamlayıcılıkları kolaylaştırarak da arttırır. En önemli tamamlayıcılık türlerinden bazıları şunlardır: *Alıcı için tamamlayıcı ürünler*; *Pazarlama tamamlayıcılıkları* (Marketing complementarities) - bir lokasyonda bir grup ilgili firmanın ve sanayinin varlığı, ortak pazarlamaya verimlilik sunar. Ayrıca, belirli bir alandaki bir konumun itibarını artırabilir ve alıcıların orada bulunan bir satıcı veya üreticiyi dikkate alma ihtimalini arttırır. Alıcılar, tek bir ziyarette birden fazla firma görebilir. *Kurumlara ve kamu mallarına erişim* - Kümeler, kamuya ya da yarı kamu mallarına pahalıya mal olacak birçok girdi yapar. Örneğin, yerel eğitim programlarında eğitilmiş çalışanları işe alma kabiliyeti, küme içi eğitimin maliyetini ortadan kaldırır veya azaltır. Firmalar genellikle özel altyapıya, yerel kurumlardaki uzmanların tavsiyelerine ve benzerlerine çok düşük maliyetle erişebilirler. *Teşvikler ve performans ölçümü* - Kümeler, çeşitli nedenlerle yüksek verimlilik elde etmek için şirketler içindeki teşvikleri geliştirmektedir. Birincisi, rekabetçi baskıdır. Yerel temelli rakiplerle rekabetin, sürekli karşılaştırma kolaylığı nedeniyle ve yerel rakiplerin benzer genel koşullara sahip olması nedeniyle özellikle güçlü teşvik edici etkileri vardır. İkincisi, yerel toplulukta iyi görünme arzusu firmaları birbirlerini aşmaya çalışma konusunda motive ediyor.

Kümeler ve Yenilik

Küme katılımı, inovasyon ve yükseltme konusunda birçok potansiyel avantaj sunar. Mevcut üretkenliği artıran küme özelliklerinden bazıları inovasyon için daha da önemlidir. Mevcut alıcı ihtiyaçlarında olduğu gibi, kümelenmiş firmalar da alıcı bilgisi ve ilişkileri olan firmaların yoğunlaşmasından, ilgili sektörlerdeki firmaların bir araya gelmesinden, özel bilgi üreten kurumların yoğunlaşmasından faydalanmaktadır. Küme firmaları genellikle alıcı trendlerini, rakiplerinden daha hızlı ayırt edebilir. Örneğin, Silicon Valley ve Texas merkezli bilgisayar şirketleri, müşteri ihtiyaçlarını ve trendlerini hızlı ve etkili bir şekilde ve başka bir yerde eşleşmeleri imkansız bir şekilde kullanarak birleştiriyorlar. Kümelenmelerin hem inovasyona olan ihtiyacı hem de fırsat bulmadaki potansiyel avantajları önemlidir. Bir küme içindeki bir firma, yenilikleri uygulamak için gereken yeni bileşenleri, hizmetleri, makineleri ve diğer öğeleri sıklıkla daha hızlı bir şekilde tedarik etmektedir. Yerel tedarikçiler veya ortaklar inovasyon sürecine yakından dahil olmakta, böylece tedarik ettikleri girdiler firmanın gereksinimlerini daha iyi karşılamaktadır. Temel koşulların benzerliği, birçok rakiplerin varlığı ile birleşince, firmalara yenilikçilik baskıları artar. Kümedeki bireysel firmalar uzun süre önde kalmakta zorluk çekerler, ancak çoğu firma çoğu zaman diğer yerlere göre daha hızlı ilerleyebilir.

Kümelenme kavramı, günümüzde "yenilik (innovation)" kavramına çok benzemektedir. Birçok çalışmalar, kümelerin kendilerine katılan firmalara rekabet avantajı sağladığını göstermektedir. Sadece "yenilikçi şirketlerle" röportaj yapan Innobarometer 2004 anketinden ve "kümelenme benzeri bir ortamda çalışan şirketlerle" yenilikçi görüşmeler yapan Innobarometer 2006 anketinden elde edilen sonuçlar, kümelenme firmalarının küme dışı firmalardan daha yenilikçi olduğuna dair daha fazla kanıt sunmaktadır (Grafik 1):

Grafik 1. Kümelenmiş ve kümelenmemiş firmalar arasındaki karşılaştırma



Source: European Commision (2006) Innobarometer on cluster's role in facilitating innovation in Europe

Bir kümede çalışan yenilikçi şirketlerin % 78'i, 2004 Innobarometrenin % 74'üne kıyasla yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş ürünler tanıtmıştır. Benzer şekilde, yenilikçi küme şirketlerinin % 63'ü, Innobarometer'in iki yıl önce yenilikçi Avrupa Birliği işletmeleri arasında bulduğu % 56 ile karşılaştırıldığında yenilikçi üretim teknolojisini tanıttı. Bu sonuçlar, inovasyonun gerçekten de kümeler tarafından teşvik edildiğini göstermektedir.

Kümelerdeki yenilikçi şirketlerin de pazar araştırması yapmaları genellikle yenilikçi şirketlerden daha fazladır (% 53'e karşı % 33). Bununla birlikte, yenilikçi kümelenme şirketlerinin, diğer firmalarla, üniversitelerle veya kamu laboratuarları ile yapdıkları araştırma sözleşmeleri 2004'te ortalama Avrupa'daki yenilikçi firmalara göre iki kat daha yüksektir. Bu, kümelerin yenilikçiliği daha da teşvik edebilecek bilgi paylaşımını teşvik ettiği görüşünü desteklemektedir (%41 karşı %20).

Küme şirketleri yeniliklerini diğer yenilikçi şirketlerden daha sık patentlendirir ve markalaştırır. Yenilikçi şirketlerin % 12'si 2004 yılında patent başvurusunda bulunurken, 2006 yılında kümelenmelerde faaliyet gösteren yenilikçi şirketler arasındaki oran % 29'dur. Aynı model, Innobarometer'in 2004 yılında uluslararası ticari markaları kaydeden yenilikçi firmaların % 14'ünü bulduğu ve yenilikçi küme şirketlerinin % 29'unun önceki iki yıl içinde en az bu ticari markaya sahip olduğu ticari markalar için de geçerlidir.

Kümeler ve Yeni İş Kurulumu

İzole konumlardan ziyade mevcut kümelerde birçok yeni işletme kurulmaktadır. Bu çeşitli nedenlerle ortaya çıkar. Birincisi, girişe teşvik genellikle küme içinde daha büyüktür, çünkü fırsatlar hakkında daha iyi bilgi vardır. Yerel girişimcilerin bir kümeye girme olasılığı yüksek olsa da, başka yerlere sahip girişimciler sık sık er ya da geç kümelenme yerine taşınırlar. Aynı düşük giriş engelleri, fikir ve becerilerinden daha ekonomik değer yaratma veya ortaya çıkmakta olan şirketlerin üretkenliğini arttırma potansiyeli gibi onları da etkilemektedir. Bir kümenin yeni iş oluşumundaki avantajları, kümelenme inovasyon sürecinin hızlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yeni iş oluşumu nedeniyle, kümelerin derinliği ve genişliği çoğu zaman zamanla büyür ve küme avantajlarını arttırır.

Ve sonda, kümelerin bu etkileri elmasın bölümlerini ve aralarındaki geri bildirimleri güçlendirir. Yakınlık, örneğin yerel olarak mevcut faktörlerin veya tedarikçilerin faydalarını arttırırken rekabeti arttırır. Şiddetli rekabet, müşterilerin kazanılmasında ve elde tutulmasında ortaya çıkar. Çok sayıda rakip ve güçlü teşviklerin varlığı nedeniyle, kümeler arasındaki rekabetin yoğunluğu vurgulanmaktadır. Yine de, çeşitli alanlarda işbirliğinin yapılması kaçınılmazdır.

Kümelerin önemi, rekabetin, bilgi ve inovasyon yoğunluğunun artmasıyla birlikte artmakta, bu da kümelenme oranının ekonomik gelişme ile birlikte artma eğiliminde olduğu anlamına gelmektedir. Kümeler ve rekabet arasındaki bağlantı, şehirlerin, devletlerin, ulusların ve komşu ülke gruplarının ekonomik coğrafyası için önemli sonuçlar doğurmaktadır (Porter, 2000). Küme oluşumu, ekonomik gelişmenin önemli bir parçasıdır.

Rekabetçilik, bir ekonomik kalkınma hedefi ortaya çıktıkça, ekonomi ve iş dünyasında yaygın olarak kullanılan geniş bir kavramdır. Firma düzeyinde, rekabet gücü rakiplerinin varlığına rağmen ürün veya hizmetlerini uzun süre kârlı olarak satabilmektir. Bir firma rekabetçidir, çünkü diğer firmalarla başarılı bir şekilde rekabet eder. Ulusal düzeyde, rekabet edebilirlik bir ülkenin kaynaklarını, vatandaşlarının yaşam standartlarını yükselten bir şekilde kullanma yeteneğini yansıtır. Küme gelişimi, bir

ekonominin rekabet gücünü arttırmaya yönelik birçok stratejiden sadece biridir. Kümeler daha geniş bir rekabetçilik çerçevesinin parçasıdır (Porter, 1990). Şirketleri ve kümelerinin yüksek verimlilik düzeylerine ulaşma fırsatları, yalnızca makroekonomik, sosyal, politik ve yasal bağlam, coğrafya ve diğer kurumsal yönlere değil, genel iş ortamına bağlıdır. Kümeler, bu iş ortamının bir parçası olarak, şirketlerin daha yüksek ekonomik performansa ulaşmak için iş ortamı kalitesinden yararlanmalarını sağlamaktadır. Güçlü kümelenmelerdeki şirketler, iş ortamı avantajlarını rekabetçi avantajlara dönüştürmek için genellikle daha iyi bir konumdadır. Kümelerin güçlü bir genel iş ortamında tam olarak ortaya çıkması ve gelişmesi daha olasıdır. Bu nedenle kümelerin niteliği ve derinliği, ekonominin gelişme durumuna bağlıdır. Gelişmekte olan ülkelerde, kümeler genellikle daha az gelişmekte ve şirketleri daha az gelişmiş faaliyetler gerçekleştirmektedir. Firmalar ağırlıklı olarak ucuz işgücü veya yerel doğal kaynaklar temelinde rekabet eder ve büyük ölçüde ithal edilen ara girdilere, makinelere ve teknolojiye dayanır (Ketels ve Memedovic, 2008). Özelleşmiş yerel altyapı ve kurumlar, örneğin eğitim programları ve sanayi dernekleri yoktur veya verimsizdir. Ekonomiler geliştikçe, kümelenmeler genellikle uzmanlaşmış malzeme ve ara girdi, makine ve hizmet tedarikçilerini de içerecek şekilde derinleşir; özel altyapı kamu ve özel yatırımlardan doğar; ve uzmanlaşmış eğitim, öğretim, bilgi, araştırma ve teknik destek sağlayan kurumlar ortaya çıkar. Büyükşehir bölgelerinde, yüksek ekonomik faaliyet yoğunluğu kümelenme etkileri ya da belirli kümelenme türleri yaratılmasında faydalıdır ve aynı anda birkaç kümenin oluşturulmasını sağlar. Kırsal bölgelerde ise mesafeler daha önemli bir husustur.

Sonuç ve öneriler

Kümeler, belirli bir ülke veya bölgedeki son derece uzmanlaşmış beceri ve bilgi, kurumlar, rakipler, ilgili işletmeler ve sofistike müşterilerin konsantrasyonlarıdır. Coğrafi, kültürel ve kurumsal açıdan yakınlık, özel erişim, özel ilişkiler, daha iyi bilgi, güçlü teşvikler ve verimlilik ve verimlilik artışında uzaktan dokunulması zor olan diğer avantajlara izin verir. Kümeler bir ekonomiyi anlamanın, ekonomik kalkınma sağlamanın ve kamu politikasını oluşturmanın yeni ve tamamlayıcı bir yolunu temsil eder.

Kümelerin durumu, bir ekonominin üretken potansiyeli ve gelecekteki gelişimi üzerindeki kısıtlamalar hakkında önemli bilgiler ortaya koymaktadır. Ekonomik kalkınmaya yönelik kümelenme yaklaşımı, rekabete aykırı davranışları teşvik eder. Kümeler ve bunların ekonomik kalkınma teorisi ve pratiğine etkileri hakkında öğrenilecek çok şey var. Özel durumlara odaklanmak yerine genellikle kümeleri çerçeveleyen entegre bir yaklaşıma ihtiyacımız var.

Kaynakça

1. Philip Cooke, “Problems and Prospects for Clusters in Theory and Practice
2. Sölvell, Ö., Lindquist, G., & Ketels, C. (2003). The cluster initiative greenbook. Retrieved October 11, 2009.
3. Alfred Weber, “Theory of the location of industries” (1929). Chicago: University of Chicago Press. (Edited by C. J. Friedrich).
4. Mark Drabenstott, Vice President & Director, “A Review of The Federal Role in Regional Economic Development”, (2005). Center for the Study of Rural America. Federal Reserve Bank of Kansas City
5. Stuart A. Rosenfeld, “Economic development strategies that reach more people and places” (2002). Regional Technology Strategies, Inc. Carrboro, North Carolina.
6. Maryann Feldman & Roger Martin, “Jurisdictional Advantage” (2004). Rotman School of Management, University of Toronto.

7. Stuart A. Rosenfeld, "Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development" (1997). European Planning Studies, Vol. 5, Number 1.
8. Welfens, P. J. J. "Basics of Economic Policy: Institutions – Macroeconomics – Political Concepts" (4th ed.) (2010). Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer
9. Dani Rodrik, "Industrial Policy for the Twenty-First Century" (2004). Cambridge (Massachusetts): Harvard University, John F. Kennedy School of Government.
10. Ellen Enkel & Oliver Gassmann, "Creative Imitation: Exploring the Case of Cross-Industry Innovation" (2010). R&D Management, 40(3): 256-270.
11. Rune Njøs & Stig-Erik Jakobsen, "Cluster policy and regional development: scale, scope and renewal" (2016). Regional Studies, Regional Science, 3:1, 146-169.
12. Gert-Jan Hospers & Sjoerd Beugelsdijk, "Regional Cluster Policies: Learning by Comparing?" (2002). In KYKLOS (3), pp. 381–402.
13. Thomas Brenner & Andreas Gildner, "The long-term Implications of Local Industrial Clusters, European Planning Studies" (2006). European Planning Studies Vol. 14, No. 9.
14. Porter, M.E. and Ketels, C.H.M. (2007) Competitiveness in the Global Economy: Sweden's Position, Presentation given to the Globalization Council of the Swedish government.
15. Adrian T. H. Kuah, "Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster" (2002). Huddersfield University Business School, Huddersfield, UK. P: 206-228.
16. Michael E. Porter, "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy" (2000). Economic Development Quarterly. P:14-34.

Ülke ve Şehir Markasının Turizm Üzerindeki Ekonomik Etkileri

Heyder Ahmedli

heyderahmedli@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, şehirlerin turizm, ticaret ve yatırımlar açısından ekonomik rekabeti, dünya ekonomisi küreselleştikçe yoğunlaşmaktadır. Bazı şehirler tüm varlıkları ve dikkati çekerken diğerleri az ya da çok görünmez hale geliyor. Şehirlerin başarısı için temel ön koşullardan biri, genel imajları veya "şehir markası" olarak adlandırılmaktadır. Şehrin algılanması turistlere, yabancı yatırımcılara veya potansiyel öğrencilere çekiciliğini etkilemektedir. Pazarlama uzmanları, insanların yaşamak isteyeceği ve ziyaretçiler için cazip olacak bir topluluk oluşturmak için şehirleri markalaştırmaya veya markalaştırmaya çalışıyor.Başarılı ülkelerin turizm alanındaki deneyimi, ülkenin hem sosyal hem de ekonomik kalkınmasının hızlandırılmasında turizmin büyük önem taşıdığını göstermektedir. Böylece, devlet bütçe gelirlerinin oluşmasında ve dış ticaret dengesinin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, entegrasyonun bir unsuru olarak turizmin gelişmesi günümüzün gerekli konularından biri haline gelmiştir.Türkiye'de başarılı ülkelerin deneyimi, turizmin hem sosyal hem de ekonomik kalkınmanın hızlanmasında büyük önem taşıdığını göstermektedir. Böylece, devlet bütçe gelirlerinin oluşmasında ve dış ticaret dengesinin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, bir entegrasyon faktörü olarak turizmin gelişmesi günümüzün gerekli konularından biri haline gelmiştir.

Anahtar kelimeler: turizm, şehir markası, pazarlama, uluslararası ticaret.

Giriş

Turizm, dünya ekonomisinin nispeten istikrarlı ve hızlı büyüyen bir sektörünü temsil ediyor. Bununla birlikte, büyümesinin dinamikleri, dünyanın belirli turistik bölgelerine bağlı olarak dengesiz olmuştur. Geçen yüzyılın ikinci yarısında uluslararası turizme egemen olan daha turizm odaklı ve turizm açısından gelişmiş yerler şimdi ekonomik büyümedeki yavaşlamanın ve aynı zamanda nüfus yaşlanmasının etkilerini yaşamaktadır. Turizm hizmetlerine yönelik yeni talep gelişmekte olan bölgelerde özellikle artmaktadır. Sadece ülkeler arasında değil, şehirler arasında da rekabet yoğunlaşıyor. Bazı şehirler, potansiyel turistlerin tüm dikkatini çekiyor, diğerleri gözlerinde daha görünmez hale geliyor ve turist varış yerleri olarak çekiciliğini yitiriyorlar.

Uluslararası turizm pazarındaki mevcut gelişme ve varış pazarlamasında artan kamu yatırımları, şehir ve ülke markalaşma sürecinin önemini artırıyor. Şehrin algısı turistlere ve yabancı yatırımcılara ve ayrıca potansiyel yabancı öğrencilere ya da yerel sakinlere çekiciliğini etkilemektedir. Bu nedenle, çok sayıda pazarlama uzmanı, insanların yaşamak isteyecekleri ve ziyaretçiler için çekici olacak bir topluluk oluşturmak için şehirleri markalaştırmaya veya yeniden markalaştırmaya çalışıyor.

Bu yazının amacı, kent markalaşmasına farklı metodolojik yaklaşımları incelemek ve istatistiksel verilerin analizine dayanmak, kent markalaşmasının kalitesi ile kentte sunulan otellerin ortalama fiyatı arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir.

Ayrıca, çalışmamızda kent markalaşmasına olası bir metodolojik yaklaşım açıklanmaktadır - örn. Güçlü şehir markalarının kendilerini nasıl pazarladıklarını, hangi özelliklere sahip olduklarını ve şehir pazarlamacılarının güçlü markalar yaratmak için neler yapmaları gerektiğini keşfetmenin yolu. Kent markası ve otel fiyatları arasındaki ilişkileri ölçmek için ikincil istatistiksel verilere dayanan bir regresyon ve korelasyon katsayısı kullanılır. Verilerimiz esas olarak aşağıdaki kaynaklardan elde

edilmiştir: Saffron Consultant Group şirketinin Avrupa Şehir Markası Barometresi, Anholt GfK-Roper Şehir Markası Dizini Otel Fiyat Endeksi

Araşdırma Metodları

Makale, bir araştırma nesnesi olarak marka geliştirme projeleri ve araştırmaya odaklanmaktadır. Makale, istatistiksel belgeler ve raporlarda mevcut durum ve geçmiş yıllar ile ilgili resmi araştırmaları kullanmaktadır. Gözlemin ardından, marka .ehir projelerinin ilk uygulama alanları olan Avrupa ve ABD gibi bölgelerde karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Yabancı tecrübenin değerlendirilmesi, ülkemize başvuru ve girişimcilerin bu alana katılımı konuları araştırıldı.

Analiz

Teorik düzeyde, turizmin küresel ortamdaki statüsündeki ve rolündeki değişikliklere bir cevap olarak tipik olarak bir markalaşma kavramı geliştirilir. Aşağıdaki metinde, yazarların ve uzman kurumların şehirdeki markalaşma ve markalara genel olarak hedef pazarlama araçları olarak gösterdiği tutumları inceleyeceğiz(Buncle, T. 2003). Kentsel marka araştırmaları ile ilgili olarak, ilk set içindeki her bir yayını okuduk ve özetledik. İlk özetleri geliştirirken, şehir markalarının ve marka yönetiminin geniş kavramsallaştırılması, araştırma sorunları veya soruları, dikkate alınan teoriler ve belirli konulara göreli vurgu dahil, ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere, araştırmacıların yaklaşımını destekleyen felsefelerin ve varsayımların potansiyel göstergelerini değerlendirdik(Dodds, W., Monroe, K 1985)

Küresel rekabet ve son gelişme, başarılı kent markalaşmasının sadece iletişim ve pazarlamayla sınırlı olamayacağını, aynı zamanda kentsel planlama, kültür, ticaret ve yatırıma da ulaşması gerektiğini göstermektedir (Kavaratzis, M. 2009).

Kent markalaşmasının önündeki en önemli zorluk, bir kentin kimliğini ve temel değerlerini, geniş ölçüde kabul edilebilir, kolayca pazarlanabilir, öngörülebilir ve günlük olarak deneyime açık bir şekilde sınırlandırmanın zorluğudur. Bununla ilgili olarak, ürün markalama stratejileri, mülkiyet, paydaş katılımı ve markalaşma gelişiminin daha karmaşık olduğu bir şehir bağlamında daha az uygun olabilir.

Seisdedos ve Vaggionee göre, şehir markası bütüncül ve kapsayıcı bir süreçtir. Mesleki yeterlilik düzeyinde, şehir markalaşması, yakın zamanda birbirleriyle diyalog kurmaya başlayan en az iki disiplinin uzmanlığını gerektirir. Bir şehir markası yaratma süreci hem pazarlama teknikleri açısından hem de sosyoekonomik ve mekansal dahil olmak üzere kentsel gelişim stratejileri bakış açısından koordine edilmelidir. Marka, geçerli, ayırt edici, çekici, dayanıklı ve bulaşıcı kabul edilen temel kentsel değerleri sunabiliyorsa, bir başarı olarak düşünülebilir(Yusuf 2015).

Şehir Markalaşmasına Kuramsal Yaklaşımlar

Kavaratzis şehir markalaşmasının yanıtlaması gereken altı temel soru ile ortaya çıkıyor. Sorular şüphesiz şehrin ne olduğunu; şehrin hissettiği şey; şehrin söylediği şey; şehrin ne olduğu; şehrin hizmet etmek istediği kişi; ve ne söz veriliyor ve bekleniyor mu? Bu temelde, markalaşmanın 3 seviyeli bir iletişim çerçevesinde anlaşılabileceğini önermektedir(Onay, Atılım 2008). İlk seviye, bir kentin görülebileceği fiziksel ve gözlenebilir yönleri ifade eder. İkinci seviye, bir kentin kendisini pazarlamak için kullandığı propaganda araçlarından oluşur. Üçüncü seviye, insanların bir şehir hakkında sesleriyle ve medyanın sesleriyle iletişimidir.

Markalama sürecinde iki ana konu bir araya geliyor(Hildreth, J. 2012).. İlk olarak, şehir markaları kentsel kimliği yayınlayan bir araçtır. İkincisi, şehir markalarının rekabet gücünü arttırmada bir araç olarak görülmesi gerekiyor. Hızlandırılmış ve yoğunlaştırılmış küreselleşme, ana rekabetin artık yolun aşağısındaki şehir veya körfezdeki şehir olmadığı, ancak rakiplerin dünyanın yarısı olduğu yerler olduğu bir duruma yol açıyor. Ve bu küresel rekabet artık çokuluslu şirketlerin ve BM organlarının genel merkezleri veya büyük kuruluşlar için rekabet eden büyük şehirlerle sınırlı değildir.

Spor etkinlikleri. Teknolojik gelişmeler ve piyasa düzenlemeleri sayesinde, daha küçük yerler bile başka bir kıtada bulunan rakiplerle aniden karşılaşabilir.

Şehir sıralaması: veri ve metodoloji

Birçok farklı şehir sıralaması var; bazıları şehir markası değerlendirmesi için daha uygun, bazıları daha az. En popülerler arasında aşağıda sıralananlara aittir. Yukarıda da belirtildiği gibi, Simon Anholt altı faktörden oluşan Şehir Markası Endeksini (CBI) icat etti. Bir kentin algılandığı ve kent markalaşmasının değerlendirildiği yerler. Bu faktörler varlığı, yeri, potansiyeli, nabzı, insanları ve önkoşullarıdır(Dodds, W., Monroe, K 1985). Şehir Marka Endeksi, her yıl 20.000 vatandaş ve tüketiciyle yapılan görüşmelere dayanarak, dünya genelinde 50 kentin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendiren bir araştırmanın sonucudur. CBI, işletmeler, topluluklar, ziyaretçiler ve öğrenciler için güçlü ve her yönüyle başarılı bir şehir ortamı oluşturmak için birçok şehir tarafından kullanılmıştır. CBI, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin vatandaşları arasındaki şehirlerin algılarını ölçer. Anholt, bir kentin algılandığı ve kent markalaşmasının değerlendirilebileceği altı faktörü tanımlar. 'Şehir Marka Endeksi' ni oluşturan bu faktörler; varlığını (dünya kültürüne aşinalık ve katkı), mekanı (fiziksel yönleri), potansiyel (ekonomik ve eğitim olanakları), nabzı (canlılığı), insanları içeren bir altıgen oluşturur (kültürel uyum) ve önkoşullar (yaşam standartları ve altyapı). Yönleri, bir şehrin ekonomik ve sosyal gelişmelerinin hem somut hem de maddi olmayan boyutlarını kapsar (Hales, M. & Peterson, E. 2014).

“Varlık” kentin içselleşmesini ve kentin küresel bilgisini derecelendirmektedir. Ayrıca, kentin bilim, kültür ve yönetişime küresel katkısını da ölçmektedir. “Yer” ebadı, insanların her bir şehrin fiziksel yönüyle ilgili olarak iklimin rahatlığı, çevrenin temizliği ve binalarının ve parklarının ne kadar çekici olduğu konusundaki algılarını incelemektir. “Önkoşullar” insanların kentin temel niteliklerini nasıl algıladığını belirler; tatmin edici, ekonomik ve uzlaşmacı olup olmadıkları; okullar, hastaneler, ulaşım ve spor tesisleri gibi ortak sosyal olanakların standardı. “İnsanlar” faktörü, şehir sakinlerinin sıcak ve misafirperver olarak algılanıp algılanmadığını, katılımcıların kendi dillerini ve kültürlerini paylaşan bir toplulukta bulunmanın ve kendilerini güvende hissedeceklerinin kolay olup olmadığını düşüneceklerini ortaya koyuyor. “Darbe”, şehrin ne kadar heyecan verici ve hareketli olduğu ve boş zamanlarında yapılacak ilginç şeyler olup olmadığı algısını ölçer. “Potansiyel”, bir iş bulmanın ne kadar kolay olabileceği veya iş yapmak için veya üniversitede okumak için iyi bir yer olup olmadığı gibi şehir içindeki ekonomik ve eğitimsel fırsatların algısını ölçer .

Turizm için marka değeri ile seçilen hizmetlerin ve yeteneklerin fiyatı arasında bir ilişki olup olmadığı çok önemli bir konudur. Bu konu birçok yazar tarafından ele alınmıştır. Forster ve Cadogan göre, fiyat muhtemelen ortalama tüketici için en önemli faktördür. Marka sadakati yüksek olan tüketiciler, tercih ettikleri markalar için premium bir fiyat ödemeye isteklidir, bu nedenle satın alma niyetleri fiyattan kolayca etkilenmez.

Dodds ve Monroe göre, Markanın kullanımı, marka kullanmaya kıyasla algılanan kaliteyi ve satın alma isteğini önemli ölçüde arttırdı. Bu istatistiksel olarak anlamlı bir etki tüm fiyat seviyelerinde gerçekleşmiştir. Elde edilen kanıt, marka etkisinin güçlü etkisiyle fiyatı etkilemediğini, ancak fiyat etkisini artırdığını iddia etmek için yeterli.

Safran Avrupa Şehir Markası Barometresini çeken başka bir metodoloji de getirildi. Barometre, şehirlerin markalarının gücünü ölçer ve şehirlerin varlıklarını sömürmek için markalaşmayı ne kadar iyi kullandıklarını değerlendirir. Saffron, nüfusu 450.000 veya daha fazla olan Avrupa şehirlerini, ayrıca Manchester, Bristol, Cardiff, Leeds ve Newcastle'ı (nüfusundan daha az nüfuslu önemli İngiltere şehirleri) analiz etti. Toplamda 72 şehir var. Analiz iki bileşene dayanmaktadır: Şehir Varlık Gücü ve Şehir Marka Gücü. Saffron Avrupa Şehir Markası Barometresini çeken başka bir metodoloji tarafından getirilmiştir. Barometre, şehirlerin markalarının gücünü ölçer ve şehirlerin varlıklarını sömürmek için markalaşmayı ne kadar iyi kullandıklarını değerlendirir. Tüm şehirler 100 üzerinden puanlandı ve bu iki etkene göre sıralandı. Bir kentin markasının ne kadar güçlü olabileceğini ölçmek için, Saffron bir şehirde en çok istenen özelliklerin neler olduğunu buldu ve her bir kentin bu özelliklere göre nasıl ölçtüğünü analiz etti. İnsanların bir yerde en çok neyi istediğini belirlemek için, Saffron, İngiltere'de 2.000 kişiden oluşan bir YouGov anketi başlattı. Katılımcılara bir dizi çoktan seçmeli cevapla iki soru soruldu. En çok istenen özellikler, ağırlıklı önem sırasına göre şunlardı: kültürel - gezi ve tarihi mekanlar; mutfak ve restoranlar; iyi alışveriş olanakları - özellikle düşük maliyetli; güzel hava; ve yürüyerek ya da toplu taşıma araçları ile dolaşmanın kolaylığı.

Avrupa Şehirleri İzleyicisi olarak adlandırılan Cushman & Wakefi eld (Rossal, 2017) firması tarafından başka bir metodoloji türü yaratılmıştır. Toplamda dokuz Avrupa ülkesinden 500 şirkete anket uygulandı. Örnek sistematik olarak “Avrupa'nın en büyük şirketleri” nden seçildi. BirSanayi, tüketici, perakende ve dağıtım şirketleri ile profesyonel hizmet şirketlerinin temsilci örnekleri dahil edildi. Örnek, tipik olarak her yıl şirketlerin yarısı kadar değişmektedir. Görüşülen kişiler, Kurul sorumluluğu veya üst düzey yöneticilerden, bulundukları yerin sorumluluğundaydı. Tüm görüşmeler Mayıs / Haziran 2010'da ana dili görüşmeci tarafından telefonla yapılmıştır. Görüşmelerin tamamlanması ortalama 20 dakika sürdü. Bir işletmeyi bulmak için en önemli 5 faktör, pazarlara, müşterilere veya müşterilere kolay erişim, kalifiye personelin mevcudiyeti, telekomünikasyonun kalitesi, diğer şehirlerle uluslararası ulaşım bağlantıları ve uluslararası alanın değeridir. Bu kategoride, 73 Avrupa şehri ve 60 bölge ayrıntılarını sundu terfi stratejileri hakkında ve bu bağımsız yargılama paneli tarafından değerlendirildi ve puanlandı. Şehirler ve bölgeler her bir kriter altında en fazla 10 puan aldı; bu puanlar, genel puanların verilmesi önemle ağırlıklandırıldı. Verilerin şehir veya bölgesel düzeyde değil, ulusal düzeyde mevcut olduğu yerlerde, genellikle daha düşük bir ağırlık uygulanır.

Tablo 1. Küresel Şehirler Endeksi/ Yükselen Şehirler Görünümü

Küresel Şehirler Endeksi (GCI)		**Yükselen Şehirler Görünümü (ECO)**	
Sıra	**Şehir**	**Sıra**	**Şehir**
1	New York	1	Cakarta
2	London	2	Manila
3	Paris	3	Addis Ababa
4	Tokyo	4	Sao Paulo
5	Hong Kong	5	New Delhi

6	Los Angeles	6	Rio de Janiero
7	Chicago	7	Bogato
8	Pekin	8	Mumbay
9	Singapur	9	Nayrobi
10	Vaşinkton	10	Kuala Lumpur
11	Bürüsel	11	Bangalore
12	Seul	12	Pekin
13	Toronto	13	Johansburq
14	Sidney	14	Kalküta
15	Madrid	15	İstanbul
16	Viena	16	
17	Moskova	17	Cennay
18	Şanghay	18	Tunis
19	Berlin	19	Dakka
20	Buenas Aires	20	Karakas

Kaynak: Kavaratzis M, Ashworth. G.J.(2008). Place Marketing: How Did We Get Here and Where Are We Going! Journal of Place Management and Development

Kaynakça

1. Yüksel Köksal, 'Çalışanlar Üzerinde Marka Etkisini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma', Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2011.
2. Işıl Karpat Aktuğlu ve Ayşen Temel, 'Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor? Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma', Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Ensitüsü Dergisi, 2006
3. İlgüner, Muhteremve ASPLUND, Christer (2011), Marka Şehir, Marketing Yayınları, İstanbul.
4. Onay, Atılım (2008), "Ülke Orijini Kavramı ve Ülke İmajı", Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi.
5. Özdemir, Şuayipve, Yusuf (2015), "Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkara hisar KentiİmajıÜzerine Bir Araştırma", Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
6. Buncle, T. (2003), Destination Branding – Caribbean Tourism Organization. Edinburgh: Yellow Railroad United Kingdom.
7. Chiabai, A., Platt, S., & Strielkowski, W. (2014), Eliciting users' preferences for cultural heritage and tourism-related e-services: a tale of three European cities. Tourism Economics.
8. Dodds, W., Monroe, K (1985), The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations, Advances in Consumer Research.
9. GFK (2009), The Anholt-GFK Roper Nation Brands Index – Highlights Report. New York: Gfk Toper Public Affairs & Media.
10. Hales, M. & Peterson, E. (2014), Global Cities Index and Emerging Cities Outlook. Chicago: A.T. Kearney,.
11. Hildreth, J. (2012), The Saffron European City Brand Barometer. London: Safron Brand Consultants.
12. Kavaratzis, M. (2004), From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands, Place Branding 1,.
13. Kavaratzis, M. (2009), Cities and their brands: Lessons from corporate branding. Branding and Public Diplomacy.
14. Papp-Vary, A. (2011), The Anholt GMI City Brand Hexagon and the saffron European city brand barometer: a comparative study. Regional and Business Studies.

Dijital Para Birimi Uygulamasının Ulusal Ekonomiler ve Azerbaycanda Gölge Ekonomisine Etkisi

Natiq Huseynov

h.natiq3@gmail.com

Özet

Tüm paranın dijital olduğu bir dünya hayal edin. Çantalarında bozuk para ve banknot taşımak yerine, insanlar dijital para birimlerini telefonlarda, saatlerde veya diğer elektronik cihazlarda elektronik cüzdanlarda tutacaklar. Çiftçi pazarına ödeme yapmak, çocuklara öğle yemeği için harçlık vermek, restoranda masa ayırmak - tüm bunlar dijital olarak bugün nakit para teslim edilme şeklinde olabilir: gerçek zamanlı olarak, geri dönüşü olmayan bir şekilde, ek ücret olmadan, yasal yönetmeliğe tamamen uygun, ulusal hazinenin güvencesi ve kredisi ile desteklenen dijital bir para birimi. Teknolojinin finansal durumu değiştirmesi potansiyeli hakkında pek çok karışıklık var. Ancak bana göre finansal inovasyon sadece teknoloji ile ilgili değil, bundan çok daha fazla. Uzun zamandır, geleneksel finans kurumları (FI) ve bankalar ürün sunumlarına çok odaklandılar. Ürünleri tasarlar, müşterilerin ihtiyaç duyduklarını düşünürler ve ürünlerin kurallara ve düzenlemelere uymasını sağlarlar. Ancak, genellikle daha kolay bir müşteri yolculuğu sağlamayı gerçekten anlamadan bunu yapıyorlar. Benim görüşüme göre, yeni teknoloji uygulamalarına ek olarak, süreçleri de yeniden düşünmemiz gerekiyor. Bu makale, merkez bankası dijital parasına erişimi olan sektörlerde farklılık gösteren üç merkez bankası dijital para birimi (MBDP) modelini ortaya koymaktadır. İlk MBDP giriş noktasında sektörel bilanço dinamiklerini ve MBDP'ye banka mevduatının geniş çaplı tükenme girişimini inceler. MBDP'nin piyasaya sürülmesinin bir dizi temel ilkeyi izlemesi durumunda, banka finansmanının mutlaka azaltılmadığını, özel sektöre kredi ve likidite sağlanmasının daralması gerekmediğini ve banka mevduatlarından MBDP'ye sistem çapında bir çalışma riskinin ele alındığını tespit ediyoruz.

Anahtar kelimeler: **Merkez Bankası Dijital para birimi (MBDP); Gerçek zamanlı Brüt Masraf Yükleme; Finansal Kurumlar (Financial İnstitutionsl;FI); Elektronik Cüzdan (Electronic wallet;EW); Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH).**

Giriş

Dünyada, İngiltere'den Çin'e merkez bankaları, kendi ulusal dijital para birimlerini çıkarma fikrini kamuoyuna açıkladı. Kavramsal olarak, mevcut yasal ve düzenleyici düzeneği korurken, dijital devrimin bütün taraflarını - özellikle de mobil ödemelere dayanma fikrini kullanıyorlar. Pratik olarak, önemli maliyet tasarrufları, mevcut ödeme sistemlerinde operasyonel ve sahtekarlık risklerinin azalmasını ve para politikasını yürütme yeteneğinin güçlendirilmesini beklemektedirler.

Tüketicinin bakış açısına göre, dijital bir ABD doları veya Azerbaycan manatı beklentisi hala kafa karıştırıcı. Bu, elbette, toplumların bir gecede tamamen dijitalleşmeyeceği anlamına gelir. Bunun yerine, merkez bankaları baz para olarak banknot ve madeni paraların yanında dijital para birimleri vermeye başlayabilir ve alımına göre zaman içinde karışımı ayarlayabilirler. Kritik kullanım seviyelerine ulaşıldığında ve ağ etkileri devreye girdiğinde, evrensel olarak benimsenmesi çok hızlı bir şekilde gerçekleşebilir (Eherbeck, 2016).

İktisat teorisi açısından, bir dijital para biriminin para olarak kabul edilip edilemeyeceği, bir değer deposu, bir değişim aracı ve bir hesap birimi olarak ne ölçüde hareket ettiğine bağlıdır. Bir varlığın bu rollere ne kadar hizmet ettiği, hem kişiden kişiye hem de zamanla değişebilir. Sadece bu ekonomik tanımların karşılanması, bir varlığın yasal veya düzenleyici amaçlar için para olarak kabul edileceği anlamına gelmez. Şu anda, dijital para birimleri nispeten az insan tarafından kullanılmaktadır. Bu

insanlar için veriler, dijital para birimlerinin öncelikle değer depoları olarak görüldüğünü gösteriyor - değerlemelerinde önemli bir dalgalanma olmasına ve tipik olarak değişim aracı olarak kullanılmamalarına rağmen. Şu anda, hesap birimleri olarak dijital para birimlerinin kullanıldığına dair çok az kanıt bulunmaktadır (McLeay, Radia ve Thomas, 2014).

Çoğu dijital para birimi, sabit bir para arzı için önceden belirlenmiş bir yol içerir. Bu günümüzde dijital bir para biriminin uzun vadede yaygın olarak kullanılmasını son derece düşük tutmanın yanı sıra, sabit bir para arzı da makroekonomiye zarar verebilir: mal ve hizmet fiyatlarında, ücretlerde deflasyona katkıda bulunabilir. Ve daha da önemlisi, para arzının talebe yanıt olarak değişmemesi muhtemelen fiyatlarda ve reel ekonomik aktivitede daha fazla dalgalanmaya neden olacaktır. Bununla birlikte, sabit bir nihai arzın dijital para birimi şemalarının doğasında var olan bir gereklilik olmadığını belirtmek önemlidir.

Yöntem

Elektronik merkez bankası parası yeni bir kavram değildir. Gerçek zamanlı Brüt Masraf Yükleme (Real Time Gross Settlement) sistemlerinde elektronik yerleşimi kolaylaştırmak için en yaygın olarak ticari bankalar ve merkez bankasında seçilen diğer finansal kurumlar tarafından tutulan bakiyeler (genellikle rezervler olarak adlandırılır) olarak on yıllardır var olmuştur. Bununla birlikte, Merkez Bankası Dijital Para birimi - MBDP (Central Bank Digital Currency, CBDC) rezervlerden birkaç farklı özellik sergilemektedir (Bech and Garratt 2017). MBDP'yi (i) rezervlerden daha geniş bir şekilde erişilebilen, (ii) perakende işlemler için nakitten çok daha fazla işlevselliğe sahip olan, (iii) diğer merkez bankası para biçimlerinden ayrı bir operasyonel yapıya sahip olması elektronik merkez bankası parasına potansiyel olarak farklı bir temel amaca hizmet etmesine de izin verir , ve (iv) rezervlerdeki orandan farklı bir oran ödeyen gerçekçi varsayımlar altında faiz getirici olabilir. Bu tanım, MBDP'nin ikinci bir para politikası aracı olarak kullanılıp kullanılamayacağını araştırmaya olanak tanır. Bu bir fiyat kuralı (merkez bankası MBDP faiz oranını belirler ve miktarın değişmesine izin verir) veya bir miktar kuralı (merkez bankası sağlanan MBDP miktarını belirler ve faiz oranının değişmesine izin verir) ile mümkün (Kumhof ve Noone, 2018).

Merkez Bankası Dijital Para biriminin (MBDP) 3 modelinin işleyiş farkları ve farklı özellikleri vardır. MBDP'ye erişimi olan sektörlerde, erişimin bankalar ve banka dışı finansal kuruluşları ile sınırlı olduğu dar MBDP'den, hanehalklarına ve finansal olmayan firmalara doğrudan erişimin de genişletildiği bir sisteme ve son olarak, MBDP tarafından tamamen desteklenen mevduat olanakları sağlayan kuruluşlar (yani, MBDP'nin dolaylı bir versiyonunu sağlayan dar bankalar) aracılığıyla hanehalkı ve firmaların MBDP'ye dolaylı erişime sahip olduğu bir sistemin işleyişini anlatacağız.

Finansal Kurumlara Erişim (Model FI): MBDP erişimi bankalar ve banka dışı finansal kuruluşları ile sınırlıdır. Bu durumda MBDP, şu anda örneğin İngiltere Merkez Bankası'nın Gerçek Zamanlı Brüt mutabakat (RTGS) sisteminde kullanılmakta olan rezerv varlıklara benzer, ancak önemli açılardan farklı olduğu düşünülebilir, bu farklar daha geniş erişim ve farklı bir işlevsellik ve temel amaçtan kaynaklanmaktadır. Bankalar ve banka dışı finansal kuruluşları uygun menkul kıymetler karşılığında MBDP alım / satımı yapmak için doğrudan merkez bankası ile etkileşime girebilir. Bu model için, hane halkına ve şirketlere, merkez bankası parası ile tamamen desteklenen bir varlık sağlayan kurum olmadığı varsayılmaktadır (Kumhof and Noone, 2018).

Ekonomi Genelinde Erişim (Model EW): Bankalar ve banka dışı finansal kuruluşların yanı sıra, hane halkı ve firmalar da MBDP'ye erişebilir. MBDP bu nedenle ekonomideki tüm acenteler için para görevi görebilir. Erişim, merkez bankasının MBDP'nin tüm sahiplerine perakende hizmet verdiği anlamına gelmez. Model EW'de sadece bankalar ve banka dışı finansal kuruluşları MBDP satın almak / satmak için doğrudan merkez bankası ile etkileşime girebilirken, hane halkı ve firmalar mevduat karşılığında MBDP almak / satmak için bir MBDP Borsası kullanmalıdır. Bununla birlikte, hanehalkı ve firmaların merkez bankası ile doğrudan MBDP ticareti yapabildikleri bir alternatif de mümkündür ve elbette hane halkı ve firmaların MBDP alım / satımı yapmak için kendi aralarında ticaret yapmaları mümkündür. Bir MBDP borsası yeni bir bağımsız varlık olabilir veya bir banka veya banka dışı finansal kuruluşlar tarafından işletilebilir. Bu model, hane halkları ve firmalar elektronik ticari banka parası ile elektronik merkez bankası parası arasında seçim yapabilirlerse bankaların nasıl etkileneceğini incelememizi sağlar (Kumhof ve Noone, 2018).

Finansal Kurumlar Artı MBDP Destekli Dar Banka Erişimi (Model FI +): MBDP erişimi bankalar ve banka dışı finansal kuruluşları ile sınırlıdır. Banka dışı finansal kuruluşların sektöründe, dar bir banka olarak hareket eden, MBDP tarafından tamamen desteklenen, hanehalkı ve firmalara finansal varlık sağlayan en az bir finansal kurum bulunmaktadır. Yani, hane halklarına ve firmalara, finans kurumu ve borçlularıyla bağlantılı bir risk profili yerine, merkez bankası para risk profiline sahip bir varlık sağlarlar. Bu varlığın sahipleri bu dar banka parasında (dolaylı MBDP veya dMBDP olarak adlandırılır) kendi aralarında işlem yapabilirler. Bu hizmeti veren kurumları dolaylı MBDP sağlayıcıları (dMBDP) olarak belirtiyoruz. Bu dMBDP'lerin çalışması için rezervlere ve Gerçek Zamanlı Brüt Mütabakat sistemine erişmesi gerekmez. Bu nedenle, basitlik açısından, senaryomuzda onların rezerv hesapları tutmadığını varsayıyoruz. Bununla birlikte, sonuçlarımız için bu önemli değildir, çünkü temel ilkelerimiz hem dMBDP'lerin rezerv hesapları olduğunda hem de olmadığı zaman riskleri ele almaktadır (Kumhof ve Noone, 2018).

Dijital para biriminin en önemli özelliği, dijital para biriminin getirdiği fayda ve zorlukların her birinde önemli bir rol oynayan ulusötesi olması fonksiyonudur. Dijital para, ulusal sınırlarla sınırlı olmadığı için ulusötesi niteliktedir. Birincisi, dijital para kullanan insanlar ulusötesi hale gelirler çünkü İnternet'teki herhangi bir siteden hizmet ve mal satın alabilirler. İkincisi, dijital para ihraç eden bankalar ulus ötesidir, çünkü sadece ABD bankaları değil, diğer tüm bankalar dijital parayı dolar karşılığında değiştirebilirler. Başka bir deyişle, dijital para birimi söz konusu olduğunda, ne talep tarafında ne de arz tarafında ulusal sınırlar yoktur. Ulusötesi olmak, yukarıda tartışılan faydalar ve zorluklar üzerinde en büyük etkiye sahip olan dijital para biriminin önemli bir özelliğidir. Artan verimliliğin faydaları uluslararası operasyonlar bağlamında vurgulanmaktadır. Örneğin Japonya'da, uluslararası para transferi için banka komisyonu yaklaşık 20 $ veya 30 $ ve yurtiçi transfer için 2 $ veya 3 $ 'dır. Bu nedenle, maliyet düşürme etkisi uluslararası ödemeler için daha faydalıdır.

Ulusaşırılığı fonksiyonunun önemini anlamak için dijital paranın ulusaşırı değil tamamen yerel olduğunu düşünün. Yani, sadece bir ülkenin bankaları o ülkenin para biriminde dijital para verebilir ve sadece bu ülkenin vatandaşları bunu sadece ülkedeki sitelerde kullanabilir. Bu durumda, dijital para biriminin faydaları yalnızca yeni bir ödeme sistemi, kredi kartı veya banka kartı düzeyine indirilecektir. Çok uluslu küçük işletmeler elbette mümkün olmayacak. Böylece, küresel siber alandaki potansiyel müşteri sayısı, bir ülkedeki müşteri sayısına indirgenir. Ancak, bu kayıp ne olursa

olsun, dijital paradan kaynaklanan sorunlar daha ciddi hale gelecektir. İnternet'teki işlemler için dahili vergi kuralları geçerli olabilir. Kara para aklama hala mümkündür ve dijital nakit ülkede kalacağından tespit edilmesi daha kolay olacaktır. Döviz kuru oynaklığı ciddi bir sorun olmayacak; bir ülke halkı o ülkenin dijital para birimini kullanmak zorunda kaldığından döviz kuru spekülasyonuna katılma konusunda daha az teşvik vardır. Merkez bankası sadece gerçek parayı değil, aynı zamanda dijital parayı da banka faiz oranları veya açık piyasa işlemleri gibi geleneksel yollarla kontrol edebildiği için para arzı ihlalleri en aza indirilecektir. Ekonomik kriz, merkez bankasının olağan yöntemleriyle de yönetilebilir. Dijital para tamamen yerel olduğunda, hem faydalar hem de problemler ortadan kalkar veya azalır. Bu düşünce deneyi, ulusaşırılığın dijital para birimi için çok önemli olduğunu göstermektedir. Başqa sözlə, rəqəmsal valyuta transmilli olmasa, bu, kredit kartı sistemi kimi effektiv bir ödəmə sistemindən başqa bir şey hesab edilməz və heç bir əhəmiyyətli iqtisadi təsirə malik olmazdı.

Kredi kartı sistemleri ödemelerin verimliliğini artırdı, muhtemelen paranın hızını değiştirdi ve para çarpanını artırdı. Ama yaptıkları sadece bunlardan ibaretdir. Yukarıda tartışılanlarla aynı sonuçları getirmediler. Vergilendirme veya kara para aklama sorunu yaratmadılar ve döviz kurunun veya para arzının istikrarını etkilemediler. Dijital nakit ulus ötesi değilse, sonuçları kredi kartı sistemindeki kadar sınırlı olacak ve analiz edilecek ekonomik bir sonuç olmayacaktır.

Araştırma Modeli

Araştırma modeli bir senaryoya dayanmaktadır ve sanal para birimi uygulama modellerinin dünya ekonomisi ve ulusal ekonomiler üzerindeki etkisini ve bunların Azerbaycan'daki gölge ekonominin boyutunu azaltmadaki rollerini analiz edecektir.

Çalışma ilk olarak sanal para birimlerinin genel özelliklerini ve ülke senaryolarında uygulanması durumunda ülke ekonomilerinde meydana gelecek değişiklikleri analiz etmektedir. Sanal para birimlerinin ulusal ekonomiler için bazı açılardan risk faktörü oluşturmasının yanı sıra pek çok açıdan faydaları da konunun derinlemesine incelenmesi gerektiğini düşündürmektedir. Dünyanın önde gelen birçok ülkesi sanal para biriminin tanıtılmasıyla ilgili pilot projeler başlattı.

Senaryoya dayanarak, çalışma sanal para biriminin parayı 3 aşamada değiştirmesi durumunda gerçekleşecek olan ekonomik süreçleri açıklar (ekonomiye giriş ve genişleme; kargaşa dönemi; organizasyon).

Aynı zamanda Azerbaycan'da sanal para biriminin uygulanmasının GSYİH dışındaki gölge ekonomi üzerindeki etkisi de analize dahil edilmiştir. Sanal para biriminin piyasaya sürülmesi, ulusal ekonomideki şeffaflığı daha da artıracak ve daha rekabetçi bir iş ortamı yaratacaktır.

Analiz

Ama bu sonuçlar gerçekten olacak mı? Her şey dijital nakitlerin gerçekten ekonomide yaygın bir şekilde kullanılıp kullanılmamasına bağlıdır. Endişeler ve sorunlar faydalardan daha ağır basarsa, dijital nakit yayılmaz ve yukarıda tartışılan sonuçlar uygulanmaz. Ancak, trendin gelecekteki yönünü tahmin etmek zordur. Şu anda yapabileceğimiz tek şey, en muhafazakardan en radikal olana kadar birkaç olası senaryoyu düşünmektir. Açıklayıcı amaçlar için, en radikal senaryolardan birini ele alacağım - dijital para biriminin internette yaygın olduğu ve siber alanı büyük ölçekli bir ekonomiye dönüştüren bir senaryo. Bu bir tahmin değil, sadece olası bir senaryodur. Bu radikal durumu

sunmanın amacı, dijital para birimini daha iyi anlamaktır. Dijital para biriminin ekonomi üzerindeki etkisini anlamak ve geleceğe hazırlanmak için bir düşünce deneyi kullanacağız.

Dijital paranın faydalarının güvenlik zorluklarıyla başa çıkabileceği kadar büyük olduğunu ve insanların giderek daha fazla dijital para kullanacağını varsayalım. Bu varsayım temelinde ne olacak? Gelişimin üç aşamasını ele alacağım bunlar genişleme karışışıklık ve organizasyon aşamalarıdır.

Genişleme: Dijital para internette yayılıyor. Artan verimlilik, üreticilere ve tüketicilere benzeri görülmemiş faydalar sağlamaktadır. Çok uluslu küçük işletmeler büyüyor ve sanal şirketler gibi yeni iş organizasyonları ortaya çıkmaktadır. Tüketiciler dünyanın her yerinden mal ve hizmet satın almaktan memnundurlar. Geleneksel işletim sistemlerine bağlı bazı bankalar rekabet avantajlarını kaybedebilir. İnternette toplam satış veya gayri safi milli hasıla (GSMH) gibi bir şeyle ölçülen siber ekonominin büyüklüğü, gerçek dünya ekonomisinden daha hızlı büyüyor.

Siber uzaydaki ekonominin büyüklüğü, gerçek dünya ekonomisinden çok daha küçük olduğunda, döviz kurları veya para arzı üzerindeki etkisi sınırlı olacaktır. Yani, bu aşamadaki temel sorun vergi ve kara para aklama sorunudur. Bu iki konu, internet İşlemleri için Uluslararası Standart Vergi Kuralları veya İnternet Suç Soruşturmaları Uluslararası Sözleşmesi gibi kuralların uluslararası olarak uyumlaştırılmasını gerektirir. Bu tür kuralların hazırlanması süreci, ülkeler arasında zorlu müzakereleri gerektirecektir. Her durumda, bu yeni kurallar dijital nakitlerin niteliğini değiştirmeyecek, düzenlemeden başka bir şey olmayacaktır. Bu nedenle, bu tür zayıf düzenlemelere rağmen dijital nakit genişlemesi devam edecektir.

Karışıklık: Dijital paranın genişlemesi, sonuçta siber uzay ekonomisinin boyutunu, küresel ekonomiyi reel ölçekte etkileyecek kadar artıracaktır. Örneğin, siber alandaki işlem hacminin dünyadaki toplam işlem hacminin% 5'ine ulaştığını düşünün. Böylece, sanal para dolaşımının döviz kuru üzerindeki istikrarsızlaştırıcı etkisi ve para arzı üzerindeki yıkıcı etkisi gerçeğe dönüşecektir. Birçok insan mali kriz olasılığı hakkında endişelenmeye başlayacak. Uzmanlar ve bilim adamları bu sorunları ele almak için çeşitli reform planları önerebilirler.

Bununla birlikte, mali kriz gerçekleşmeden önce reformların uygulanması zor olabilir, çünkü reform küresel düzenlemenin siber uzaya girmesidir ve siber alanda yaşayan insanlar herhangi bir düzenleme istememektedir. Oradaki insanlar siber uzayın özgürlüğünü seviyorlar ve anarşinin bir parçası olmaktan gurur duyuyorlar. Ayrıca, bu düzenleme siber uzayda tüm bankaları kapsadığı için çok uzun bir müzakere süreci gerektirmektedir. Halkın direnişi yeterince güçlüyse ve müzakereler uzun zaman alıyorsa, herhangi bir reform uygulanmadan önce bir mali kriz ortaya çıkabilir. Mali krizden sonra herkes paralarını siber alandan çekmeye ve gerçek dünyaya aktarmaya çalışacak ve dijital nakit hızla düşecek ve siber uzaydaki ekonomik faaliyet felç olma riski ortaya çıkacaktır.

Organizasyon: Finansal kriz gerçekten gerçekleşirse, reform ihtiyacı herkes için açıktır. Bundan sonra hangi reformlar yapılabilir? İki tipik reform planı düşünülebilir: ülkelere göre bölgesel bölümleme veya siber alanda para otoritesi oluşturulması. İnternet'teki her banka bir devlete ait olmalı ve o devletin merkez bankası tarafından yönetilmelidir. Merkez bankası burada tartışılan konulardan sorumludur ve dijital para biriminin verilmesini ve dolaşımını denetler. Böylece, dijital nakit ulusaşırılığını yitirecektir. Daha önce de belirtildiği gibi, ulus ötesi olmayan bir dijital para, kredi kartı gibi yalnızca yeni bir ödeme yöntemi olacaktır ve merkezi hükümet tarafından

yönetilecektir. Diğer bir deyişle, sorunlar ulusötesi fonksiyonun getirisinin kaybına rağmen en aza indirilecektir. Bu reform, bir anlamda, uluslararası devletler tarafından "siber uzayın sömürgeleştirilmesini" sembolize edecektir. Siber uzay devletlere teslim olacaktı.

Yukarıdaki segmentasyon reform planı, siber alanda yaşayan insanlar için tatmin edici bir çözüm olmayabilir. Başka bir çözüm bulmaya çalışacaklar. Başka bir olası reform, gerçek dünyada bir merkez bankası olarak siber alanda yetkili bir otoritenin oluşturulması olacaktır. Bu para biriminin organizasyonu internet'teki bir bankalar derneği, uzmanlar ve bankacılar komitesi veya siber uzayda seçilen bir temsilciler örgütü olabilir. Her halükarda, bu para otoritesi, bir zincir krizi veya para arzı ve döviz kuru istikrarsızlığı gibi ortaya çıkabilecek finansal sorunlardan sorumludur. Bu hedefe ulaşmak için, dijital para birimi yayınlayan tüm bankaların bu para otoritesinin düzenlemesini kabul etmesi gerekir.

Bazı okuyucular için bu senaryo bilim kurgu gibi görünebilir. Bunun, dijital para biriminin ana özelliğine dayalı bir tahmin olmadığını, ancak olası ve belki de en radikal bir senaryo olduğunu vurgulamak isterim. Yukarıdaki deneyim, senaryonun siber uzay ve devletler arasında bir yüzleşme hikayesi olacağını göstermektedir (Barlow ve Perry, 1996). Elbette dijital para biriminin gerçekten yayılıp yayılmayacağından emin olamayız. Ancak yayılırsa, 21. yüzyılda tarihçi dijital para biriminin tarihini siber uzay ve devletler arasındaki savaşın hikayesi olarak yazabilir.

Azerbaycan'da sanal para birimi uygulaması ve gölge ekonomisi analizi

Azerbaycanın sanal para birimi olarak geliştirilen Azcoin henüz hiçbir şekilde ekonomide kağıt ve metal paralara alternetiv bir araç değildir ve kullanımı resmi olarak devlet düzeyinde yetkilendirilene kadar bir ödeme veya işlem aracı olarak kullanılamaz. Bu e-para birimi yeni nesil ödeme araçlarının rölünü oynayacaktır. İlk aşamada klasik ödeme yöntemlerine paralel olarak düzenlenecek ve toplumun sosyal durumu ve gelişim hızına göre oluşturulacaktır. AzCoin ticaret ve hane halkı ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılmış ve kullanılan ödeme araçlarının geliştirme aşamasında yeni bir sayfadır. AzCoin sistemi şu anda bir pilot proje olarak geliştirilmektedir ve gelecekte uygulamasını sağlayacak algoritmik bir dizinin yanı sıra diğer gerekli teknik destek mekanizmaları ile donatılmışdır.

Azerbaycan'da sanal para biriminin ekonomide uygulanması, ulusal ekonominin temel sorunlarından biri olan gölge ekonomisini en aza indirecek ve gayri safi yurtiçi hasılanın vergilendirilemez kısmının ekonomiye getirilmesini sağlayacaktır. Azerbaycan'ın sanal para sistemi, ekonomik şeffaflığın sağlanmasında ve hem kamu hem de özel kuruluşların mali cirolarının izlenmesinde devrim niteliğinde yenilikler sunmaktadır. Sanal para ekonomide kullanıldığında, ülkedeki küçük ulusötesi işletmelerin büyümesi için koşullar yaratacaktır.

Azerbaycan'da gölge ekonomisinin büyüklüğünün analizi aşağıdaki tablo kullanılarak özetlenecek ve sanal para biriminin girmesiyle yaklaşık GSYİH büyümesi miktarı hesaplanacaktır. Tablo, 2015-2018 yıllarında Azerbaycan'da gölge ekonomisinin hacmini hesaplamaktadır.

Tablo 1. Azerbaycan'da gölge ekonomisi (Milyon manatla).

Yıllar	Banka dışı nakit (M(0) or C)	Depozito talepleri	C/D	GSYH	Resmi ekonomide kullanılan para birimi (K0*D)	Gayri resmi ekonomide kullanılan para birimi Cu=(C-Co)	Paranın hızı	Gölge ekonomisi	Gölge ekonomisinin GSYİH içindeki payı
2015	4 776	2 121	2.3	54380	1697	3079	8	24275	45%
2016	6 377	2 583	2.5	60425	2067	4310	7	29066	48%
2017	7 490	3 054	2.5	70135	2443	5047	7	33571	48%
2018	7 601	4 673	1.6	79797	3739	3863	7	25112	31%

Kaynak : Hafiz Guliyev (2019), Estimating The Size of The Shadow Economy in Azerbaijan.

Tablodan da görüleceği üzere, 2018'de Azerbaycan'ın gölge ekonomisi GSYİH'nın% 31'ini oluşturdu. Bu 25.112.000.000 Azerbaycan manatına eşittir. Reformlar nedeniyle gölge ekonomisinin büyüklüğünün önceki yıllara göre azalması mümkün olsa da, dünya ortalamasında gelişmiş ülkelerin durumuna bakacak olursak, Azerbaycan ekonomisinde mevcut gayri safi yurtiçi hasıla dışında kalan gölge ekonomisinin hacmi dünya ortalamasının çok üzerindedir.

Yukarıdaki hesaplama, sadece gölge ekonomisi gayri safi yurtiçi hasılaya dahil edildiğinde, 2018 yılında ulusal ekonomiye eklenecek değeri göstermektedir. Sanal paraya giriş, ekonomiye sayısız fayda getirecektir ve bu sadece dijital para birimi uygulamasının olumsuz ekonomik etkileri ortadan kaldırıldığında mümkün olacaktır. Ekonominin ilgili bütün alanlarda araştırma yapılmalı ve yakın gelecekte ekonomimizde sanal para biriminin uygulanmasında engellerle karşılaşılmaması için ekonomik altyapı yeni sistemin etkilerinden zarar görmemeyek şekilde adapte edilmelidir. Modern teknolojilerin uygulanmasını kolaylaştırmak ve hızlandırmak için ilgili tüm araştırma ve önlemler alınmalıdır.

Sonuç

Merkez bankası dijital para birimleri, parasal ve finansal sistemin ve ekonominin mimarisi ve işleyişi hakkında daha geniş çapta birçok temel soruyu gündeme getiriyor. MBDP'nin potansiyel etkisi hakkında tartışmaları pratik olarak yararlı hale getirmek için, bir MBDP sisteminin gerçek dünyada nasıl çalışabileceğinin örnekleri araşdırmada senaryolar şeklinde gösterildi. Merkez bankası dijital para biriminin 3 farklı modeli ve ekonomide kullanılmaya başlaması halinde karşılaşılacak sorunlar ve ulusal ekonomilerde sağlanacak avantajlar araşdırılmışdır. Araşdırmada Azerbaycan gölge ekonomisi de değerlendirilmiş ve ekonomik reformlara rağmen tamamen ortadan kaldırılması mümkün olmayan gölge ekonomisinin dijital para birimlerinin ekonomide geniş kullanımı ile minimum seviyeye indirilmesi sayesinde gayri safi milli hasilaya kazandırılacak hacim 2015 - 2018 yıllarının verilerine dayanarak tahmin edilmişdir.

Kaynakça

1. Bech, M and R Garratt (2017), Central bank cryptocurrencies, BIS Quarterly Review 55-70.
2. Barlow, John Perry (1996), A declaration of the independence of cyberspace.
3. Hafiz Guliyev (2019), Estimating the size of the shadow economy in Azerbaijan.
4. McLeay, M, Radia, A and Thomas, R (2014), Money creation in the modern economy, Bank of England Quarterly Bulletin, Vol. 54, No. 1.
5. Michael Kumhof and Clare Noone (2018), Central bank digital currencies - Design principles and balance
6. sheet implications.
7. Tilman Ehrbeck (2016), World Economic Forum, Central banks want to issue national digital currencies, but are countries ready?

İş Yerlerinde Performans Değerlendirme Yöntemi: Dengeli Sonuç Kartları

Mirzebala Poladov

mirze.poladov@list.ru,

Özet

Küresel rekabet ortamında işletmelerin performanslarının ölçülmesinin önemi daha da artmıştır. Şirketlerin sürekli gelişen ve değişen karmaşık iş çevresinde mevcut rekabete katlana bilmesi, işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi ve hatta üstünlük sağlaması için performans değerlendirme çok önemli bir role sahiptir. Ayrıca olarak yöneticiler için işletmenin etkinliğini, verimliliğini belirlemekte performans değerlendirme ve ölçüm işlemleri oldukça önemli konudur.

Günümüzde işletmelerde yöneticiler ve ya işverenler tarafından işletme için faydalı olacak durumu oluşturmak için ilk başta işçilerini doğru seçmeli, onların düşünce, duygu isterse de, ihtiyaçlarına önem veren ve çalışanların performanslarını doğru bir şekilde değerlendirmekle değerlendirme sonrası olumlu sonuçlara neden olacak çalışma ortamı yaratmak zorundadırlar.
Bu makalede amaç performans değerlendirme sistemlerinde işletmelerin uygulamış oldukları yöntemleri belirlemek ve iş yerinde çalışanların değerlendirilmesinin mevcut olub-olmamasını yanıt aramakdır. Bu amaçla bilimsel yazın taranarak yöntem ve yöntemin uygulama aşamaları ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmektedir. Sonda, ne kadar Dengeli Sonuç Kartları yönteminin kullanımının bazı sınırlılıkları da getirse de finansal olmayan ve finansal olan performans boyutlarını da önce strateji odaklı yapısı, dikkate alması performansı bütün tarafları ile ele alması, işçilerin ve yöneticilerin oldukça kritik başarı faktörlerine de odaklanmasına aracılık etmesi, esas dageçmiş odaklı değil gelecek yenilikçi ve odaklı bir anlayış getirmesi sebepleri ile günümüzde rekabet koşullarında kurumların kullanabilecekleri oldukça etkili bir araç niteliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dengeli Sonuç Kartları, Performans Değerlendirme, Performans Ölçümü.

Giriş

İşletmelerde işçilerin performanslarının modern yöntemlerle değerlendirilmesi en çok gelişen pazar piyasası koşullarına uyum sağlamakta faydalıdır. Her konu üzere organizasyonun özel ve ya genel performansının değerlendirilmesi; işletmenin kendi görevlerini gerçekleştire bilmesinin açığa çıkarmakta ve öncelikle karşıya koyulan misyon, hedef, vizyon, amaçlara hangi derecede yaklaşdığını göre bilmekte başlıca araçtır.

Varlıklarını devam ettirmek ve hedeflerine ulaşmak isteyen şirketler yönetim modellerini dış ve iç çevredeki gelişim ve değişime uyumlu hale getirmek zorundadırlar. Mevcut durumda bilgi toplumuna geçiş ile birlikte sanayi çağındaki koşullara göre yapılandırılmış şirketler çeşitli yönetim problemleri ile yüz-yüze kalmışlardır. Finansal ölçüler ağırlıklı performans değerleme yöntemlerinin yetersizliği ve yaptıkları stratejik yönetim sürecindeki başarısızlıklar işletmelerin karşılaştığı sorunların başında gelmektedir. Dengeli Sonuç Kartıları yöntemi işletmelerde etkili bir stratejik yönetim sürecinin yürütülmesi ve daha sağlıklı olan performans değerleme faaliyetinin gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. DSK yönteminde vizyonu, işletmenin stratejisi ve misyonu, finansal olmayan ve finansal ölçütlerin bir arada kullanıldığı bir performans ölçütleri setine dönüştürülmektedir. Finansal boyutlar ağırlıklı geleneksel performans ölçütlerinin mevcut kısıtlarını ortadan kaldırmak nedeniyle Dengeli Sonuç Kartı (DSK) yöntemi geliştirilmiştir. İşletmeler yapdığı stratejik uygulamalardaki mevcut başarısızlıkları önleye bildikleri gibi, finansal ölçütlerin doğasından kaynaklanan çeşitli kısıtları da

ortadan kaldırmaktadırlar. DSK işletmenin vizyonunu ve de stratejisini dengelenmiş bir ölçütler grubuna dönüştüren stratejik yönetim ve değerleme sistemidir. Dengeli Sonuç Kartılarında geniş bir performans ölçüt grubu ile şirket hedeflerini bütünleştirilmektedir.

Dengeli Sonuç Kartları nedir?

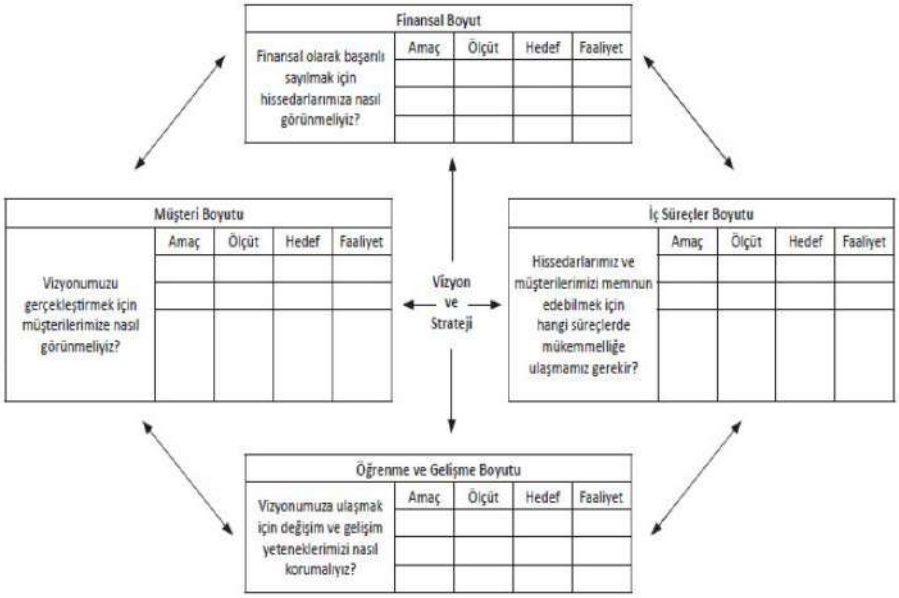
Amacınız olan üst düzey bir hedefiniz var. Söz konusu önlemler "hedefe ulaştığımı Nasıl anlayacağım?" Dengeli Sonuç Kartı, kuruluşların çeşitli performans ölçütleri hakkında rapor vermek için kullandığı bir çerçevedir. Dengeli bir Sonuç Kartı kullanan kuruluşlar, yalnızca finansal önlemlere odaklanmanın onların görüşünü kısıtlayabileceğini kabul eder. Genellikle "BSC" olarak Kısaltılan Dengeli Sonuç Kartı, stratejinizin dört perspektifini içeren bir strateji yönetimi çerçevesidir. DSK işletmenin performansını yüksek kalitede hizmet ve ürün, yenilikler, verimliliğin yüksek olmasına, motivasyonu güçlü olan yetenekli işçilere hazırlamaktadır. BSC işletmenin performansını 4 farklı yönden değerlendirir :

- Şirket İçi Yöntemler Boyutu
- Öğrenme ve Gelişme Boyutu
- Finansal Boyut
- Müşteri Boyutu (Cardinaels, E. and van Veen-Dirks, P.M.G., 2010).

DSK`ın uygulamasında karşılaşılan sorunlardan : organizasyonların sahip olduğu bilgilerin çabuk eskimesi, ölçümler yapılan zaman bilgisayar sisteminde sorunlar ,her işletmenin DSK `ın tasarımlama ve uygulamasına aynı tarzda yani zayıflıkları nedeni ile kararlarında sapmalara karşı cevap verememeleri. Bu sorunların çözümü için işletmelerin bilinçli personellerini ve yeteneklerini güçlendirmeleri, stratejik hedeflerini tam belirlemeleri gerekir. Bunun dışında her konuda işletmeler güçlü yapıya sahip olmalıdırlar(Şendoğdu, Aslan, 2014).

DSK yönteminin başarılı olması için : DSK `dan kısa zamanda ölçüm talep edilemez; üst düzey yöneticilerin DSK`ı desteklemeleri gerekir; başlangıçta stratejinin doğru tespiti ön plandadır; DSK`ın ölçülerinin sınırları belirlenmelidir; bu uygulamayı yapmazdan önce pilot birimlerde test edilmelidir aksi takdirde büyük zararlar oluşabilir; DSK`ı üst düzeyden alt seviyeye kadar her kesin katılımı ve algılamaları, güçlendirmeleri gerekir ; DSK`ın sonuna kadar aşamaların hepsi dikkate alınarak kurum gözden geçirilmelidir; baz alınacak olan performans kriterlerin yönetime etkileri dikkate alınmalıdır(Uygur, A., 2009).

Şirketin değişimlerine ve gelişmelere ayak uydurmakta ; şirket içi yöntemlerde finansal olmayan verileri de esas alan stratejik bilgiyi müşteriye odaklı ve hissedarların şirketden bekledikleri doğrultusunda hareket etmeyi amaçlayan bir ölçme yöntemidir.



Neden Dengeli Sonuç Kartlarını oluşturmalısınız?

Dengeli Sonuç Kartını uygulamanız için birçok neden vardır, ancak buna bakmanın bir yolu aşağıda verilmiştir. Lider ekibiniz bazı grup insana karşı sorumludur: Paydaşlar, hissedarlar, yönetim kurulu, konsey, vatandaşlar vb. Bu tamamen kuruluşun türüne bağlıdır. Bu gruba yanıt vermek için ekibinizin geriye ve ileriye dönük iki önemli soru sorması gerekir:

1. Geçen ay, çeyrek ve yılı nasıl gerçekleştirdik?

2. Gelecek ay, çeyrek ve yıl nasıl yapacağız?
Bu iki geniş soruyu yanıtlamak için geriye ve ileriye dönük bir yönetim sistemine ihtiyac vardır (Wiersma, E., 2009).

Bugünün performansını ve ölçümlerini bilmek ve yarının performansını tahmin etmek gerekmez, ancak bugün stratejik projelere yaptığınız harcamaların gelecekte daha iyi bir etki yaratmanıza nasıl yardımcı olacağını gösterebilmeniz gerekir. Dengeli Skor Kartı, kristal topa en yakın yönetim aracıdır. (Eryılmaz, M. E, 2010)

İK`da Dengeli Sonuç Kartlarının uygulanması

İK tipik olarak bir Sonuç Kartında temsil edilmesi gereken iki müşteriye sahiptir. **İş ortakları ve ya iş birimleri.** İşletme departmanlarının liderlik ekipleri, İK departmanının İK ile ilgili iş sorunları konusunda en iyi yetenekleri bulmaya, zamanında işe alımlar yapmaya ve güvenilir bir ortak olarak hareket etmesini bekler.

Şirketin çalışanları. Organizasyonun çalışanları genellikle şirketin kültürünü desteklemek, çalışan memnuniyetini önceliklendirmek, çalışan eğitimi sunmak, çalışan tazminatında adaletten emin olmak vb. için İK'ya bakmaktadır. (Ittner, C. D., Larcker, D. F.,ve Randall, T., 2003)

İK Dengeli Sonuç Kartlarının hazırlayıp bu üç ipucu ve püf noktalarını dikkate alınmalıdır.
1. Doğru konulara odaklandığınızdan emin olmak için diğer iş birimlerindeki liderlik ekibi üyeleriyle İK puan kartı stratejinizi test edin. Desteklediğiniz iş birimleriyle bireysel olarak toplantı yapmanızı

ve stratejinizi onlarla paylaşmanızı öneririz. Eksik olan herhangi bir şeyi söyleyip söyleyemediklerini veya İK departmanınızın stratejisi ve skor kartının departmanını destekleyip destekleyemediğini sorun. Bu alıştırmayla ilginç geri bildirimler alabilirsiniz. Örneğin, skor kartınız uyumluluk hedeflerini karşılamayı vurgulayabilir ancak bazı iş liderleri son #MeToo hareketi ışığında kültürel değişimi vurgulamanız gerektiğini hissedebilir. Bu bilgiler, vurgulanması gereken doğru alanları seçtiğinizden emin olmanıza ve uyumlu olmayan alanları değiştirmenize yardımcı olabilir(Neely, Andy ve Chris Adams, 2002).

2. Sonuç kartını basit tutun. Unutmayın, bir skor kartı stratejik olmalı ve yaptığınız her şeyi değil, en önemli hedeflerinizi listelemelidir. En önemli şeye odaklanmaya devam etmek için her hedef için 10-15 hedef ve yalnızca bir veya iki önlem almanızı öneririz.

3. İK Sonuç kartınızın görünümünü, dilini ve hissini organizasyonel sonuç kartına göre ayarlayın. "Sonuç kartınızı "marka üzerinde" tutmak, şirketin stratejisi ile bir bütün olarak yakından bağlantı kurmanızı sağlar."(Şimşek, Şerif., 2005).

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. İşletmelerde performans değerlendirme sistemlerinin genel amacı : stratejilerin uygulanmasını kolaylaştırmak, yönetici ve işçilerin belirlenen örgüt amaç ve hedeflere ulaşmaya özendirmek ve bu hedefleri gerçekleştirme yolunda işlemler belirlemek ve gerekirse düzeltici önlemlerin alınmasına yardımcı olma gibi işlevleri yerine getirmektir.İşletmelerde performans ölçme işlemleri organizasyonun hayatda var olmasına sebep olan en başlıca araçtır. Araştırmanın amacı performans değerlendirme sistemlerinde işletmelerin uygulamış oldukları yöntemleri belirlemektir.

Araştırmanın teorik hisseleri için farklı kaynaklardan geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Makalenin uygulama kısmında Bakü`de mevcut olan şirketler, bankalar ve diğer kurumlara ulaşılmış, yetkililerle yapılan görüşmeler sonucunda performans değerlendirme, ölçme sistemlerinin nasıl uygulandığını, hangi yöntemlerin uygun görüldüğü ve bu yöntemlerin şirketlere kazandırdıkları ve uygulamada sınırlıklar ile ilgili görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın bulguları, görüşme yapılan banka ve işletmelerin belirli departman müdürleri ile yapılan görüşmeler sonucu belirlenmesine çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı

Performans ölçme işlemleri organizasyonun var olmasına sebep olan başlıca araçtır. Araştırmanın amacı performans değerlendirme sistemlerinde işletmelerin uygulamış oldukları yöntemleri belirlemek ve iş yerinde çalışanların değerlendirilmesinin mevcut olub-olmamasını yanıt aramakdır.

Araştırma bulgularının yorumu

Kapital Bank”, Azerbaycan Tasarruf Bankası' 140 yıla yakın bir süredir ki, başarıyla faaliyet göstermektedir. Kapital Bank, Azerbaycan'ın en büyük finansal hizmet sağlayıcılarından birisidir. Evrensel bir banka olan Kapital Bank, 3,5 milyondan fazla kişiye ve 24.500'den fazla tüzel kişiye hizmet göstermektedir. Banka devlet tarafından uygulanan sosyal programa çok yakın bir şekilde katılmakta ve reel sektörün gelişimi için bir çok program uygulamaktadır.

Yapılmış olan görüşme axırında aşağıdaki bilgiler elde edilmiştir:

1. Bankanızda performans ölçüm sisteminizin amacı nedir?

• Hedeflere ulaşılıp ulaşılmadığını kontrol etmek

• Bankanın genel olarak başarılı olup olmadığını kontrol etmek

• Şeffaflık sağlamak, her çalışanın performanslarını gözlemlemesi için ortam yaratmak.

• Banka'nın iyileştirilmesi gereken alanlarını belirlemek ve herhangi bir sorunlu alanını belirlemek

• Sürdürülebilirliğin sürekliliği hakkında geri bildirim vermek

• Müşterilerin isteklerini karşılayıp karşılamadıklarını belirleme

• Alınan kararların, varsayımlara göre değil, fiili kanıtlara dayandığından emin olmak

2. Hangi performans ölçüm yöntemlerini kullanıyorsunuz?
Balanced ScoreCard Modeli

3. Balanced Scorecard yöntemini uygulama amacınız nedir ?

• Planlama, bütçe, finans ve diğer işlemler ile ilgili planlama yapılmada bilgi sağlar.

• Şirket olarak stratejik planlamaya daha fazla önem verir

• Bu model finansal ve bütçe göstergelerden başka, dış ve iç müşteri memnuniyeti ile ilgili ve çalışanların gelişmesine bağlı performans değerlendirmelerini özünde içermektedir.

4. Uyguladığınız modelin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

• Danışılan modelde, tüm işçilerin bankada aynı amaç için çalışmasına sebep olacaktır.

• Tekce bütçe ve finans göstergelerini değil, performans değerlendirmesini, iç ve dış müşteri memnuniyetini ve işçilerin kişisel gelişimini de kapsamaktadır.
• Tüm planlar ve karşıya koyulan hedefler açık olduğundan beklentilerin çalışanlara iletilmesine neden olur.

• Banka hedefine ulaşmak için çalışanlardan beklentiler çalışanlara belli olur.

Dezavantajları ise :

• Performans ölçmeni hazırlanmak için birçok kaynak ve en esas da zamana ihtiyaç vardır

• Bazı durumlarda ise performans ölçüm kriterlerini bulmak da çok zordur.

5. Banka'nın genel performans değerlendirmesi hangi sonuçlara sebep olmaktadır?

Banka'da performans değerlendirme süreci, mali yıl başlamadan başlar. Önümüzdeki yıl için bankanın stratejik hedeflerine ulaşmak için birimler, departmanlar ve yapısal kesitler üzere performans değerlendirme kriterleri belirlenir. Yıl üzre çalışanların performans ölçülür ve herkesin mevcut hedefler doğrultusunda çalışması da sağlanır. Her yıl sonunda ve yıl boyunca çalışanların gösterdiyi performansın karşıya koyulan hedeflere tam uygun olup olmadığı kontrol edilir ve daha sonraki yıllarda hazırlıklarına başlanır. Bu aşamada en çok dikkat olunması gereken püf noktalardan biri de, mevcut departamanların ve diğer yapısal bölümlerin performans değerlendirmeleri ile bankanın hemin yıl için amaçlanan stratejik hedeflere ulaşma oranı doğru orantıda olmalıdır. Böyle olmaz ise, daha

sonraki yıl için de hedefler amaçlanırken ve uygun performans değerlendirme kriterleri seçilirken buna da dikkat edilir.

6. İşletmenin performans değerlendirmesinden sonra hangi performans etkinliklerini gerçekleştiriyorsunuz?

Şirketin performansı değerlendirildikten sonra bankanın zayıf ve güçlü tarafları araştırılarak uygun önlemler alınmaktadır. Gelecek dönemlerde, zayıf yönlere daha fazla odaklanmak ve güçlü yönlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için çaba sarf edilmektedir.

Azerigaz Üretim Birliği, Azerbaycan Cumhuriyeti topraklarındaki doğal gazı tedarik noktalarından alarak, dağıtır ve satar. Yeni projelerde yoğun çalışmalar aparan Azerigaz Üretim Birliğinde yapılan nitel araştırma sonuçlarına göre : Çalışanların performansın ölçmesi için her hangi bir özel yöntem uygulanmaması belirtilmişdir.

1991 yılında Azerbaycan'da yaradılan "Azersun Holding", gıda üretimi, tarımve satış alanı üzere lider bir firmadır. Gıda sektöründe Azerbaycan'ın ihracatçısı ve üretici olmasında da önemli olanAzersun Holding, güçlü bir ihracat potansiyeline malik ve cok büyük fabrika ihracat ağına sahiptir. Sahip olduğu şirket, kamu yönetimi, müşteri memnuniyeti, kalite güvencesi, sosyal sorumluluk projeleri ve çevre koruma ilkeleri ile hizmet vermektedir.

Yapılan görüşme sonucu elde edilen bilgiler :

1. Şirketinizde genel performans değerlendirme işlemlerini anlatırmısınız?
Artık 1 yıla kadar süredir ki, şirketin performans değerlendirmesi için Balanced Scorecard yöntemini kullanıyoruz. Ama bu sistem henüz tam olarak oluşmadı ve üzerinde çalışıyoruz. Ayrıca konuyla ilgili önemli çalışmalar yapmaktayız. Holding`in sırrı olarak, konuyla ilgili başka hiçbir bilgi veremeyiz.

Sonuç

Araştırmada yer alan açık uçlu soruya çalışanların cevaplarına göre : iş yerinde çalışanların değerlendirilmesi zamanı çalışanların tek zayıf taraflarını değil, güçlü taraflarının da dikkate alınması gereklidir ki, işçinin motivasyonu düşmesin. Değerlendirmenin çalışanların gelişmesi yönünde olması motivasyon artırıcı olur. Her bir işletmede bütün işçilere bonus sistemi yaratılmalıdır ve sistem çalışanlar tarafından kabul edilmeli ve sonra da mutlaka her kes ayrıntılı şekilde bilgilendirilmelidir.

Performans değerlendirmesini genellikle özel sektörlerde görmekteyiz. Bir çok şirketlerde bu işlemler yürütülse bile sonuçsuz kalmaktadır, performanslara değer verilmiyor. İş yerlerinin çoxunda değerlendirmenin sadece olarak daha iyi işçilerin gelişmesi için de yürütülmesi durumunuda görmekteyiz. Eğer bu konu hakkında başarılı sonuçlara varılır ise, tüm iş alanlarına uygulanması ve bu işlemlerin gerçekci olması oldukça önemlidir.

Performans ölçmede işçiler bu işlemlerle ilgili olan daha ayrıntılı bir şekilde bilgilendirilmelidir, raporlar hazırlandıktan sonra sonuçlar ve sonraki adımlar ile ilgili çalışanları bilgilendirmek önemlidir. Hatta raporlara işten çıkma katsayısının hesaplanmasıda eklene bilir. Departmanlarda tek-tek işçilerle görüşmeler oldukda, anketler tam doldurulduktan daha sonra çalışanlarda neyi beklenildiği ile bağlı tam olarak fikir oluşmamaktadır ve ya bir kısım çalışan çalışma sonuçlarının

gerçek olduğuna bele inanmamaktadır.

Devlet kurumlarında değerlendirilmenin yürütülmesinin önemliliyi uygun kurum tarafından yapılmalı ve yürütülmesi sağlanmalıdır. Samimi, tarafsız, dürüst kişiler tarafından objektif olarak yürütülmeli, önyargı olmamalı, hale etkisi dikkate alınmalıdır.

Kaynakça

1. Akal, Z. (2005). işletmelerde performans ölçüm ve denetimi. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Yayın No: 473.
2. Bekmezci, M. (2010). Stratejik bir yönetim yaklaşımı olan dengeli başarı göstergesi (balanced scorecard)'nin Türkiye'nin en büyük 500 firmasına uygulanması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 8(2): 205- 227.
3. Bourne, M., Neely, N., Mills J., & Platts, K. (2003). Implementing performans measurement systems: A literature review. International Journal of Business Performans Management, 5(1), 1-24.
4. Cardinaels, E. and van Veen-Dirks, P.M.G. (2010), "Financial versus non-financial information: the impact of information organization and presentation in a balanced scorecard", Accounting, Organizations and Society, Vol. 35, pp. 565-78.
5. Eryılmaz, M. E. (2010). A Qualitative research on awareness levels of hotel managers in bursa and ankara regions about balanced scorecard and the perspective of 'learning and growth. Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, XXIX(2), 85- 110.
6. Ittner, C. D., Larcker, D. F., & ve Randall, T. (2003a). Performance implications of strategic performance measurement in financial services firms. The Journal of Accounting, Organizations and Society, 28, 715-741
7. Neely, Andy ve Chris Adams. "The Performance Prism" , Pearson Education, Limited 2002, ISBN -027-365-334-2, Copyrighted Material, S.15
8. Kabadayı E. T. (2002). İşletmelerdeki üretim performans ölçütlerinin gelişimi, özellikleri ve sürekli iyileştirme ile ilişkisi. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6, 61-75.
9. Uygur, A. (2009). Çok boyutlu performans değerleme modeli olarak dengeli başarı göstergesi uygulaması. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 10(1), 148- 159.
10. Wiersma, E. (2009), "For which purposes do managers use balanced scorecards? An empirical study", Management Accounting Research, Vol. 20, pp. 239-51.
11. Şimşek, Şerif. "İşletme Bilimlerine Giriş", Adım Matbaacılık ve Ofset, 2005, ss. 57.
12. "http://www.BalancedScorecard.org" (2005)

Turizm İşletmeciliğinde Eğitim ve Gelişimin Önemi

Ülvü Novruzov

ulvunovruzov.unec@gmail.com

Özet

Eğitim herhangi bir sektörde İnsan Kaynaklarının geliştirilmesi programının bir parçası olması ile birlikte büyük öneme sahiptir. Aynı şekilde eğitimin turizm sektöründeki artan önemini her geçen gün ne kadar büyüdüğünü fark ediyoruz. Çalışmaların çoğu, otel işletmelerinde veya turizm endüstrisinde eğitim ve gelişimin etkinliği hakkında ayrıntılı bir fikir vermiştir. Aslında eğitim, öğrencilere iş için gerekli olan bilgi ve beceri gelişimini sağlamak için tasarlanmış bir etkinlik iken, gelişim günümüz işinin ötesine geçen bir öğrenme ve konaklama sektöründe iş yönelimi perspektifinde daha uzun vadeli bir odaklanma sağlamaktadır. Bu gün müşterilerine iyi hizmet sağlamaya çalışan ve müşterilerle direk temasta bulunan turizm işletmeleri açısından devamlı gelişimin sağlanmasında personele verilen eğitimlerin önemi büyüktür. Ayrıca, gelişim genellikle turizm sektöründe bu amaç doğrultusunda çalışan iş yöneticileri veya amirler tarafından gerçekleştirilir. Gelişim nispeten, eğitimden çok uzun vadeli bir mesleki hedeftir. Bu araştırma makalesi turizm sektöründe eğitim ve gelişimin önemini vurgulamaktadır. Araştırmanın temelinde çalışmayı hızlandırmak amacıyla, egitimin turizm işletmeciliğine etkisini gosteren ilgili kaynaklardan yararlanılmıştır. Çalışmada eğitimin doğru yapılması, kullanıldığı turizm işletmesi acısından sahip olduğu önemi belirtilmektedir. Gelişimin etkili olması açısından eğitim ihtiyacının doğru şekilde belirlenmesi belirtildiği üzere büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda araştırmada turizm işletmelerinin sürdürebilir faaliyeti açısından turizm endüstrisinde eğitim biçimlerinden hangi şekilde doğru yararlanılması amacıyla farklı kaynakların değerlendirilmesi sonucu elde edilmiş bilgiler yardımıyla öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: turizm işletmeciliği, eğitim ve gelişim, turizm, insan kaynakları

Giriş

Aslında eğitim daha spesifik bir hedef olma eğilimindeyken, geliştirme genellikle herhangi bir meslekte stajyer eğitmenleri tarafından gerçekleştirilir. Bu yüzden; turistik faaliyetlerin çoğu, iyi eğitimli çalışan veya herhangi bir işletmedeki personel tarafından iyi planlanmış bir şekilde gerçekleştirilir. Eğitmen, mevcut iş veya meslek için belirli hedefler elde etmek amacıyla otel personeline özel beceri öğretir. Ancak geliştirme sürecinde, personel problemlerini tartışmak için amirleriyle görüşmek zorundadır ve bu süreç iş performansında iyileşme sağlar ve aynı zamanda yeteneklerinin gelişmesine yardımcı olur. Dolayısıyla, eğitim ve gelişim turizm sektörünün büyümesinin ve başarısının ayrılmaz bir parçasıdır. Eğitimsiz bir çalışana müşterilere hizmet vermesi için herhangi bir iş verilirse, kesinlikle otel işletmesinin sorunsuz çalışmasında aksamalar yaratacaktır. Bu tür bir çalışanın müşteriye yardım edemeyeceğini ve müşterinin otel personelinin hizmetinden memnun kalamayacağını ile sonuçlanacaktır (E. Kilkely 2010). Verilen hizmet düzeyinin aşağı olması durumunda otelin sunduğu içerikler ne kadar iyi olsa bile müşterilerin işletme ile ilgili olumsuz düşünmesine neden olacaktır. Modern zamanda çalışanların verdiği hizmet işletmenin markalaşması açısından büyük öneme sahip olduğu gibi, bu durum turizm işletmeleri açısından müşteri memnuniyeti için daha da büyük etken olmaktadır. Bu nedenle, eğitimli personel tarafından müşterilere tatmin edici bir hizmet sunmak için eğitim programcılarının tüm oteller veya restoranlar tarafından tercih edilmesi acilen gereklidir. Bununla ilgili eğitim programlarının turizm işletmelerinde İnsan Kaynakları Yöneticileri tarafından doğru şekilde uygulandığı zaman verimli sonuçlara ulaşılması mümkündür (L, Kerry. 2017).

Literatür Taraması

Turizm sektöründe eğitim ve gelişim konusunda çok sayıda literatür bulunmaktadır. Ayrıca, son birkaç yılda turizm endüstrisi hizmet odaklı eğilimlere kaymıştır ve birçok ülkede bir istihdam hizmeti merkezi haline gelmiştir. Gerçekleri göz önünde bulundurarak turizm endüstrisinde eğitim ve gelişim ihtiyacı ile ilgili birkaç araştırma gözlemini gözden geçirdik.

Tharenou ve Diğerleri (2017) Kanada turizmi çalışmalarında 2010-2017 yılları arasındaki yedi yıl boyunca İstatistik Bölümü ve On dört endüstrinin Çalışan Araştırmasında nicel verileri araştırmış ve kullanmışlardır. Çalışmalarının bulguları, on dört endüstriden on ikisinin, eğitim harcamaları ile çalışma alanındaki verimlilik arasında pozitif bir korelasyon gösterdiğini kanıtladı. Bununla birlikte, bulgu gelecekte en iyi sonuçları almak için eğitim çabalarının sürdürülmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca, çalışma, herhangi bir işletmede turizm işletmeciliğinde, iyi bir ciro için eğitimin normal bir maliyet oluşumu olarak kabul edilmesi fikrini öne sürdü (E. Colombo, R. Baggio, 2017).

Stergio ve diğerleri yaptıkları çalışmada turizm eğitiminin turizm öğrencilerinden bazı yararlı veriler elde edilerek değerlendirilebileceğini belirtmişlerdir. Ayrıca, en iyi sonuçlar için, tüm turizm öğretmenleri, öğrenciler arasında turizm eğitimi ile ilgili teorik ve pratik bilgileri geliştirebilmeleri için turizm alanı faaliyetleri hakkında hem bilgi hem de beceri sahibi olmaları önemlidir. Bu yüzden; bazı araştırmacılar, öğretmenlerin turizm endüstrisi trendlerine ayak uydurmaları gerektiğini önermektedir. Böylece, turizm eğitimi sadece ileri düzeyde değil, aynı zamanda daha yüksek standartlara da ulaşabilir. Bu nedenle, turizm eğitiminin artan önemi nedeniyle, turizm eğitim enstitülerinin çoğu üniversitelerle stratejik olarak çalışmanın faydalarını kabul etmiş ve turizm sektörünü de bunu yapmaya çağırmıştır. V. Amoah ve T. Baum çalışmada Kanada'daki turizm endüstrisinin yeni fırsatlar ve yeni işler sağlayan en büyük işveren haline geldiğini belirtmişlerdir.

Bununla birlikte, sektörleri turistlere tur operasyon hizmeti, yemek servisi, ulaşım ve konaklama hizmeti gibi çeşitli iş faaliyetlerini içerir. Bu nedenle önemli bir sektör olarak turizm sektörü, rekabetçilik çağında, turizm ile ilgili işletmeçilik faaliyetlerini yönetir.

E. Salas ve Diğerleri yaptıkları çalışmada, herhangi bir kuruluştaki eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin hizmet benimsemek, rekabet etmek, yenilik yapmak, üretmek ve iyileştirmek ve rekabetçilik çağındaki hedeflere ulaşmak için gerekli olduğuna dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, bir otelde acil servis rezervasyonu gibi olayları azaltmak için personel eğitimi kullanılması şartdır. Aynı şekilde, eğitim turizm sektörünün diğer kuruluşlar gibi rekabet gücünü korumasına yardımcı olmaktadır (E. Sales 2012).

Bu yüzden, her yıl eğitim faaliyetlerine milyarlarca dolar yatırım yapılmakta ve turizm sektöründe çalışan personele eğitim için her yıl sadece ABD'de yaklaşık 135 milyar dolar harcanmaktadır. Kanada'da, eğitim gideri çalışan başına 746 dolar olarak değerlenirken, İngiltere'de toplam eğitim gideri çalışan başına 2728 ABD doları olarak tahmin edilmektedir. Sonuç olarak, iyi planlanmış eğitim çalışması rekabetçilik avantajını korumak için çok yararlı olabilir.

Cristina Boada ve Diğerleri son yıllarda turizm hedefi olarak güçlü ve uzun bir geçmişe sahip olduklarını ve Katalonyanın, uluslararası turistlerin ilk tercihi haline geldiğini söylemektedir. Aynı zamanda 2017 yılında ülkenin toplam GSYİH'sının yüzde 11,1'inden fazlasıyla Çatalen ekonomisinin önemli bir itici gücüdür. Ülkedeki turizm endüstrisinin mevcut senaryosu çalışma saatleri, çalışma

süresinin doğru planlanmasıdır. Bu nedenle turizm sektörünün daha yenilikçi, esnek ve pratik olması önerilmektedir. Bu sadece turizm endüstrideki eğitim becerilerini geliştirilmesiyle mümkündür. Son olarak, çalışma çevresi zor üç meslek tespit etmiştir: Şefler ve Aşçılar, Turist Rehberleri ve Turist Acenteleri (Cristina Board 2017).

J.C. Percival ve Diğerleri yaptıkları çalışmada, tüm iş organizasyonlarının, çalışanlarının küreselleşme çağında müşterilerine kaliteli hizmet sunabilmelerini sağlamalıdırlar. Benzer şekilde, bir turizm pazarında, İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesinde en önemli husus, çalışanlara veya personele ilgili iş veya iş hakkında etkili bir eğitim vererek en iyi hizmeti verebilecek doğru bilgi, beceri ve yeteneğe sahip olmaktır (J.C. Percival 2013).

Bu nedenle, turizm endüstrisinin mevcut senaryosunda, eğitim ve geliştirme, iş verimliliğini korumak için tüm iş faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

P. Nischithae ve A.L. Narasimha Rao (2014) yaptıkları çalışmada turizm endüstrisinin çalışanlarının eğitim ve gelişimini sürdürmek için kullanabileceği teknikleri vurgulamışlardır. Çalışma, turizm endüstrisi çalışanlarının eğitim yoluyla verdikleri kalite seviyesi hizmetlerinde geliştirilebileceğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, bazı şirketler eğitim harcamalarından kaçınır, ancak eğitim programlarının ekonomik istikrarsızlık döneminde daha yenilikçi hale gelebileceğini bilmezler. Bu nedenle, tüm oteller iş hedefi ve stratejik hedefleri ile eğitim programı geliştirmelidir.Turizm işletmelerinin İnsan Kaynakları Departmanları, herhangi bir ticari faaliyette gelecekteki sorunları önlemek için eğitim programlarının artan önemi üzerinde durmalıdır (P. Nischithae, A.L. Narasimha Rao 2014).

Çiğdem Okşit ve Gonca Kılıçın (2019) yapmış oldukları araştırması. Araştırmanın temelini Antalya'da çalışan beş yıldızlı otel çalışanları oluşturmaktadır. 2017 yılı itibarıyla çalışmanın yapıldığı (Antalya'nın merkezinde 25 otel) ve (Antalya'nın ilçesinde 7 otel) 285 beş yıldızlı otel (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017) bulunmaktadır. Nüfusun tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Hizmet içi eğitim veren beş yıldızlı otellerin çalışanlarına toplam 800 anket dağıtılmıştır. 530 anket iade edilmiş ve 501 değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada, çalışanların hizmet içi eğitim uygulamaları ile örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve hizmet içi eğitim uygulamaları ile iş davranışından ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Hizmet içi eğitim uygulamalarının örgütsel tanımlama ve bırakma niyeti üzerindeki etkisi basit doğrusal regresyon analizi ile gösterilmiştir. Ayrıca, hizmet içi eğitimin alt boyutlarının (oryantasyon, rotasyon, mesleki gelişim, özel alan eğitimi ve hizmet içi eğitim programları) örgütsel tanımlama ve bırakma niyeti üzerindeki etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile gösterilmiştir (Çiğdem Okşit, Gonca Kılıç 2019).

Eğitim ve Gelişim Kavramı. Eğitim, herhangi bir işin eğitimsiz personeline eğitim vermek için kullanılan özel bir beceridir. Bu, bir çalışanın belirli bir işi yapma becerilerini artırma eylemidir. Sommer Ville'e göre, “Eğitim, çalışanların yönetim tarafından belirlenen sistem ve standartlar dahilinde çalışması için gerekli bilgi ve becerileri sağlayan bir süreçtir”, aynı şekilde, geliştirme süreci çeşitli eğitim programcılarının bir kombinasyonudur ve mevcut gerekliliklerin yanı sıra herhangi bir iş için gelecekteki gereklilikler ışığında yönetici personelin yetkinliğidir (J. Kirkpatric, W.K. Kirkpatrick 2010).

Ayrıca, mevcut yöneticilerin performansını artırmak ve gelecekteki organizasyonel gereksinimleri karşılamak için yöneticilerin planlı bir şekilde büyümesini sağlamak üzere tasarlanmış ve planlanmış bir faaliyettir.

Eğitim ve Gelişimin Artan Önemi. Küreselleşme dönemi ile ilgilidir. Bu nedenle etkisi ekonominin her sektöründe görülebilir. Aksine turizm sektörü bugünlerde dünya çapında birçok sorunla karşı karşıyadır ve konaklama sektöründe istihdam edilen tüm personelin geleneksel eğitimin ötesinde kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi acil bir ihtiyaçtır. Bilginlerin çoğu, otel personelinin eğitimi ve geliştirilmesi için bazı acil gereksinimler olduğunu ileri sürmüşlerdir (L, Kerry 2017). Bu gereksimlerin bazıları aşağıdaki gibidir:

- Küreselleşme ve turizm endüstrisinin etkisi.
- Eğitim ve gelişimin stratejik önemi.
- Kalite liderliği ihtiyacı.
- Konaklama sektöründe yenilikçi ve daha yetenekli teknikler.
- Konaklama sektöründe kaliteli hizmet ihtiyacı.
- İnsan Kaynakları Geliştirme programlarına duyulan ihtiyaç.
- Turizm sektörünün ekonomik gereksinimleri.

Araştırma Yöntemi

Çalışma yapılırken zaman kazanmak ve daha verimli sonuca ulaşmak amacıyla literatür araştırılması yapılmış olup, daha öncede doğrulanmış bilgiler kullanılmıştır. Araştırma objesi olarak turizm sektöründe faaliyet sürdüren turizm işletmeleri seçilmiştir. Araştırmada farklı turizm alanında faaliyet veren turizm işletmelerinin eğitim ihtiyacının belirlenmesi amacıyla uygulanan Eğitim İhtiyaçları Analizi (EİA) yardımıyla turizm işletmelerinde eğitim uygulamalarının doğru şekilde yapılması ve çalışma ile bu işletmelerde eğitimin yapılmasının iyi sonuça ulaşılacağı hedeflenmektedir.

Analiz

Eğitim İhtiyaçları Analizi (EİA) EİA, başta turizm işletmeleri olmak üzere herhangi bir işletmedeki geliştirme programlarının temel itici gücüdür. Eğitim programının temel bileşeni olan kurumlarda olduğu gibi, hem eğitimciler hem de kurumlar için bir zorunluluktur. Ayrıca, herhangi bir çalışanı işe yetkin kılmak için öğrenme gereksinimi ile düzeltici önlemler arasındaki mevcut boşluğu belirler ve tanımlar. Ayrıca, gerekli performans ile gerçek performans arasında var olan köprü boşluğu kapatmaya çalışır. Kuruluşun ihtiyaçlarına, iş performansına ve herhangi bir kurumun veya iş merkezinin çalışanlarına bakmayı vurgular. Bu nedenle, herhangi bir eğitim programı EİA temelinde dikkatle planlanmalı ve tasarlanmalıdır (Elbeyi Pelit, Hatice Şen 2015). EİA yapılarken öneme alınması gereken konu bu süreçte var olan eğitim süreci doğru şekilde değerlendirilip analiz yapılmalıdır.Turizm Sektöründe Eğitim Süreci: Turizm sektöründe eğitimin, çalışanların performansı için ideal bir beklenti ile gerçek performans arasındaki farktan kaynaklanan ihtiyaç değerlendirmesiyle yapılması sürecidir. Ayrıca çalışanların iş ortamını tanımasına yardımcı olur. İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi, çeşitli eğitim kurumları tarafından zaman zaman ve herhangi bir sektördeki iş performansının değişen ihtiyaçlarına göre düzenlenen eğitim programcıları tarafından mümkün olmaktadır. Planlama, herhangi bir kurumdaki hedeflere, yöntemlere, süreye, yapıya, seçim prosedürüne büyük ölçüde etki eden eğitimin ikinci aşamasıdır. Bunun yanında, bu özel amaç için işe

alınan veya ilgilenen eğitim personeli tarafından iyi hazırlanmış ve becerikli bir eğitim programları düzenlenir. Sonunda eğitim programının değerlendirmesi yapılır (J. Kirkpatric and W.K. Kirkpatrick 2010).

Ayrıca, tüm turizm faaliyetleri çalışanları için sürekli bir meslek eğitimi gerektirir. Bu yüzden; kurum içi eğitim programında tercih ediyorlar. Bu, harici eğitimin yanı sıra dahili eğitim programlarının birleştirilmesi ile yapılır. Eğitim ve gelişim programlarının temel amacı, bir öğrenme organizasyonu geliştirmek ve bu faaliyetler yoluyla yapılan yatırımın ölçülebilir getirisini sağlamaktır. Şimdi, kurum veya kuruluş için belirli bir amaç için planlanan ve tasarlanan herhangi bir eğitim ve geliştirme programının sorunsuz bir şekilde uygulanmasını sağlamak İnsan Kaynakları Yöneticisi'nin (İKY) görevidir (Lucy Ferguson 2018). Konuyla ilgili bilginlerin düşünceleri gelişim prosedürünün aşağıdaki gibi olması gerektiğini savunuyor:

- Program yılı ile bağlantılı olmalıdır.
- Tüm eğitim programları farklı kategorilerde sınıflandırılmalıdır.
- Eğitim ihtiyacı tanımlaması performans yılının sonunda yapılmalıdır.
- Eğitim ihtiyaçları iş performansı, temel performans ve bireysel performans ile belirlenmelidir.
- Bireysel eğitim ihtiyaçları, hedef bazda ardışıklık planlaması ile belirlenmelidir.
- İnsan Kaynakları Yöneticisi eğitim bütçesine göre eğitim yılı için organizasyon başkanlarından onay almalıdır (E. Kilkely 2010).

Eğitim İhtiyaçları Analizinde temel olarak eğitim süreci dört adımda sınıflandırılmaktadır:

- Turizm işletmesinin eğitime olan ihtiyaçlarını belirlemesi.
- Eğitim programının planlanması.
- Eğitim programının uygulanması.
- Eğitim programını değerlendirmek.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde herhangi bir turizm işletmesinde eğitim ve gelişim, beceri gelişiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ve otel işletmesinin normal bir maliyeti olarak görülmektedir. Yüksek kaliteli hizmet veren turistik tesisler, tüm iyi konaklama işletmeleri, iyi eğitimli personele ihtiyaç duymaktadir. Bu nedenle turizm işletmeleri, personeli tarafından müşterilerine tatmin edici bir hizmet sunmak için zaman zaman çalışanlarına yönelik eğitim programları düzenlemektedir. Bu amaçla, meslekleri için bazı temel ihtiyaçları ve gereksinimleri tanımlamak zorundadırlar. Ayrıca, turizm işletmelerinin İnsan Kaynakları Departmanları, tüm mesleki faaliyetler için iyi planlanmış ve organize edilmiş eğitim programının üzerinde durmaktadır.

Bu nedenle Turizm Endüstrisi, iş hedefleri veya tüm faaliyetlerinde eğitim programları geliştirmelidir ve uygulanmalıdır. Rekabetçiliğin yüksek öneme sahip olduğu küreselleşme döneminde özellikle turizm işletmelerinde eğitim faaliyetlerinin yapılması rekabet açısından üstünlük sağlanmasında turizm faaliyetinin başarısında çok önemli etike sahip olduğunu akılda tutmalıdırlar.

Sonuç olarak, turizm endüstrisinde gelişim amacıyla eğitim biçimlerinden aşağıdaki şekilde yararlanılmasının daha verimli sonuç doğuracaktır:

- Çok kültürlü eğitim ve değişim programlarını teşvik etmek.

- Çevresel, sosyal ve kültürel konuları eğitim programlarına entegre etmek.
- Eğitimlerde modern turizmin karmaşık doğasını anlama konusunda personel yetiştirmek.
- Yerel personeli yönetim ve liderlik pozisyonları için eğitmek.
- Hedef ülkeye karşı turist sorumluluğunu arttırmak için personele eğitim vermek.
- Eğitim sırasında turizmin ev sahibi topluluklar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinine önem verilmelidir.
- İşte bağlılık ve güven duygusunu teşvik etmek ve çalışanlara özen göstermek ve bununla ilgili devamlı eğitimler sağlamak.

Yukarıda gösterilenleri turizm işletmelerinde doğru şekilde uygulanması ile, bu işletmelerde oratya çıkan personelin hizmet kalitesinin aşağı olması ile ilgili sorunların artadan kaldırılmasına olumlu etki etmekle birlikte gelişimin sağlanmasına yardımcı olacaktır.

Çevre bilincinin ve yönetiminin turizm endüstrisinde eğitime dahil edilmesi, turizm işletmelerinde çevre politikalarının uygulanmasını sağlamaya yönelik bir adım olacaktır.

Turizm dünyanın en büyük endüstrisi olmasına rağmen, sektördeki işler genellikle düşük bir statüye sahiptir. Buraya özellikle küçük ve orta düzeydeki turizm işletmelerinde mevcut duruma baktığımızda var olan eğitim açısından faaliyetlerin özellikle sürdürebilirlik açısından pek de iyi durumda olmadığını göre biliriz.

Geniş bir sosyal, ekonomik ve çevresel bağlamda turizmin önemi ve karmaşıklığı konusunda uygun eğitim ve artan personel farkındalığı, iş ve destinasyondaki önemin artmasına yardımcı olarak tüketiciler, ev sahipleri ve endüstri için turizm ürününü geliştirecektir. Otel ve seyahat acentelerindeki ön büro personeli, turizmin ön cephesinde yer alan tur liderleri ve rehberler gibi personel, bu yeni turizm biçimleri (sürdürülebilir) için yeniden eğitilmelidir. Fikirleri ve deneyimleri, özellikle de uygun şekilde eğitildikleri takdirde, sektöre, ev sahibi topluluklara ve turistlere değerli bir hizmet sağlayabilir. Uygun şekilde eğitilmiş personel, turistlerde sorumluluk duygusunu ve çevre bilincini teşvik edebilir ve bu da daha uzun vadeli ve daha sürdürülebilir bir endüstriye yol açacaktır.

Kaynakça

1. L, Kerry (2017), Hospitality Employee Management and Supervision: Concepts and Practical Applications.
2. E. Kilkely (2010), “Learning to Improve Organizations”, Training Journal, Vol. 30(2).
3. J. Kirkpatric and W.K. Kirkpatrick (2010), “Training on Trial”, The Journal for Quality and Participation.
4. Lucy Ferguson (2018). 5th International Conference on Education, Management, Arts, Economics and Social Science. Problems and Countermeasures on Vocational Education Personnel Training of Tourism Management Major.
5. J.C. Percival and Others (2011), “Return on Investment for Workplace Training”, International Journal of Training and Development”.
6. E. Salas and Others (2012), “The Science of Training and Development in Organization”, Psychological Science in the Public Interest”.
7. P. Korda, Strategy and Training, Making Skills a Competitiveness Advantage, B.E. Press, New York, 2012.
8. Cristina Boada and Others (2017), “Training Needs of the Tourism Sector”, Economic, Social and Work Council of Catalonia, Barcelona.
9. Elbeyi Pelit, Hatice Şen (2015). Turizm İşletmelerinde Hizmetiçi Eğitim Sorunları ve Çözümünde İnsan Kaynakları Yönetimi Biriminin Rolü: Kavramsal Bir Değerlendirme.
10. P. Robinson (ed. 2011), Research Themes for Tourism, CAB International, Oxfordshire.

11. P. Nischithae and A.L. Narasimha Rao (April-June 2014). "The Importance of Training & Development Program in Hotel Industry", International Journal of Business and Administration Research Review,
12. E. Colombo, R. Baggio, (2017). Tourism distribution channels: Knowledge requirements. Academic, industry and government bridges
13. Çiğdem OKŞİT Gonca KILIÇ (2019) The Effect of Service Training on Organizational Identification and Intention to Leave: A Case Study on Five Star Hotels in Antalya.

İş analizi uygulamalarının ücret yönetimi sisteminde etkisi: Örnek şirket uygulaması.

Fidan Məmmədzadə

mammadzada.fidan.89@gmail.com

Özet

Bu çalışma insan kaynaklarının en önemli fonksiyonlarından biri olan iş analizi uygulamalarının ücret yönetimi sisteminde etkisi üzerine kurgulanmıştır. Araştırmada örnek şirket olarak LİB dil merkezi seçilmişdir. İnsan kaynaklarının yönetimi kavramı endüstri devrimi ile birlikte daha çok kullanılmaya başlanmış ve bundan sonra bu alanda yapılan çalışmalar artış göstermiştir. İnsan kaynaklarının fonksiyonlarının arasında iş analizi ve tanımlarının oluşturulması oldukça önemlidir. Çünkü standartların belirlenmesinin, başka tüm fonksiyonların da etkili bir şekilde gerçekleştirile bilmesinin, en önemli koşulu işletmede yer alan her yapılan iş için iş analiz çalışmasının olması ve bu çalışma sonucunda iş tanım formlarının oluşturulmasıdır. Hazırlanan iş tanımları neticesinde her pozisyon ile ilgili yetki ve sorumluluk sahası belirlenmeli ve bu pozisyon için verilecek olan ücret, gerekli eğitim ihtiyacı, beklenen performans kriterleri nesnel bir tanımlamaya kavuşmalıdır. İş analizi işçi seçme, performans değerlendirme, eğitme, tazminat ve ayırt edici kararlar vermede gereklidir. Genel olarak iş analizi iş hakkında bilgi toplama ve analiz etmenin sistemli bir yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bir iş analizi süreci hem iletişimi geliştirmeli, hem değişimi sağlamalı ve hem de gelişmiş insan kaynakları yönetimine katkıda bulunarak etkili olmalıdır. Araştırmanın hipotezi olan iş analizinin ücret yönetimine etkisi sorunu günümüzde üzerinde araştırma yapılması gereken önemli konulardan biri haline gelmektedir. Çünki doğru ve yerinde yapılan bir iş analizinin ücret yönetiminde büyük bir etkisi ola bilir. Yapılacak iş analizi neticesinde ortaya konulan iş tanımı ve iş gerekleri ücret yönetiminde ücretin adil olarak belirlenmesine yol açacakdır. Çalışan ise gördüğü işe uygun ücret alırsa esasen onun verimliliği ve işine olan bağlılığı daha da artacakdır. Bu durum şirketin de devamlı gelişmesine yol açacakdır.

Anahtar Kelimeler: İş Analizi, İş Tanımı, İş gerekleri, Ücret Yönetimi

Giriş

İnsan kaynaklarının yönetimi kavramı endüstri devrimi ile birlikte daha çok kullanılmaya başlanmış ve bundan sonra bu alanda yapılan çalışmalar artış göstermiştir. Bundan başka strateji ve stratejik yönetim kavramlarının iş dünyasında daha çok önem arz etmesi neticesinde insan kaynaklarının yönetimi de işletme hedeflerine uygun olarak yeni bir strateji unsuru olmuştur. İnsan kaynaklarının fonksiyonları içerisinde ise iş analizi, onun tanımlarının ve gereklerinin oluşturulması çok gerekli bir prosedurdur.

Teknolojinin ilerlemesi sonucunda işletmeler donanımlarını ve donanımın başındaki çalışanlarını çağa uydurmak zorunda kalmışlardır. Bu nedenlerden dolayı da işletmelerin ilk olarak yoğun olan rekabet ortamında ayakta kalabilmesinin en temel şartının değişikliklere uymak, sürekli olarak gerekli ve etkili çalışmalar yapmak olduğunu anlamaları, daha sonra ise eğitimin başarısının tutarlı ve sağlıklı iş analizlerine bağlı olduğunu kavramaları zorunludur. Bu sebepden dolayı da her birimde gerçekleştirilen işler gereklilikleri ve birbirleri ile ilişkileri bakımından ortaya konması gerekmektedir. Bu ihtiyaçlartan ortaya çıkan iş analizi çalışmaları, kurumların belirledikleri misyon, vizyon ve stratejilere ulaşmalarında faslasıyla önemli rol oynayan çalışmalardan biri haline gelmiştir. İş analizi yalnız en basit işler için değil, hem de üst kademe yönetim işlerinin düzenlenmesinde de yardımcı bir rol oynamaktadır.

İş analizi, onun tanıtımı insan kaynakları yönetiminin en başında gelen görevleri arasında yer almaktadır. Bunun ise nedeni olarak, bu tekniğin diğer bir çok başka personel tekniklerine altyapı

oluşturmasından ileri gelmesi gösterilebilir. Bugün bir çalışanı seçme, onu eğitme, ya da değerlendirmeden söz edildiğinde en başta işin yapısını bilme gereği kendiliğinden ortaya çıkacaktır. Gerçekten de işi yakından tanımadıkça ve incelemedikçe çalışanı tanımak ve incelemek, ya da iş ile çalışan arasındaki ilişkiyi tespit ede bilmek çok zor olacaktır. Bu sebeple de İKY alanında çok önemli bir yere sahip olan iş analizlerini ve onun doğal uzantısı sayılan tanımlarını incelemekte yarar vardır.

İş analizi işgören yönetiminin hayata geçirilmesinde uygulanan temel olan tekniklerden biridir ve bir çok başka işgören işlevinin uygulanmasında da altyapı oluşturur. Aynı zamanda yerinde yapılmış bir iş analizinin personel yonetiminin diğer fonksiyonlarına da etkisi oldukca büyükdür. Bu fonksiyonlardan biri de ücret yönetimidir ki, bu çalışmada araştırma iş analizinin ücret yönetimine etkisi üzerinden olacakdır.

İşverenlerin çalışanlarına sağladığı mallar, para, hizmetler hep birlikte ücret sistemini oluşturur. Bu sistemin ise organize edilmesi, planlanması, yönlendirilmesi, koordine ve kontrol edilmesi de ücret yönetimi olarak adlandırılır. Ücret yönetimi çalışanların, işletme yönetiminin, başka tarafların da ihtiyaçlarına cevap veren bir ücret sisteminin kurularak yürütülmesini sağlayacak çok önemli olan bir insan kaynakları yönetimi işlevidir. Hizmet ve ya mal üretimine doğrudan ve ya dolaylı olarak katkı yapan fiziksel ve ya düşünsel emek karşılık olarak ücret olarak hak kazanır. Bu ücretin de düzgün ve adil bir biçimde tesbit edilmesi için iş analizinin yapılması günümüzde oldukca büyük bir önem taşımakdadır. (Mustafa Çelikten, 2005).

Metod

Modern hayatda insan kaynakları işlevlerinden olan uygun personelin işe alınması, gerekli eğitimlerin belirlenmesi ve verilmesi, işgücü planlamasının yapılması, performans değerlendirilmesi, personelin alacağı ücretin adil biçimde belirlenmesi gibi konuların çözülmesi için yapılan işle ilgili detaylı bilgi sahibi olmak gerekir. Bu bakımdan iş analizi de herhangi bir işe ait olan görevlerin, bu görevlerin başarılı bir şekilde gerçekleştire bilmesi için çalışanda bulunması gereken özelliklerin tesbit edilmesi amacıyla belirli bir işin en küçük parçalarıyla detaylı olarak tanımlanıp incelenmesi, iş hakkında sistematik olan bilgi toplama sürecidir. İşletmenin içerisinde yer alan ve bir-birinden farklı tüm işlerle ilgili bilgilerin toplanması, değerlendirilmesi ve örgütlendirilmesidir. Başka bir deyişle iş analizi bir veri toplama fonksiyonudur.

İş analizi bir teknik konu olması sebebiyle, iş analizini yapan kişilerin iş deneyimine ve belli bir bilgi birikimine sahip olması gerekir. İş analizini yapan kişilere ise “iş analisti” denir. İşletmelerde iş analistleri çalışanlarından da ibaret ola bilir, lakin daha objektif ve profesyonel olacağı için daha çok danışmanlık yapan kişilerden destek alınması tercih edilir. İş analizini yapacak kişiler konu içeriği uzmanları, iş analizcileri, dış uzmanlar, iyi bir eğitim almış insan kaynakları yöneticisi, profesyoneller, işletme danışmanları, işletmenin kalite sistem sorumluları, ilk amirler ola bilir. İş analisti bir işi yapmakta olan personelden ve onların amirlerinden iş analizi yöntemlerini kullanarak elde etdiği bilgileri kendisinin uzmanlık bilgileriyle birleştirerek iş analizi yapar. İş analizinde işi yapan personel değil, sadece olarak işin kendisi analiz edilmiş oluyor. İş analisti görülen işi kimin yaptığına, nasıl yapması gerektiğine karışmaz, o sadece işin nasıl yapıldığınıa dikkat eder. İş analizi çalışanların işi yapaken çalışma davranışlarının objektif olarak ölçümüne esasen yapılmalıdır. İş analizi sürecinde işlere ilişkin veriler, kullanılan araç, malzeme ve teçhizatı, işlerin içerdiği görevlerin nasıl yapıldığına, işin içerdiği tehlikeler, gerektirdiği yetenek ve öğrenim düzeyine, işin

sosyal ve fiziksel çevre koşullarına ilişkin bilgiler yer alır. Bir işletmede bir-birinden farklı olan her bir işin analizinin yapılması gerekir. Lakin aynı işi yapan birden çok kişi varsa o halde sadece bir kişinin yaptığı işin incelenmesi yeterlidir (Nurettin Yaraşır, 2017).

Araşdırma Modeli

İş analizleri üç durumda yapılır: örgütler yeni kurulduğu zamanı, yeni işler oluşturulduğunda ve teknolojik ilerlemelerin sonucu olarak işlerin değişmesiyle iş analizi yapılır. İş analizinin aşağıda gösterilen aşamaları mevcutdur:

1. En başda analiz edilecek işler belirlenir.
2. İş analizi amacı saptanır.
3. Analistler seçilir.
4. Bilgilerin toplanması için yöntem belirlenir.
5. Gerek duyulan bilgiler bir araya toplanır.
6. Toplanan tüm bilgiler analiz edilir.
7. İş tanımları hazırlanır.
8. İş gerekleri hazırlanır.
9. Ve en son olarak da yapılacak olan uygulamaya geçilir.

İş analizinin gözlem, anket, mulakat ve karma gibi yöntemleri vardır. Bu yöntemlerin

her birinin ayrı-ayrıcalıkda kendi avantaj ve dezavantajları vardır.

Gözlem yönteminde iş analizcisi olan kes belirli bir işin gerçekleşdirilmesi için personel tarafından gösterilen davranışları izlemekte veya doğrudan not etmekte ya da daha önceden hazırlanmış olan kontrol listesini doldurmaktadır. Belirli saatlerde çalışanlar daha fazla yorgun olabildikleri için çalışanlar iş günü boyunca farklı zaman aralıklarıyla gözlenmelidir. İş analistleri mümkün olduğunca gözlemlerini çalışanlara fark ettirmeden yapmalıdırlar (kamera da kullanılabilir). Gözlem yöntemi önceden çok dikkatli bir biçimde hazırlanmış kontrol listesini kullanılarak yapılırsa iyi sonuçlar vermektedir, bedensel haraketlerden oluşan ve kısa sürede tamamlanan işler için uygundur (inşaat işçileri gibi). Gözlenen personel bilinçli bir biçimde davranışlarını değiştirebilir veya işini abartılı olacak bir şekilde sunmasına neden ola bilir.

Mülakat yönteminde planlı görüşme aracı olarak ankete benzeyen soru formu veya iş kontrol listesi kullanılmaktadır. Sorular analizin amacı ile uygun gösterilmeli, kullanılan ifadeler açık ve anlaşılır olmalıdır. Sorular yanıtlayan kişileri yönlendirmemeli ve anlam yükü taşımamalıdır. Çok özel ve mahrem konulara girilmemelidir . Analist, çalışana bu mulakatı ne amaçla yaptığını açıklamalı, çalışana doğru bilginin önemini vurgulamalı ve kişinin kendisinden çok işine odaklaşmasını sağlamalıdır. Olabildiğince çok kişiden bilgi alınması ve verilen yanıtların aynı işi yapan başka kişilerin yanıtları ile karşılaştırılıp birleştirilmesi yapılarak mülakatın güvenirliği artırılmalıdır. Mülakat yönteminde iş analizcisi personelin anlayamadığı soruları, konuları anında açıklama ve net olmayan yanıtlara müdahele ede bilir, görüşme yüz-yüze yapıldığından iletişim sorunları doğmamaktadır. Lakin bu yöntem uzun zaman alır (özellikle yönetsel ve profesyonel işlerde);

maliyeti yüksektir; heizenberg etkisi (insanların, görüşmecinin duymak istediğini sandığı yanıtları verme eğiliminde olması); yanıtlayıcının yaptığı işi olduğundan daha zor ve karmaşık gösterme eğiliminde olmasıdır.

Anket diğer önemli olan iş analizi bilgi toplama tekniğidir. İş analizi yapılırken çok sayıda kişiden bilgi toplamak gerektiğinde bu teknikden yararlanılabilir. İş analizi anketlerinde ilk olarak o işle ilgili bir çok etkinlik sıralanır ve çalışanlardan bunların arasından kendi işleri için geçerli olup olmadığı sorulur. Olabildiğince çok sayıda çalışandan elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilir. Böylelikle işin içeriğine ilişkin kapsamlı bilgi toplanır. Anket yönteminde veri toplama maliyeti düşüktür, bu yöntem çok sayıda işle ilgili bilginin kısa zaman içinde toplanmasına olanak tanır, iş analizi çalışmalarına daha fazla personelin katılımı sağlanabilir. Diğer tarafdan da personelin iş analizine verdiği yanıtların doğruluğu anında saptanamıyor, personel işini çok iyi bilmesine rağmen işinin yalnızca önemli yönlerini belirtiyor, kişiler sıkıldıklarından dolayı soruları dikkatsizce yanıtlaya bilirler.

Karma, başka deyişle bileşik yöntem, yukarıda belirtilen iş analiz yöntemlerinin tümünün bir arada kullanıldığı yöntemdir. Karma yöntemi bir yöntemin eksik ve zayıf yönlerini tamamlayacak şekilde diğer yöntemlerle desteklenmesi anlamına gelir.

İş analizinde bu sorulara cevap aranır: işin ne olduğu; işin nasıl yapıldığı; işin ne zaman yapıldığı; işin nerede yapıldığı; işin kim tarafından yapıldığı. Yani bu 5N1K olarak da bilinir. (Kevser Köklü, 2018).

Analiz

İş analizinin yapılmadığı işletmelerde ne tür vasıflara sahip elemanlara ihtiyaç duyulduğu bilinemez, yani sağlıklı bir seçim yapılamaz. İş tanımlarının ve iş gereklerinin bulunmadığı işletmelerde elemanların başarılarını ölçmek, onların ne tür eğitim programlarına ihtiyaçları olduğunu saptamak, yaptıkları işleri sağlıklı bir şekilde ücretlendirmek de söz konusu değildir.

İş analizi yapıldıdan sonra elde edilen bilgiler iş tanımları ve iş gerekleri haline getirilir. İş analizinden ortaya çıkan iş tanımı, çalışanların yapacağı bir işin içerdiği görevlerin, sorumlulukların ve iş özelliklerinin bütününe denir. İş tanımları işlerin ayrıntılı özelliklerini, işin kimliğini, diğer işlerden ayrıldığı yönleri ve onlarla olan ilişkilerini belirlemektedir. İş gerekleri ise, bir işi yerine getirmek için bireylerin sahip olması gereken beceri ve yeteneklerdir. Yani çalışanda aranacak eğitimin,deneyimin, zihinsel ve fiziksel özelliklerin belirtiliği bir çalışmadır. Netice itibari ile iş tanımları, işin profili iken, iş gerekleri, işin istediği çalışan profilidir.

İş analizi bilgileri, işletme içinde bu alanlarda kullanılır: İK planlanması; işgören sağlama; işgören seçme; eğitim ve geliştirme; performans değerleme; ücretleme; organizasyon şeması; iş sınıflama; iş sağlığı ve güvenliği ve s. Yapılan bu çalışmada iş analizinin ücret yönetimi sistemindeki etkisine bakılmışdır. İş analizinin ücret yönetimi sistemindeki etkisi bir örnek şirket uygulaması üzerinden araştırılmıştır. Örnek şirket olarak esasen çalışdığım yabancı dil kursu seçilmişdir. Ücrete dair bilgiler şirketlerin paylaşmadığı özel datalar olduğundan dolayı bu konunun diğer şirketlerde araştırılması pek mümkün olmadı. Bu sebepden iş analizinin ücret yönetimi sistemindeki etkisi yalnız çalışdığım şirket olan LİB dil merkezi ve onun filialları üzerinden araştırıldı. Burda nitel araştırma yöntemi olan örnek olay araştırması yöntemi ve gözlem yöntemi kullanılmıştır. Geçen yıldan başlayarak gözlem

metoduyla LİB dil merkezinde olan pozisyonların iş tanımları ve gerekleri çıkarılmışdır. Bu bilgiler tesisçiyle tartışılarak, şubat ayında pozisyonlar üzre yeniden ücretlendirme yapılmışdır. Ve araştırmanın bu yönde ilerlemesi yapılan iş analizinin ücret yönetimi üzerinde doğrudan pozitiv etkisinin olmasını kanıtlamışdır.

Sonuç

İnsan kaynakları yönetiminin önemi işletmeler için her geçen gün artmaktadır. Bunun temel nedenlerinden biri işletimlerin varlığını sürdürülebilmelerinin yegâne nedeni küreselleşme ile birlikte artan teknoloji kullanımı ve bunun gölgesinde kalan yetkin işgücünün yönetiminin önemidir. İnsan kaynaklarının etkin kullanımı işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. İnsan kaynakları yönetiminin fonksiyonlarından biri olan ücret yönetimi fonksiyonu ile çalışanların maddi anlamda refah düzeyleri belirlenmektedir. Bilginin çok hızlı üretilip bir o kadar hızlı tüketildiği günümüz iş dünyasında teknoloji ve bu teknolojiye yön veren insanlar arasındaki rekabet her geçen gün artmaktadır. İnsan kaynakları yönetiminin fonksiyonlarından biri iş analizleri sonucunda iş tanımlarının oluşturulması ve iş değerlemelerinin yapılmasıdır. İş analizi insan kaynaklarının başka fonksiyonları için temel taşıdır. İş tanımları iş yerinde var olan pozisyonlar için bir kimlik gibidir ve işe dair söylenecek her sözde referans olarak gösterilecektir. Bu uygulama sonucunda literatürde sıklıkla belirtilen iş tanımlarının işletmeler için ne kadar önemli olduğu görülmüştür. Özellikle ast-üst ilişkisinde sınırların net olmadığı şirketlerde iş tanımlarının varlığının önemi daha çok artmaktadır. Yetki ve görev karmaşasının var olduğu işletmedeki iş barışına zarar vermekte, dolaylı olarak da verim kaybına yol açmaktadır. Hangi işi kimin yapacağı işi yapacak kişilerdeki özelliklerin şeffaf olması çalışanların işyerine karşı aidiyet duygusunun artmasını sağlamakta ve çalışanlardaki verimi artırmaktadır.

İş tanımlarının belirli aralıklarda kontrol edilmesi geri dönüş alınması ve bunun neticesinde güncellenmesi gerekmektedir. İş tanımlarının ortaya konulmasındaki en büyük sorunlardan biri iş analizlerinin doğru belirlenmesi, nedenlerinin çalışanlara yeteri kadar ile izah edilmemesidir. Öyle ki, çalışanlar iş analizlerini kendileri için işyerindeki varlıklarına bir tehdit oluşturmadığını anladıkları takdirde yapılacak çalışmalara tüm birikim ve bilgileri ile katkıda bulunmaktadır.

Sonuç olarak, iş analizinin yapılması insan kaynakları yönetiminin tüm işlevlerine dayanak oluşturur ve işlevler arasında tutarlılık sağladığı gibi ücret yönetimi sistemindeki etkisi de yeterince büyükdür. Çünki kapsamlı yapılan iş analizi sonucunda belirlenen iş tanımları ve gereklerine esasen adil bir ücret yönetimi sistemi kurulacakdır ki, bu da çalışanların verimliliğinin artmasına sebep olacakdır. Böylelikle, iş analizinin ücret yönetimi üzerinde etkisi vardır, yani iş analizi ve ücret yönetimi arasında doğrudan orantılı pozitiv ilişki mevcutdur.

Kaynaklar

1. Akyol, A. (2001). İşlerin Yeniden Tasarlanmasında İş Analizlerinin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Angela, W. (2016). Seven Habits of Highly Effective Business Analysts. 20 Ağustos 2016 tarihinde,http://www.batimes.com/angela-wick/seven-habits-of-highly-effective-business-analysts.html.
3. Benligiray S. (2015), İnsan Kaynakları Yönetimi, “Nisan yayınları”
4. Bingöl D. (2006), İnsan kaynakları yönetimi, İstanbul, “Arıkan Basım Yayım”

5. Christal, R. E. (1974). The United States Air Force Occupational Research Project, 10. Occupation Research Division, Air Force Human Resource Laboratory (AFSC) Lackland, AFB, Texas.
6. Çetin C., Özcan E.D. (2014), İnsan kaynakları yönetimi, İstanbul, "Beta basım"
7. Çelikten M. (2005), Neden iş analizi yapılmalı, "Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi".
8. Drummond, K.E. (1990). Human Resources Management for the Hospitality Industry, New York: Van Nostrand Reinhold.
9. Demirkol Şehnaz və Suna Ertuğtal, "İşletmelerde personel seçiminde kullanılan teknikler ve analizler, Sosyal bilimler dergisi, say 2, 2007
10. Ergeneli A. və başqaları (2014) İnsan Kaynakları Yönetimi, Ankara, "Nobel yayınları"
11. Fındıkçı İ. (2003), İnsan kaynakları yönetimi, İstanbul, "Alfa yayınları"
12. Qasimov, R. (2009). İş Analizi. 3 Ocak 2018 tarihinde https://slideplayer.biz.tr/slide /2318937/ adresinden erişilmiştir.
13. Köklü K. (2018). İş Analizi, İş Analistliği ve İş Zekası, makale
14. Kozak, M.A. (2003). İş Analizinin Yönetim Yaklaşımları İçindeki Önemi, http://www.ISGUC.ORG (14.01.2004).
15. Schuller, R. (1995). Managing Human Resources, 5th edition. Mineapolis: West Publishing.
16. Şimşek Ş., Öğe S. (2011), İnsan kaynakları yönetimi, "Eğitim kitab evi"
17. Uğur A. (2008), İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul, "Sakarya Yayıncılık" İstanbul
18. Yaraşır N. (2017), İş analizi ve organizasyon el kitabı, slides

The impact of the first European Games on Azerbaijan economy

Kənan Mansurzadə

kenan.mansurzade@gmail.com

Abstract

After mega-sport rivalries showed up as another prudent factor, it impacted nations' economies around the globe. On the other hand, Azerbaijan is a nation whose economy is for all intents and purposes affected by the oil incomes. To investigate practicality of super rivalry related impact on Azerbaijan economy this paper is intended to talk about such effect of 2015 European Games on Azerbaijan economy and to what degree Azerbaijan economy has been influenced by this occasion. Empirical findings of the paper reveal that Azerbaijan economy can't on the commitment of travel and the tourism industry. In any case, business and swelling are recognizable macroeconomic factor in GDP of Azerbaijan.

Key words: Azerbaijan, mega-events, GDP, economy, inflation, employment, government spending.

Introduction

Holding the global games in a nation for the most part suggests improvement of the game profile of the nation. One huge factor that is progressively affected is the economy of host nation.

To represent effect of universal games on nation's economy every macroeconomic variable is viewed as affected factors just as related components (Bohlman and Van Heerden, 2005). Considering the travel industry of a host nation it is especially huge factor for the financial improvement. The degree of vacationers in a particular nation may be multiplied while super occasions participate. Especially, little populated urban areas where normal stay is two evenings (for example in some little populated urban communities, sightseers are not ready to remain or invest energy except if any appealing or globalized occasion (rivalries, challenges, and so forth.) is held) by sorting out this kind of occasions can rise these evenings by giving extra couple of days (Narmin, 2015)

To examine first European Games held in Baku in 2015, we have to bring a clarification of meaning of "super occasion". "Baku European games" was perceived as super occasion around world. Super occasion is an enormous scope, globally supported, open business action taking part in a long haul multi area association inside the host city and country with the twofold objective of supporting generally speaking neighborhood and territorial improvement and propelling widespread qualities and standards to address worldwide difficulties (Bowdin et al., 2006).

Azerbaijan was offered option to have first European Games at the 41st EOC General Assembly in Rome, on December 8, 2012. Games began June 12, 2015 proceeded till June 28, 2015. In challenge 6000 competitors from 50 nations contended in the capital of Azerbaijan, Baku ("Participants" Baku2015, 2015).

The strategy of this paper depends on quantitative research on the effect of European Games in Azerbaijan economy. Paper looks to talk about financial effect of the "Games" and to what degree this super occasion affects distinctive macroeconomic factors, particularly on GDP. The examination paper utilizes auxiliary information sources that have been gathered through World Bank, World Travel& Tourism Council, The State Statistical Committee of Republic of Azerbaijan, Trading Economics, and other legitimate locales.

To respond to look into question theory comprises of critical piece of investigation. The paper includes model and information so as to apply focal research question. To outline effect of occasion, we planned relapse model. Information utilized right now timeframe between 2000-2015 years.

Literature Review

As noted in presentation part Baku European Games was organized without precedent for history. Thus, we propelled some related literary works to European Games.

Thinking about commercialization of game, today all uber occasions are transcendent piece of economy. In completely indicated articles in book index, economy of host nation experiences monetary improvement in various stages or obligation factor is watched.

After Los Angeles Olympic Games, money related interest in "Games" has been expanding relentless (Malfas, Theodoraki and Houlihan, 2003). For example, TV broadcasting rights in 1996 Atlanta Olympic Games cost US $872 million, for Sydney Olympic Games US $1,12 billion, and in Athens 2004 that commitment added up to around US $1,7 billion (Malfas, Theodoraki and Houlihan, 2003)

But media and TV rights, super occasions are the primary factor that applies an effect on the travel industry and economy of host nation or locale (Hall, 1992). Economy in the nation where the uber occasions are arranged is affected by the commitment of uses on various territories: office and foundation readiness, income from guest spending, income increased through tickets and door receipts, transportation, accommodation, and so forth. (Malfas, Theodoraki and Houlihan, 2003). Furthermore, Olympic Games can be seen as one principle pointer that gathers capital through corporate sponsorships and media crowds (Whitson, 1996). Incidentally, Roche has asserted that the level of media enthusiasm for an occasion will viably decide the kind of occasion, implied that significance of occasion territorially or locally relies upon inclusion of media during those sorts of occasions (Malfas, Theodoraki and Houlihan, 2003). For instance, 1991 World Student Games held in Sheffield didn't get a decent and sensible media inclusion, and at last came about with incredible measure of obligation for coordinators and economy of host nation (Roche, 1994)

In the period of good judgment of the effect of the super occasions, for example, Baku European Games on the economy of the nation was completely evaluated by certain investigations. For instance, 2003 Australia Rugby World Cup inspected by URS Finance and Economics (2004) contributed of AU $494 million in extra industry deals, AU $55 million income to Common Wealth Government and set up in excess of 4000 full and low maintenance occupations during games. Accordingly, absolute age by RWC in 2003 added up to AU $289 million of GDP of Australia (Bohlman and Van Heerden, 2005).

Another investigation dependent on effect of 2010 Football World Cup on Southern Africa economy. The investigation analyzed that commitment made by the World Cup added up to R10 billion in GDP of nation, and furthermore 159000 occupation places were made (Bohlman and Van Heerden, 2005). Long haul advantage of 2010 World Cup for Southern Africa was included as far as recently assembled settings, updated transportation framework, development of facilities, and so on. This will likewise make an opportunity for nation to have the option to hold such worldwide rivalries for the second and more occasions.

Methodology

The system of this paper centers around quantitative research on the effect of Baku European Games on Azerbaijan economy. The paper tries to talk about financial effect of this super occasion on Azerbaijan economy and to what degree this opposition affects the economy of the nation. Paper basically utilizes optional information sources from various researchers. Be that as it may, all information dissected were gathered from three sources; World Bank Data, Azerbaijan Statistics Committee and Trading Economics sites.

To break down theme, the proposition comprises of huge piece of examination. Information was prepared through economic software, EViews so as to see impacts as far as measurable issue. In the initial step, relapse model was made and a short time later econometrical tests were hurried to dispose of certain issues identified with information and factors. In exact outcomes two opposite theory were set for getting claims.

Model and Data

So as to outline monetary commitment of uber occasions, we demonstrated condition that contains some macroeconomic factors. To consider 2015 European Games that participated in Baku, Azerbaijan, we determined relapse in transit of relationship among's GDP and some other related and persuasive variables. Relapse model explains financial effect of uber occasions on GDP as follows:

$$gdp=\beta_{\circ}+\beta1*empl+\beta2*govspend+\beta3*inflrate+\beta4*trvltrsm+u$$

Here, “gdp” indicates dependent variable gross domestic product (Azerbaijan), “inflrate” is inflation rate, “empl” specifies employed population (with number), and “govspend” indicates government spending, whereas contribution of travel and tourism is denoted by “trvltrsm” in the model.

To examine macroeconomic factors appeared in the relapse model, we clarify in a given column, why they have been associated with the condition.

Gross domestic product of Azerbaijan in our example envelops timespan between 2000-2015 years, and given sums spoke to by US dollar (measure of GDP for a considerable length of time is traded into USD with current costs). Gross domestic product is ordinarily delineated by consumptions, yet right now we thought about primary factors that can be influenced by uber occasions. As autonomous factor, swelling rate likewise covers the time of 2000-2015, it is actuality that during holding of uber occasions, for example, Olympic Games, World Cup, and other worldwide, territorial occasions, costs change bound to upside. Utilized populace is a primary and inescapable factor that reveals GDP position of a nation. As noted in hypothetical part, in nations where worldwide occasions are held, work rate moves up, for new housing, developments, offices, and so forth are worked in connection with holding of those occasions. Additionally, in another stage, organization of such occasions requires professional representatives.

Third free factor is indicated by government spending. In all actuality in economy government spending assimilates enormous measure of GDP, and in certain nations surpasses charge income, so results with deficiency. In association of super occasions, government use increments by the sum created from development of offices.

Last included factor is commitment of movement and the travel industry on GDP of Azerbaijan. On this stage, we joined aggregate of immediate, aberrant, and initiated commitment of the travel industry in our information. Motivation behind why we included travel and the travel industry factor in our relapse model is to explore genuine matter of the travel industry in Azerbaijani economy whether GDP is affected by commitment of the travel industry.

Empirical Results

Table below shows regression results for the impacts of 2015 European Games on economy of Azerbaijan. Here, we set two contrary hypotheses.

H0: If β1=0 and, GDP is not influenced respectively by inflation,

β2=0 and, GDP is not influenced respectively by employment,

β3 =0 and, GDP is not influenced respectively by government spending,

β4=0, GDP is not influenced respectively by travel and tourism.

H1: If β1≠0 or, GDP is influenced respectively by inflation,

β2≠0 or, GDP is influenced respectively by employment,

β3 ≠0 or, GDP is influenced respectively by government spending,

β4≠0, GDP is influenced respectively by travel and tourism.

Auditing coefficients on the table beneath, it is clearly observed that coefficients of swelling and business are a lot more prominent than others, as an outcome we can reason that expansion and work have significantly constructive outcome on GDP, so here invalid theory, H0 can be dismissed, while one-unit change in government spending and commitment of the travel industry and travel adjust GDP just by very nearly 3 and 1 $, individually. In Azerbaijan economy, it is expecting case that cash created by movement and the travel industry can't pointer which can have noteworthy commitment on GDP of the nation.

By glancing through table underneath p-values for every autonomous variable are unique. Particularly, p-values for government spending and expansion rate are factually noteworthy, though those for work and travel and the travel industry are measurably inconsequential. One perceptible certainty right now again commitment of movement and the travel industry to Azerbaijan economy. Here it may be the second verification that Azerbaijan economy is nearly not affected by the commitment of movement and the travel industry.

R-squared for this relapse model is roughly 92% which demonstrates that adjustments in autonomous factors clarify 92% of variety in subordinate variable, GDP. At the correct base of the table, there is Durbin-Watson detail (approx. 2.15) which is the indication of no autocorrelation issue.

Table 1: Regression results for impacts of European Games on Azerbaijan economy.

Dependent Variable: DGDP
Method: Least Squares
Date: 11/30/17 Time: 23:06
Sample (adjusted): 2002 2015
Included observations: 14 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-836.5080	975.2149	-0.857768	0.4133
DEMPL	184178.8	115515.6	1.594407	0.1453
DGOVSPEND	2.717811	0.381195	7.129704	0.0001
DINFLRATE	28583.90	11101.47	2.574785	0.0300
DTRVLTRSM	0.661871	2.726307	0.242772	0.8136

R-squared	0.916455	Mean dependent var	-1619.486
Adjusted R-squared	0.879324	S.D. dependent var	9868.403
S.E. of regression	3428.132	Akaike info criterion	19.38987
Sum squared resid	1.06E+08	Schwarz criterion	19.61811
Log likelihood	-130.7291	Hannan-Quinn criter.	19.36874
F-statistic	24.68159	Durbin-Watson stat	2.154303
Prob(F-statistic)	0.000072		

*Probability *significant at 1%, 5% and 10%*

Conclusion

In this paper, we explored the effect of 2015 European Games on Azerbaijani economy. Our experimental outcomes show that for the most part Azerbaijani economy is decidedly and fundamentally influenced by expansion rate and government spending. It very well may be deciphered by the information on that administration spending is extraordinary level of use in the economy, and expansion is a pointer that can move here and there the degree of GDP in ostensible issue. In any case, from relapse investigation we can summarize that the commitment of the travel industry and business level don't essentially effect on Azerbaijani economy, just as GDP. In the occasions like Baku European Games Azerbaijan was very little gone by the worldwide sightseers, likewise taking a gander at the information accommodated investigation it is seen that during this games Azerbaijan economy didn't produce more cash from the travel industry segment. Be that as it may, for the groundwork for this occasion government use was expanded so as to build scenes, housing, and different offices for holding the occasion in the most elevated level. These expenses met by the legislature was incredible part of the GDP contrasted with commitment of movement and the travel industry which was the littlest in rate.

Bibliography

1) Bohlmann, H.R., Van Heerden, J.H "*The Impact of Hosting a Major Sport Event on the South African Economy*" pp-3
2) Ferran, B "*An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: Resources, Financing, and Impact"*. Barcelona (1995)
3) Holger, P "*Economic Dimension of the Olympic Games*". Barcelona (2002)
4) Malfas, M., Theodoraki, E., Houlihan, B "*Impacts of the Olympic Games as Mega-events*". London (2003)
5) Narmin, N "*Analysis of Impact of Baku European Olympic Games on Tourism Development in Azerbaijan*"
6) http://www.tradingeconomics.com/azerbaijan/

7) World Bank, http://www.data.worldbank.org/azerbaijan/
8) World Travel& Tourism Council, "*Economic Impact 2015 Azerbaijan*" (2015)
9) The State Statistical Committee of Republic of Azerbaijan, http://www.azstat.org/

Azerbaijan-Turkey Strategic Economic Corporation: Potential Effects of Mutual Investments

Natella Mammadzada,

natellamammadzada@gmail.com

Abstract

The paper analyses the economic corporation between Azerbaijan and Turkey. It clearly shows the economic backgrounds of both countries, biggest energy agreements, the current state of relations in the face of economic challenges and the expected steps to be taken. the first part of the study shows the major economic events in the countries' economies over years, putting special attention to the period after indepency, economic recession and exploitation of natural resources in Azerbaijan. It also considers the transition period of Turkey's economy, changes after import substitution to market economy. Later on the study, the impact of oil and gas contracts is analysed. The research includes the role of neighbor countries on these relations considering policy implications. And the effects of mutual investments in the different fields of economy is included in this part, as well. The third part is about the current state of bilateral relation between these countries, benefits of corporation, future of investments and concluding marks driven by the data and expert views. The positive and the negative consequences of the strategic economic cooperation in defined at the end of the study. mutual One fact that does not allow us to clearly define the future of economic relations specially on the energy sector, is uncertain economic situation in Turkey which is heavily due to the political instability.

Keywords: Azerbaijan, Turkey, economic corporation, energy, investment.

Introduction

Because of their geographical and historical closeness, these countries are closely interrelated with each other economically. The relations between Azerbaijan and Turkey always mentioned as "one nation two states" that shows itself in economic, political and social policies. The dissertation will contribute to the development of competitive environment in economic relations between these countries, and also to the process of export-import process by increasing trade between the countries. Hence, the integration of these countries will lead to the development of their economies.

One of the priorities of Azerbaijan's foreign economic policy strategy is to actively participate in the processes of contemporary world economy. The relations with Turkey prove it, making this research reasonable. The aim of this work is to show the current state of affairs between Azerbaijan and Turkey, economic relations focusing mainly on the effects of strategic cooperation.

Methodology

The methodological basis of the dissertation consists of regional integration theories, the results of the researches by the local and foreign economic scientists relevant to the research topic, international treaties, national legislative acts, conference speeches.

The objects of the research are the foreign economic relations, icluding mutual investments, energy contracts, foreign policy between Azerbaijan and Turkey. The subjects of the research are Azerbaijan and Turkey. The relevance of the presented issue, its theoretical and practical significance which is relevant to the modern issues, determine the choice of the topic of the thesis, the subject and object of the research, and its logic and structure.

The research is descriptive, it will describe the foreign economic relations between Azerbaijan and Turkey. Therefore, the research method for the thesis is descriptive, documentary and quantitative

analysis, a review of the literature relevant to the research topic. The data for the research will be collected from existing resources, such as different documents, articles, other research papers by different authors about this topic and information from official databases such as international organizations, statics committees, ministries of foreign affairs, the ministries of economy, central banks reports of both countries.

Analysis

Azerbaijan economy after indepence: recession, exploitation of hydrocarbon resources, boom

Being at the connection of Eastern Europe and Asia, Azerbaijan historically played the bridge role in the trade of both regions. Due to geopolitical position Azerbaijan was always at the eye of foreign policy of neighbor countries, which eventually was separated between Russia and Iran in 1813 and 1828 into North and South in Gulustan and Turkmenchay contracts. In 28 May 1918 Azerbaijan Democratic After the collapse of Soviet Union, Azerbaijan declared its independence in 18 October, 1991.

As an independent state, the country had several steps such as formation of national economy, integration to world economy.

After gaining independence, Azerbaijan had long transition period. The country faced severe economic crises, high unemployment rate, low GDP. Garabagh War made country to struggle with economic downturn. According to CESD reports, Azerbaijan economy passed the stages of economic crises, stability and rapid development. Thanks to its rich natural resources and geopolitical position, the country overcame its economic hurdles.

Apart from the ongoing economic crises, Azerbaijan lost 20% of its territory because of Armenian aggression, which constrained to sign ceasefire. More than 1 million refugees, the loss of 1/5 production potential, military spending. lack of investment, irrelevant budget policy, poor privatization, decreased production, budget deficit eventually caused the devaluation of the national currency.

Historically Azerbaijan was the producer and supplier of oil and natural gas in the Caspian Sea. Until 2005, the country produced the highest volume of oil in 1941 with 23.4 million tons (Aras, 2007).

Foreign investments from big Western oil companies helped the country to recover from recession and reshape its oil industry. The turning point of today's strong economy was Contract of the Century that signed in September 20, 1994. Azerbaijan signed oil and gas agreements with BP, Statoil, Chevron, Amoco, TPAO, Exxon Mobile, Unocal, INPEX, SOCAR and largest oil suppliers of the world on the extraction of crude oil from Azeri, Chirag, Guneshli fields.

The total investment volume up to 11 billion dollar production sharing agreement was signed. The first oil of the contract was extracted from Chirag field on 7 November, 1997.

On October 25, 1997 the first time Azerbaijan oil transported through Baku-Novorossiysk oil pipeline in the northern direction. In the western direction Baku-Supsa oil pipeline was built and put into operation in April 17, 1999. After the successful implication of Shahdeniz gas project, investment to Azerbaijan oil increased. To export Shahdeniz gas to Georgia and Turkey, The South Caucasus Pipeline – Baku-Tblisi-Erzurum was built. In 1999, the contract about the construction of Baku-Tiblisi-

Ceyhan Main Export Pipeline was signed between with the presidents of Azerbaijan, Turkey, US, Kazakhstan, Georgia and Turkmenistan.

Oil partnerships generated several economic benefits:

- They enabled the country to apply new technology in the extraction, production and transportation of oil, along with creating new business to support oil and gas industry.
- Large volume of investment to the oil sector increased the budget revenues.
- They helped the country afford to global workforce, and made provider of the oil to large markets.
- Oil and gas sector led to opening of new workplaces and also investing in the training of oil sector employees.

Turkey's industrialization period:from traditional import substitution to market forces

After failing in the application of sustainable market economy, Turkey started to implemented planned economy model in 1960s. the model was not laid in the solid economic backgrounds. The plans were prepared under long-term perspective, were mandatory for public sector and encouraging for private sector. Turkey maintained a significant development in that period. However, in the phase of continuing inflation, due to the increasing exchange rate and interest rate policy, real interest rates turned negative again and TL gained excessive value again. Later in 1970s, two worldwide oil crisis and Cyprus problems made it difficult to protect the economic stability. During 1070-1979 inflation rate was exacerbated. These led to the economic and political crisis in 1980. The negative relations between real interest rates and TL, there was not considerable money income to the country. In contrast, wealth was carried abroad.

The failure in controlling the inflation crisis pre-1980 had a great damage on Turkey economy in two main aspects. The first, due to dealing with short term problems caused by inflation, country could not take the advantage of long term perspectives. The second, Turkey used wrong policies to fight inflation. With the encouragement of IMF, country applied exchange rate based models, which in turn caused overvaluing of TL. It led to the reduce in export, deficit in trade balance, increase in foreign debts.

From 1980s government set long-term economic policies into market economy. The structural changes were made in the economic policies towards export-oriented growth, opening trade barriers, emphasizing on market driven economy. Trade liberalization would further help to improve domestic production and reallocate the economic resources. In this regard Turkey undertook the following steps to encourage export;

- From January 1980 to October 1981 TL was depreciated 22-25% to US dollar, 5-7% to German mark, 10-12% to the currencies of its main trading partners.
- Export incentives were simplified such as giving tights to exporters to import the intermediary goods duty free under foreign exchange allocation scheme.
- Reduction in the waiting period for import licensing. Liberalization of import by elimination of quotas.
- For investment incentives, administrative procedures were simplified, putting special attention to the export oriented activities.

- Oil, mining, food processing industries were opened to foreign investors and foreign and local investors were treated according to the same incentives.

Despite the major crisis after 1988, accordance with the trends in the world, important strategic breakthroughs were made in integration with the world economy. Turkey joined GATT and Customs Union with Europe in 1994 and 1996 respectively.

Successful reforms made Turkey increase the employment and income, scaling it the upper-middle income country. Proximity to the Europe, natural resources, historical background are undeniable factors for country's economy generating tourism opportunities, getting accustomed to foreign markets. Economy drivers are diversified industrial and service sectors. Agriculture accounts for 25% of the employment.

Privatization was the priority policy. The main aim of privatization policy was to limit the role of state to health, education, social security, national defense policies. This will also help to build market economy generated by the private sector (Ministry of Foreign Affairs, 2012).

Lack of reforms in education system affects quality of labor force. The rate of job creation is still low in comparison to the rate of workers entering to the workforce. Although country set relatively high minimum wage, it is not adjusted to the labor market condition, geographic distribution of labor. Another main lagging sectors in the economy is the structure of trade, the value of export is still low. To reach 2023 goals, country needs reforms in increasing the volume and quality of export, improving quality of labor force and raising the volume of workforce along with increasing the competitiveness of the country.

However, political insecurity reversed the positive effects of the reforms, leading to economic volatility. Political turbulence, lack of transparency, government interventionism, disrupted judicial effectiveness impedes the country's potential for investment. Thanks to well-established financing sector and diversified business environment, the country shows resilience in front of economic hurdles. Economic downside did not deviate from employment. Despite opening of new jobs in public and private sectors, unemployment rate is 15% for the first seven months. Depreciation of lira increased the share of export, especially in tourism sector (Heritage.org,2020).

Impact of contracts related to energy sectors on countries' economies

Although oil production was reduced within the first years of transition, it started to increase again. As mentioned above, Contract of the Century was the turning point of Azerbaijan. The country signed 26 contracts with 41 companies from 19 states in the production of oil and gas.

Azerbaijan and Turkey has strong relations in the energy sector, with now on getting more enduring because of capital changes and happening events in the third countries. Turkey was among the first countries who invested in the independent Azerbaijan. With raising oil production Azerbaijan was needed the main pipelines along with the Baku-Novorossiysk and Baku-Supsa to transport oil to the Western market.

Because of growing oil income of Azerbaijan, Turkey preferred to be the energy partner rather than energy investor. In November 1996, Azerbaijan, Turkey and Georgia signed contract on the construction of Baku-Tbilisi-Ceyhan oil pipeline. The construction of the pipeline started in 2004 and finished in June 2006. The participation of Turkey in so called "the project of the century" would later

turn Turkey into key country for the transport of oil from Caspian Sea to Erope. This further led to the signing of South Caucasus Pipeline in the extraction of gas, which will cover later in the paper.

Baku-Tbilisi-Ceyhan with 1768 km length passes form Sangachal terminal Baku pass to Tbilisi and enters Anatolia. 443 km belongs to Azerbaijan, 249 km to Georgia and 1076 km to Turkey.

3.6 billion dollar was spent on the construction of the pipeline. From its starting BTC showed its positive effects on Azerbaijan, extracting 25 million tons of oil in the first year of opening.

After discovery of rich natural gas fields, Azerbaijan started to search for partnerships in the export of natural gas. The early talks on building gas pipeline from Azerbaijan to Turkey started in 2001. But due to price and technical issues the construction of the project was delayed. In 2004, BP launched the construction of the Baku-Tbilisi-Erzurum natural gas pipeline also known as South Caucasus Pipeline was built in parallel to BTC oil pipeline to in order to save cost and time. The first delivery of natural gas from Shahdeniz field started in July, 2007.

The initial shares of investment were 80% and 20% for SOCAR and BOTAS and TRIG respectively. However, to make the project more multinational, SOCAR sold 12% of its share to BP.

TANAP has strategic role in the economy of Azerbaijan in terms of its geographic position, capacity to deliver. This led Azerbaijan to take further steps in the application of the pipeline. Later talks on TANAP project was meant to convert Nabukko project to TANAP. This will in turn allow Azerbaijan to sell and transport Shahdeniz-2 gas to European market. The project enables both countries to involve in European gas market. The strategic significance of the project for Turkey is that it conforms Turkey's policy for being energy hub in the region. The implementation of the project was planned in four stages.

- The first stage is the project considers the sale of Shahdeniz gas to Turkey passing through Georgia. The pipeline starts its operation in 20018. The capacity of the pipeline in this stage 6 billion cubic meters annually.
- The second stage is starts in 2020. Here raising the delivery capacity to 16 billion cubic meters per year. 6 billion cubic meters of yearly gas will be sold to Turkey and remaining 10 billion cubic meters to be sold to European market.
- The third stage of the project considers to re-increase the year capacity of the pipeline to 23 billion cubic meters in 2023.
- And the last stage, includes the sale of 6-10 billion cubic meter of natural gas to Turkey and 10-25 billion cubic meters to Europe.

Which neighbor countries have potential for bilateral relations

The independence of Azerbaijan helped to increase economic and foreign trade relations with both neighboring countries as well as world countries. Measures taken in the field of foreign trade have caused the foreign trade sector to become one of the leading areas of the country's economy and to enlarge the foreign trade relations. The creation of new generation power and the expansion of infrastructure facilities now turn Azerbaijan into an electrical energy exporter. Countries that perform the electricity sales in the country and transfer - Russia, Iran, Georgia and Turkey.

Associated with geographical proximity and trade and political relations in the Soviet Union, CIS, mainly Russia was the main trade partner of Azerbaijan during the first years of the indepence. Russia still stays as one of the biggest trade partner, especially on the export of agricultural products.

Starting form 1990s bilateral relations between Azerbaijan, Georgia and Turkey turned into trilateral relations. These relations focused on enhancing the economic and commercial ties by creation of common economic, political, commercial policies. Creation of strategic partnership was aimed to ensure stability and security in the region. The geographic of this cooperation was encompassing Caspian Sea, Black Sea and Mediterranean Sea. Caspian Sea was The strategic area for Azerbaijan was Caspian Sea, for Turkey and Georgia was Black Sea and Mediterranean Sea for Turkey. The strategic area will transform the region into political and economic stability and improve its geopolitical perspective. This will further allow to transport Central Asian goods especially energy products to Europe through Azerbaijan, Georgia and Turkey. Energy cooperation is the key component of the partnership. The creation of energy hub would enable the flow of Azerbaijani and Central Asian energy products Mediterranean.

Conclusion

The reasearch was aimed to define the effects of mutual economic cooperation between Azerbaijan and Turkey. The benefits of this cooperation cannot be accessed alone. In this context, the overall benefits for Azerbaijan are:

- opportunity to increase the sale of oil and gas while controlling the energy market as the main supplier
- the ease of integration into European market
- enjoying its geopolitical position after the implementation of enormous transport projects
- maintainning political stability by ensuring Europe with energy supply
- impoving non-oil sector thanks to successful oil and gas projects
- being the strategic partner for the giant country .

Whilist, the benefits for Turkey are:

- Reducing the level of import on petrochemical products
- Having the strong economic partner in energy trade

Balancing the reducing the import of energy from the previous trade partners after the policital tensions.

References

1. Jarosiewicz A. (2013), Turkey's economy; a story of success with an uncertain future.
2. Muchtarov E. (2017), The Economy of Azerbaijan in 2017- Brief Overview, CESD release.
3. Macro-economic Indicators of Economic and Social Development of the Country in 2013, The State Statistical Committee of the Republic Azerbaijan.
4. Mehdiyev A. 2018, *Foreign Direct Investment in Azerbaijan's Economy:Current Status Development Trends and Challenges*, Baku Research Institute
5. Ozer Ertuna, Turkey's economy since 1923 and targets towards 2023, 2003.
6. World Bank Country Study, Turkey, Industrialization and trade strategy.
7. Aras O.N., Suleymanov E., Mammadov K., 2016, Economy of Azerbaijan.

8. Suleymanov E., Bulut C., Rahmanov F. 2017, Economic and political analysis of Azerbaijan-Turkey energy relations.
9. Celikpala M, Valiev J, (2015), Azerbaijan-Georgia-Turkey: An example of a Successful Regional Cooperation.

Possible Differences and Similarities Between Accounting (Financial) and Tax Accounting.

Ülkər İbrahimli

Ulkar.brhm@gmail.com

Summary

The financial relations of organizations with the budget traditionally represent an important area of scientific research, since the stability of the country`s financial and budgetary system and the economic interest of economic entities depend to a decisive extent on the effectiveness of the financial system and the implementation of the fiscal functions of the state. In these conditions, the accounting system plays a fundamental role in the information support of the relationship in question.

The implementation of market reforms in Azerbaijan has stepped up work to improve the tax system. On the other hand, the process of accounting reform is underway, due to the need for its harmonization with International Financial Reporting Standards. As a result of these changes, the provisions of tax legislation and accounting often do not coincide. Based on the stable rules for obtaining, processing and presenting information on assets, liabilities, capital, income and expenses of an economic entity, the accounting system cannot conjunctively change the methods and principles of generating information, subjecting them to constantly changing forms of organization of financial relations between business and the state.

The problem of harmonizing accounting and fiscal information is objectively determined, first of all, by the mismatch of the objects of accounting and tax accounting, which requires studying the differences in the conceptual apparatus and methods of calculating the tax base. The lack of a rational, scientifically sound methodology for organizing tax accounting in practice leads to conflict issues and disagreements between tax authorities and taxpayers.

Keywords: accounting, finance, tax, fiscal, accounting

Introduction

Accounting and tax accounting are two special types of accounting that allow you to group information on the economic activities of an economic entity. Despite the many similarities between the terms, there are many differences. In the article we will tell how the accounting differs from tax accounting.

Let's start with the definition of the term “accounting”, which is enshrined in law. So, Accounting - this is a systematic and timely documentation of all facts of economic activity of the subject and the formation of financial statements on the basis of this information.

Its key goal is the formation of reliable and comprehensive sources of reporting information on the current financial condition of an economic entity. Reporting information allows users (both external and internal) to make appropriate management decisions and evaluate performance.

After studying the accounting indicators, the lender or investor makes a decision on the grant of a targeted loan or the opening of an investment project. Satisfactory financial reporting data will allow companies to participate in state and (or) municipal procurements.

Reporting sources are a key lever of internal governance. So, the company’s management, based on the accounting reports, can adjust the current policy, make a balanced and timely decision.

Maintaining accounting is mandatory for almost all economic entities. Exemptions are made only for individual entrepreneurs and foreign representative offices.

Specific Differences In Accounting and Tax Accounting

Fiscal reporting users are tax authorities. By analyzing reporting sources, the state implements a control function, that is, it reveals the correctness of the calculation and the completeness of the transfer of taxes, fees, and contributions to the budget. Therefore, the fundamental difference between accounting and tax accounting lies in their objectives. So, for accounting, the main goal is to prepare reliable reports on the results of activities for users. At the same time, the goal of tax accounting is to implement the fiscal function of the state, which is to replenish the budget.

Maintaining tax accounting is mandatory for all economic entities. No exceptions are provided. Even ordinary citizens do not have privileges, although tax agents are responsible for natural persons. This fact is one of the key differences between accounting and tax accounting.

Fiscal legislation is the same for all taxpayers. That is, the Tax Code of the Azerbaijan is a norm that everyone must apply, regardless of (Kəlbiyev, və Hümbətov, 2008):

- forms of ownership;
- legal forms;
- specifics and type of activity, size of staff;
- production volumes;
- income;
- selected taxation regimes.

At the same time, the norms of accounting is determined on an individual basis, depending on the type of activity. For example, for a state institution and a banking organization, the provisions on accounting will be completely different, but the application of the Tax Code is mandatory for both entities. Thus, the unity of norms on tax accounting and specialization by industry for accounting determine the third difference between accounting and taxation.

Besides the key differences accounting and tax accounting, there are specific distinctive characteristics. The essence of these distinguishing features (characteristics) is that, depending on the type of accounting, the procedure for adopting one specific indicator can differ significantly

Table 1: We present all the specific differences in accounting and tax accounting in the table:

Index	Method of reflection in accounting	Method of reflection in tax accounting	Commentary
Income			
Subject income classification	Income from ordinary (basis) activities and other income. The composition and structure are fixed in paragraph 5 and paragraph 7 of Accounting Regulation (AR) 9/99	Revenues from the sale of goods, works, services and property rights, as well as non-operating income (Article 250 of the Tax Code of the Azerbaijan).	The list of non-operating income is strictly limited in Art. 250 Tax Code of the Azerbaijan, in contrast to the composition of other income under Accounting Regulation.

Revenue Recognition Restriction	AR 9/99 (paragraph 3) contains restrictions on the types of income that cannot be taken into account in the income of the entity.	Income not taken into account when calculating the tax base is fixed in article 251 of the Tax Code.	In both cases, the lists are closed; they are not identical. Extension of lists and (or) double interpretations are unacceptable.
Procedure and date of recognition of income	Paragraph 13 of AR 9/99 provides for several conditions for the recognition of income. So, if one of these conditions is not met, then income cannot be recognized. Also, accounting of income in accounting can only be done on an accrual basis (rare exception: on a cash basis for a simplified way of maintaining accounting).	Acceptance of income can be carried out both on a cash basis and on an accrual basis. Therefore, the dates of recognition may differ materially, depending on the method chosen.	As a result of different methods of income recognition, differences in accounting and tax accounting may form.
Costs			
Composition and classification	AR 10/99 defines the essential conditions for the recognition of expenses. If one of the conditions is not met, then the transaction is recognized as receivables, and not expenses. Classification of expenses in accounting is not provided.	According to Art. 252 of the Tax Code, expenses can only be recognized as documented, economically justified costs of the taxpayer, which are aimed at carrying out activities and making profit. In addition, all costs in tax accounting can be divided into direct and indirect.	In this case, at the time of recognition, the ratio of accounting and tax accounting is the same. The difference in cost classification.
Recognition Date	The accrual recognition procedure is provided for in AR 10/99.	With the accrual method, the order is fixed in Art. 272, and with the cash method - in Art. 273 of the Tax Code.	As with revenue recognition, differences may arise in recognizing the entity's expenses.
Completeness of recognition (restrictions)	Regarding the recognition of expenses in accounting, there are no restrictions and standards. All costs must be accepted in full, otherwise - a distortion of the financial statements.	Part of the costs in the tax accounting cannot be taken into account, and at all. Such costs are referred to in Art. 270. Part of the costs is normalized, that is, it can be taken into account only in a certain amount (Article 258 of the Tax Code of the Azerbaijan Republic).	
Depreciation			

Accrual methods	The accounting provides four methods for calculating depreciation: linear, non-linear, in proportion to the volume of manufactured products and the sum of the number of years of useful life.	There are only two ways to choose from tax accounting: these are linear and non-linear methods. Otherwise not provided.	If the entity chooses for accounting a different depreciation method that is not provided for in the tax accounting, the occurrence of differences in accounting cannot be avoided.
UL (useful life)	If an UL is not installed for the property, then it can be installed independently, by decision of a specially created commission.	In tax accounting, the useful life can be established only on the basis of classifiers.	Differences are inevitable.
Reserves			
Vacation allowance	Reserves can be created not only on holidays of the current reporting period, but also with a "reserve". Balances in the allowance reserve are commonplace.	The procedure is provided for by Art. 324.1 of the Tax Code. The reserve can only be created for the holidays of the current year, there should not be any balances at the end of the year in this reserve.	Methods of formation of reserves of vacations - this is one of the features of accounting and tax accounting.
Bad debt provision	If a delay arises in the company's activities, it is necessary to create reserves for doubtful debts in accounting.	At tax accounting, the creation of a provision for doubtful debts is not mandatory. The decision should be reflected in accounting policies for tax purposes.	Methods for creating reserves have significant differences between accounting and tax accounting.

Source: Clinton, A. & Simon, J., (2005). The interface between financial accounting and tax accounting: A summary of current research, s.l.: University of Waikato. 254 p

Officials are systematically amending current legislation. The key purpose of adjustments and innovations is to smooth out the differences between tax accounting and accounting. Of course, the ideal similarity of norms in the near future cannot be expected. However, notable steps and plans have already been outlined.

The objectives of the formation of financial accounting at the enterprise differ from each other. Accounting should provide comprehensive information about the economic activity of the company, taking into account all factors and operations performed. The main users of the information generated are the leaders and founders of the organization. The data obtained allow us to make optimal management decisions aimed at further development of the subject. Often third parties are also interested in financial statements: investors, contractors, creditors and others.

Tax Accounting Necessity

Tax accounting is necessary to control state bodies for the completeness of accrual and payment of taxes. Only operations directly involved in the formation of the tax base are taken into account.

The main differences between accounting and taxation occur due to their regulatory regulation. The main regulator of activities in terms of tax accounting is the Tax Code of the Azerbaijan and other tax provisions.

The difference between accounting and tax accounting is manifested in the following aspects (Mykola, & Tsepilova, 2013):

- recognition of the organization's income;
- features of accounting for expenses of the company;
- depreciation of fixed assets;
- methods for evaluating materials;
- formation of reserves.

As a result of different approaches to the formation and accounting of the listed operations in organizations, differences arise between the considered indicators. Differences can be both insignificant, for example, in the case of determining the value of goods received, and significant, as in determining production costs.

Differences between accounting and tax accounting include the need for their formation. The responsibility for accounting is present only for organizations. At the same time, small enterprises and non-profit organizations are entitled to keep records in a simplified form. Tax accounting with the obligatory compilation of tax registers is mandatory for all economic entities, including individuals.

The result of the difference in accounting and tax accounting is primarily the determination of profit in accordance with the requirements of accounting and the provisions of the Tax Code. The interconnection of different approaches in calculating the main income tax is regulated by AR 18/02 "Accounting for Income Tax Calculations". The document reflects the rules for the formation of accounting information on the status of the current income tax.

The differences between the profit of accounting and tax are characterized by the presence of permanent and temporary differences. At the same time, constant differences arise due to different methods for determining income and expenses. Temporary are formed due to the formation of profits in different periods in tax and accounting.

Currently, the tax authorities are faced with the task of developing a methodology for maximizing convergence between accounting and tax accounting. But there are risks of increasing the tax burden on organizations.

The state policy in the field of development of accounting and tax accounting is aimed at the gradual approximation of the rules of these two types of accounting. In particular, this is reflected and implemented in the Concept for the Development of Accounting and Reporting in the Azerbaijan Republic for the medium term. The Government also applies other measures aimed at further development of this concept. However, the problem of rapprochement of tax and accounting is still relevant (Deloiite, 2019). It should be noted that in tax accounting the same primary accounting documents are drawn up and used as in accounting. The main features of accounting registers, such as

the systematization of the data of primary accounting documents on accounting accounts and their legal necessity, the establishment of responsibility of the persons that formed and signed the registers, are also fixed on a legislative basis. If a situation arises when the information accumulated in the accounting registers is not enough to recognize the tax base, calculate and pay tax, the organization may create its own tax registers. They are formed on the basis of accounting by adding additional indicators to them, or independent tax accounting registers are developed. Although the relationship between accounting and tax accounting is obvious, there is a border between them. The separation of these types of accounting is due to the difference in the objectives of the formation of accounting and tax reporting. Tax reporting is generated only for tax purposes, and financial statements are an indispensable basis for management to make effective management decisions.

Accounting (financial) statements are the main source of information about the functioning of the enterprise and its interaction with other organizations, state bodies and funds, shareholders and owners (Gibson, 2008). Also, the rules for accounting for objects of taxation in tax accounting do not always coincide with the rules established in the regulatory documents governing accounting. First of all, this concerns the recognition and classification of income, expenses and depreciation methods. In accounting, the income of enterprises is divided into income from other activities and other expenses. In tax accounting, revenues are divided by income from the sale of works, goods, services, non-operating expenses and property rights. In tax accounting, sales revenue is recognized as revenue from the sale of goods, works, services of own production, revenue from the sale of goods previously purchased from other organizations, revenue from the exercise of property rights. The recognition of sales revenue is also different. In accounting, in order to recognize the received amount of cash as revenue, it is necessary to comply with the conditions specified in AR 9/99 “Income of the organization”.

These conditions include the following:

- the organization should have the right to purchase this revenue;

- the amount of revenue should be determined;

- the operation, as a result of which the amount of money was received, should bring economic benefits to the enterprise;

- the ownership of the products involved in the business transaction must pass from the organization to the buyer, or the work must be accepted by the customer;

- the costs associated with the implementation of the operation, as a result of which the funds were received, must be accurately determined (Quliyev, Fətullayev, 2011).

If one of the conditions is not met, the received funds are recognized as payables. The differences between accounting and tax accounting in the recognition and classification of income are expressed primarily in relation to the classification of expenses. So in accounting distinguish expenses from ordinary activities and other expenses. In tax accounting, there are expenses associated with production and sale, and non-operating expenses. The classification of expenses differs from ordinary activities or expenses associated with the implementation and production. In accounting, the costs of labor, material expenses, depreciation costs, social expenses and other expenses are distinguished. In tax accounting, material expenses, labor costs, depreciation expenses, other expenses are distinguished.

The expenses related to the recognition of expenses include:

- the expense must be released in accordance with a specific contract;
- the amount of expenses must be precisely determined;
- as a result of the operation should be a decrease in the economic benefits of the organization.

In tax accounting, to recognize an expense, it is necessary that it has an economic justification and is documented. In tax and accounting methods of depreciation for fixed assets and intangible assets are distinguished. In tax accounting for both fixed assets and intangible assets, there are two ways of calculating depreciation - non-linear and linear. In accounting for fixed assets, a linear method is provided, a method for reducing the balance, a method of writing off the value in proportion to the volume of production, a method of writing off the value according to the sum of the numbers of years of useful life. Thus, despite the significant differences between the accounting and tax systems, there is a close relationship between them, the effective use of which helps taxpayers to correctly calculate and pay taxes and fill out tax returns.

Method

The theoretical and methodological basis of the dissertation is the application of objective principles of scientific knowledge. In the process of researching problems on a selected topic, the author relied on the fundamental and special literature of domestic and foreign authors; legislative normative acts of the Azerbaijan Republic; relevant methodological documents; materials of specialized periodicals. The research used modern scientific tools, in particular, research methods such as analysis and synthesis; deduction and induction; grouping and comparison; abstraction and modeling. Logical, historical, and systematic approaches were used to justify the propositions put forward.

Analysis

Tax accounting is a specialized system for summarizing information on the basis of primary documentation data, taking into account legislatively established norms, requirements and rules in order to calculate tax liabilities. In other words, tax accounting is the formation of complete, reliable and exhaustive information for determining the size of the tax base, calculating the amount of fiscal payments, making payments to the budget in full and drawing up special forms of fiscal reporting based on these data.

References

1. Blake, J., Akerfeldt, K., Fortes, H. J. & Gowthorpe, C., (2014). The relationship between tax and accounting rules - the Swedish case. European Business Review, 97(2), 632 p.
2. Quliyev V., Fətullayev R., Kərimov A., (2011) Beynəlxalq uçot və hesabata giriş. Bakı, 385 səh.
3. Mykola, L. & Tsepilova, O., (2013). Study of interconnection of financial and tax accounting of profit in Russia and abroad. The Problems of Economy, 665 p.
4. Kəlbiyev, Y. A., (2011). “Vergi Planlaşdirması və Proqnozlaşdırması”. Bakı: Azərbaycan Dövət İqtisad Universiteti., 421 səh.
5. Gibson, C., (2008) Financial Reporting and Analysis: Using Financial Accounting Information. London: Cengage Learning. 756 p.
6. Rzayev Q., (2014) “Mühasibat uçotunun beynəlxalq standartları və maliyyə hesabatı”. Bakı, 536 səh.

7. Ault, H. J. & Arnold, B. J., (2010). Comparative Income Taxation: A Structural Analysis. London: Kluwer Law International B.V. 412 p.
8. Barth, M., (2007). Research, Standard Setting, and Global Financial Reporting, London: Now Publishers. 652 sp
9. Blake, J., Akerfeldt, K., Fortes, H. J. & Gowthorpe, C., (2014). The relationship between tax and accounting rules - the Swedish case. European Business Review, 97(2), 632 p.
10. Elshani, A., Ahmati, S., Alieu, M. & Ahmati, Y. S., (2014) Financial Accounting versus Tax Accounting - Tax Rules Impact on Investment Decisions. Iliria International Review, Volume 1. 325 p.
11. Jiraskova, S., (2015). The Relationship between Tax and Book Income after Adoption IFRS in the Czech Republic in Comparison with Other European Countries. Journal of Economics, Business and Management, 3(12), pp. 1180-118
12. Ault, H. J. & Arnold, B. J., (2010). Comparative Income Taxation: A Structural Analysis. London: Kluwer Law International B.V.853 p.
13. Schreiber, U., (2013). International Company Taxation: An Introduction to the Legal and Economic Principles. London: Springer. 458 p.
14. Watrin, C., Pott, C. & Ullmann, R., (2012). The effects of book-tax conformity and tax accounting incentives on financial accounting: evidence from public and private limited companies in Germany. Int. J. Accounting, Auditing and Performance Evaluation, 8(3), pp. 274-30

Framework for Accounting (Financial Reporting) For SMEs In Azerbaijan.

İlqar Hüseynov

huseynovilqar@gmail.com

Summary

One of the characteristic features of the modern economic conditions of economically developed countries is the increase in the number of small and medium enterprises (SMEs).

It should be noted that a significant obstacle to the entry of Azerbaijan SMEs into the global economic arena is the imperfection and significant inconsistency of national legislation regarding the organization and maintenance of accounting and the preparation of financial statements, while compliance with the principles and qualitative characteristics of financial statements (transparency, reliability, relevance and comparability) is not possible without an effective accounting regulatory system.

This research paper considers the problem of introducing financial accounting for small and medium enterprises in Azerbaijan. The relevance of this problem is high, due to the growing role of international standards in world practice over the past five years and the lack of a consensus in Azerbaijan about the need to use it. The importance of introducing an international standard in Azerbaijan for small and medium enterprises in Azerbaijan is a necessary condition for successful interaction in the world market, increasing the reliability and transparency of financial accounting statements.

In the research work, the historical development of the idea of creating an international standard for small and medium-sized enterprises is considered, and its distinguishing characteristics are compared with the full set of IFRS.

The relevance of the study is due to the special place of small and medium-sized enterprises in the Azerbaijan economy.

Keywords: SMEs, accounting, Azerbaijan, GDP, IFRS

Introduction

The most important direction of the modern process of establishing a market economy is the transition to sustainable economic growth based on its innovative components. Therefore, the problem of developing a competitive technological and innovative potential of country is one of key problems in today's Azerbaijan. One of main sources of innovative development of the Azerbaijani economy is the attraction foreign capital to economy along with diversification of the economy. The advantages of foreign direct investment are that they allow for sustainable economic growth, accompanied by the introduction of not only technological innovations in the domestic economy, but also new knowledge and technologies of innovative management. However, the lack of a domestic policy of attracting foreign direct investment was manifested in the deformed sectoral structure and their concentration in the raw and extractive industries with a relatively low level in high-tech industries producing products with a high share of added value. At the same time, certain regions form their own policy in this area, aimed at creating structural changes in the economy of the region, replenishing the budget, and also stimulating the development of industrial and social infrastructure. There is a general consensus that in all countries the process of economic growth and investment / formation of capital is closely interrelated. Both neoclassical and Marxist economists pay attention to the accumulation of capital as the engine of economic growth. An important use of capital is to increase production of capitalintensive goods. Consumption of such goods usually increases with income growth (due to the fact that we raise funds for growth growth). All growth models are concentrated on capital as one of the two main parameters in determining the rates of economic growth. An increase in the capital fund is, of course,

necessary to ensure production growth. According to the World Bank (1989), GDP growth is higher for those countries that have a relatively high level of investment / GDP.

In general, investments relate to all economic activity, which involves the use of resources for the production of goods and services. Investments in infrastructure are especially important for the development of less developed countries (LDCs), since the infrastructure allows producers to use modern technologies and introduce modern technologies for producers, expanding infrastructure directly stimulates productive activities. Investments in education and vocational training of a qualified and productive laboratory. Investments in agricultural research and extension services 3 improve and facilitate the dissemination of research results, which also increases production.

Foreign direct investment can as well provide environmental and social benefits. Frequently, international investors will operate at higher environmental and social normsthan their domestic competitors. Though they may not to bring standards up to the highest level probable, they will have the effect of elevation the standards 6 above existing levels. These standards may also be take in over time by domestic companies, far raising the country's environmental and social standards.

Arguments for And Against The Use Of "IFRS For SME`s"

In early 2011, two years after the start of the standard, the European Commission, represented by the Directorate for Domestic Market and Services, conducted a survey in the European Union (EU) countries among reporting users, accountants, auditors and national standardization bodies. 150 responses received in the EU countries were distributed as follows. Obviously, based on such statistical material, it is impossible to draw conclusions on individual countries. Therefore, the analysis was carried out as a whole in the Eurozone (Юрецкий, 2012: 186).

The European Commission has gathered information on how willing the EU economic entities and professional communities are to apply and apply IFRS for SMEs. The statistical material shown in the table shows how the answers were distributed on each of the most significant questions in two main groups of respondents: national reporting and standardization entities, and accountants of transnational organizations.

A study by the European Commission showed that IFRS for SMEs is best suited for medium and large non-public multinational organizations and subsidiaries of companies compiling consolidated financial statements in accordance with the full IFRS package. The financiers of medium-sized companies, whose activities do not go beyond the borders of the country, are skeptical about the new standard for SMEs, but consider it useful for making managerial decisions to improve the comparability of reports prepared in accordance with the IFRS for SMEs (Юрецкий, 2012: 189).

In the course of the study, the European Commission identified several arguments both for and against the application of "IFRS for SMEs" (table 1).

Table 1. Arguments for and against the use of "IFRS for SMEs" as a national standard in the European Union

Arguments for	Arguments against
Increasing comparability of company reporting, which will help increase international trade and mergers and acquisitions	The standard is not easy to apply. Additional reporting costs may in some cases exceed potential benefits.
Capital cost reduction	The introduction of the standard will be accompanied by significant costs for the retraining of accountants and auditors.
For companies with subsidiaries in different EU countries, the introduction of the standard will facilitate the preparation of consolidated financial statements.	The standard is not suitable for management purposes and its introduction will lead to an increase in audit costs and the preparation of individual reporting.
Increasing the mobility of accountants and auditors within the European Union.	The requirements of standards in the areas of deferred taxes, the assessment of fair value of assets, will make the financial statements less clear to the average user.
Companies can use the standard as a simplified version of the full set of IFRS in the way of placement of securities in organized markets.	The close relationship between the calculation of tax obligations, profit distribution and accounting systems in a number of EU member states means that companies will be forced to prepare an additional set of reports for tax purposes.

Source: Shelaginov, V.E. "IFRS for small and medium-sized enterprises". Corporate financial reporting. International Standards 2013. №4.

In general, according to the participants in the survey "IFRS for Small and Medium-sized Enterprises" is more suitable for large and medium-sized companies, international groups and subsidiaries, and the new reporting format will be focused on shareholders, rather than other interested users.

The result of public opinion research was the decision of the European Commission to abandon the idea of introducing a requirement to adopt an "IFRS for SMEs" at the European Union level. It was also noted that the standard in some areas places a greater economic burden on enterprises than the current directives. The European Commission did not prohibit each country from adopting this standard as a national one, applied by all or certain categories of companies whose securities are not represented in quotation lists, but in this case the standard must be changed so that it does not contradict the European Union accounting directives. Currently, only a few EU countries have approved the application of the IFRS for SMEs. In total, the standard was adopted by 80 countries in different variations. A list of all countries that have authorized the application of the standard is presented in table 2.

Table 2. List of countries that have approved the application of "IFRS for SMEs"

Region	Countries that have adopted or plan to adopt the IFRS for SMEs
South America	Argentina, Bolivia, Brazil, Chile, Ecuador, Guyana, Peru, Suriname, Venezuela
The Caribbean	Antigua and Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados,

Central America	Bermuda, Cayman Islands, Dominica, Dominican Republic, Guadeloupe, Jamaica, Montserrat, St. Kitts and Nevis, St. Lucia, Trinidad
Africa	Belize, Costa Rica, Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama
Asia	Botswana, Egypt, Ethiopia, Ghana, Kenya, Lesotho, Malawi, Mauritius, Namibia, Nigeria, Sierra Leone, South Africa, Tanzania, Swaziland, Uganda, Zambia, Zimbabwe
Near East	Bangladesh, Cambodia, Fiji, Hong Kong, Malaysia, Myanmar, Nepal, Philippines, Singapore, Sri Lanka, Tonga
Eurasia	Jordan, Lebanon, Palestine, Qatar
Europe	Bosnia, Estonia, Macedonia. Approved for use in Switzerland, UK.
North America	Approved for use in the USA. Limited use in Canada

Source: IFRS for SMEs. Project history [Electronic resource] / IFRS Foundation. URL: http://www.ifrs.org/IFRS-for-SMEs/history/Pages/History.aspx

In general, the European Union applies a three-tier system of requirements for financial statements of companies. This system provides for the application of IFRS for consolidated reporting, as well as public companies; national standards (possibly based on “IFRS for SMEs”) - by other companies (excluding microenterprises) and special simplified rules for reporting by microenterprises.

Countries that are allowed to apply the International Financial Reporting Standards for small and medium enterprises can be classified in several ways: by the nature of use (as amended, unchanged), by the nature of implementation (as national standards, in the original version as IFRS for SMEs). Most countries have introduced IFRS for small and medium-sized enterprises both as a national standard and as an international standard, but with minimal changes. These countries include Malaysia, Argentina, Bangladesh, Brazil, Singapore, Hong Kong, Kenya.

Malaysia

On February 14, 2014, The Malaysian Accounting Standards Board issued a new set of guidelines for individuals - the Malaysian Standard for Reporting to Private Organizations. The standard can be applied in full for financial statements with an annual reporting period beginning on or after January 2016, as well as with the possibility of early adoption.

This national standard is an exact copy of the IFRS for SMEs issued in July 2009, with the exception of income tax and specialized activity requirements that have been adjusted according to national circumstances (IFRS Foundation, 2015).

On October 28, 2015, the Malaysian Accounting Standards Board issued amendments to the Malaysian Standard for Reporting to Private Entities, which contain the same set as the 2015 amendments to IFRS for SMEs.

In the process of turning the standard from international into national, some changes in terminology have occurred.

Section 1, Small and Medium-Sized Enterprises, has been amended to make the standard applicable in a Malaysian context. In this regard, all references to "SMEs" and "public responsibility" in sections 1-35 were replaced by the term "private individuals".

Section 34, Specialized Activities, has been amended to provide guidance on accounting for real estate development activities in Malaysia. As a result of this, Example 12 of an agreement on the construction of real estate contained in the Appendix to Section 23, Revenue was deleted.

Argentina

In Argentina, it is permitted to apply International Financial Reporting Standards for small and medium-sized enterprises to companies whose securities are not traded on open markets, but subject to the approval of individual provincial governments. Argentina made one modification to IFRS for small and medium-sized enterprises, namely, that individual companies when preparing financial statements take into account the equity method of investments in subsidiaries, associates and joint ventures.

Small businesses are also allowed to use the full version of IFRS or Argentine standards developed by the Accounting and Auditing Standards Board (IFRS Foundation, 2015).

Brazil

The IFRS for SMEs in Brazil has been modified with respect to the transition date, and an amendment has been added, as in Argentina, regarding the use of the equity method. All small and medium-sized enterprises should use IFRS for small and medium-sized enterprises if they have not decided to use the full version of IFRS - with one exception: Some micro and small enterprises have the right to use a simplified set of accounting standards in accordance with established laws.

In Great Britain and the Republic of Ireland, the idea of creating national standards on the basis of international standards was implemented with significant changes and adjustments. In 2012-2013, new financial reporting standards were published in the United Kingdom that are applicable in the United Kingdom and the Republic of Ireland. New standards have substantially changed the current financial reporting system. As a result of this innovation, almost all standards were replaced by three new ones:

- 100 "Application of financial reporting requirements";
- 101 "Abridged Disclosure System";
- 102 "Financial Reporting Standard used in the United Kingdom and the Republic of Ireland." (Financial Reporting Council, 2015)

The third standard (102) was developed based on the "IFRS for SMEs", but includes changes made by the Financial Reporting Council. One of these changes significantly expands the scope of its

application in comparison with the IFRS for SMEs. As a result, a company that is not required to apply the "full set" of IFRS will be able to apply 102 standards.

Before starting to develop its own standard, the Accounting Standards Board held consultations on the use of "IFRS for SMEs" as a replacement for existing national standards. In 2010, the Council issued a draft for discussion "Standard for financial reporting for medium-sized enterprises". This project proposed the use of "IFRS for SMEs" for all companies that are not publicly accountable and do not have the right to apply the Financial Reporting Standard for small enterprises. Thus, publicly accountable organizations would have to apply IFRS approved for use in the European Union, and medium-sized enterprises that are not socially accountable should apply "IFRS for SMEs". However, this proposal did not find support from the professional community.

The Financial Reporting Standards For Small And Medium Enterprises

Taking into account the comments received, the Accounting Standards Board decided to amend the "IFRS for SMEs" when it is included in the national standard so as to include in the scope of its application, including some socially accountable companies that are not required to report in accordance with IFRS approved for use in the EU. Another difference was that the financial reporting standard 102 included alternative accounting policies that were excluded from the "IFRS for SMEs" but allowed by the "complete set" of IFRSs, for example, accounting for fixed assets using the revaluation model. In addition, non-profit organizations, as well as companies that are not legal entities, were included in the scope of the standard.

The accounting legislation of the United Kingdom and the Republic of Ireland also provides for the standard for small enterprises - the "Standard for Financial Reporting for Small Enterprises". Companies within the scope of this standard are defined in sections 382–384 of the Companies Act (2006) of the United Kingdom and sections 2, 8 and 9 of the Companies Act (Amendment) (1996) of the Republic of Ireland. In particular, these definitions provide quantitative criteria for classification as small companies (turnover, balance sheet total, average number of employees) (Shelaginov, 2013: 41).

In a number of countries that have not adopted the IFRS for SMEs in one form or another, they continue to actively monitor the global practice of its application. These countries include Australia, Thailand and a number of European countries.

Thailand is in the process of adopting IFRS for small and medium-sized enterprises in full without modification. The new standard will be referred to as the Thai Financial Reporting Standards for Small and Medium Enterprises, from the expected effective date of 2017.

Currently, SMEs in Thailand can use either Thai accounting standards or the Thai financial reporting standard for non-financial reporting companies. In the process of discussion is the criteria of the proposed plan for a two-tier approach, namely:

• Stage 1: the national standard for small and medium enterprises in full will be applied;

• Stage 2: will be applied with the exclusion of some sections.

The criteria for separating level 1 and level 2 are under discussion.

Australia continues to monitor the IFRS for SMEs for possible adoption, but no action is currently being taken to apply the standard.

The Italian Civil Code provides for the use by companies, whose securities are not included in quotation lists, of special accounting requirements that comply with European directives. Therefore, companies that are not publicly accountable should use national financial reporting standards. Italian companies cannot apply the IFRS for SMEs. In addition, there are a number of additional differences between national standards and "IFRS for SMEs": it is not allowed to measure financial instruments and investment property at fair value, research and development costs should be capitalized if certain criteria are met, borrowing costs should be capitalized if certain criteria are met.

Thus, in Italy, as in most countries of the European Union, European directives and national standards are preferred.

According to the results of the study, it is clear that at the moment the standard is not universal, and not all countries want and are ready to apply it. Basically, the standard was adopted by developing countries, in view of the fact that their financial accounting systems are just beginning to be established and it is much easier for them to change existing legislation. In the EU countries, the transition to International Financial Reporting Standards for small and medium enterprises will be quite burdensome, in view of the large economic costs of changing the entire accounting system. At the moment, the leaders of most countries within the European Union do not consider it appropriate to increase the burden of expenditures of small enterprises in order to obtain very doubtful advantages.

Article 9 of the Accounting Law on Small and Medium Enterprises in our country states that these entities have the right to prepare financial statements in accordance with International Financial Reporting Standards if they so choose. At the same time, they make the decision to compile their annual financial statements for the next year in accordance with this standard or International Financial Reporting Standards, accounting policies until December 31 of the current year (Accounting Law, Article 9, 2004). The General Rules for the Approval of the Accounting Procedures in accordance with the IFRS and Accounting Standards for Commercial Enterprises dated January 30, 2008 states that these rules, which apply to small businesses, apply to small businesses , Existing international and national standards (calculation method, continuity of activity), qualitative characteristics of financial statements (neutrality, understanding, relevance, etc.) and Also, valuation methods (cost value, present value, current value, potential sale value, fair value) are reported in detail. In addition, the commercial rules explain how to create primary records and registers.

When small and micro businesses existing in our country do not apply international financial standards and national accounting standards, their accounting records are governed by the rules and regulations of the Ministry of Finance dated February 3, 2016. rules ".

These businesses are required to maintain accounting records in accordance with existing regulations, and they also have the right to prepare financial statements in accordance with IFRS and MMUS pursuant to Article 9.1.2 of the Accounting Law.

Results

Thus, the accounting policy for accounting reflects the methods of reflection in the accounting of certain operations, and subsequently, according to the accounting data, accounting profit is formed. As for the accounting policy for tax accounting, in accordance with it, the company reflects income and expenses to form the basis for taxation of profits, as well as VAT. Organizations that have switched to a simplified taxation system are not required to keep accounting records, with the exception of fixed assets and intangible assets. But in reality, this exemption from accounting is, in fact, formal. First, accounting must be kept in order to control the financial position of the company and in order to evaluate the results of its activities. Secondly, in most cases, organizations that use the simplified taxation system, there is a need to maintain accounting by law.

Small enterprises can use primary document forms contained in albums of unified forms of primary accounting documentation, departmental forms for documenting business transactions, but in connection with the adoption of the new Law on “Accounting”, the right is given to independently develop forms containing the relevant mandatory details provided for by the Law and ensuring the accuracy of reflection in the accounting of committed business transactions. A small enterprise independently chooses the accounting form from those approved by the relevant authorities based on the needs and scale of its production and management, the number of employees.

Method

The theoretical and methodological foundations was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Analysis

It is recommended that small enterprises engaged in the material sphere of production use the registers provided for in the journal-journal form of bookkeeping. Small enterprises engaged in trade and other intermediary activities can use registers from a simplified form of accounting, if necessary, use separate registers to account for certain values prevailing in their activities (inventories, financial assets, etc.), from a single journal-order form of bookkeeping.

References:

1. Abbasov A.B. Organization and business management. Baku: ed. ASUE, 2011. p. 464.
2. Akhmedov M., Huseyn A. Fundamentals of state regulation of the economy: a methodological manual. Baku: ed. ASEU, 2011.22 p.
3. Generalova N.V. International Financial Reporting Standards: A Training Manual. M.: TC Velby: Prospect, 2009.416 p.
4. Getman, V.G. International standardization of accounting and financial reporting in small enterprises. International accounting. 2009. No5. p. 2-10.
5. Ibragimov I.K., Ibragimov E.R. Economic and legal mechanisms of entrepreneurial activity. Baku, 2004, 460 p.
6. IFRS application around the world. Jurisdictional profile: Thailand [Электронный ресурс] / IFRS Foundation. - 2015. URL: http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Documents/Jurisdiction-profiles/Thailand-IFRS-Profile.pdf

7. Kichyk Orhan. Entrepreneurship and small business management. Ankara: ed. Sechkin yaynlar, 2014.413 p.
8. Makarova, L. M. Formation of financial statements of small and medium agricultural enterprises. Young scientist. 2013. No2. S. 163-167.
9. Manafov G.N. Socially-economic aspects of entrepreneurial activity. Baku, 2006, 320 pp.
10. Shelaginov, V.E. “IFRS for small and medium-sized enterprises”. Corporate financial reporting. International Standards 2013. №4.
11. Veliev T.S., Babaev A.R., Mehbullaev M.Kh. Theory of Economics. Textbook. Baku: ed. Chashyoglu, 2001, 692 pp.
12. Visual aid for small and medium-sized businesses. National Entrepreneurship Support Fund under the Ministry of Economy and Industry of the Republic of Azerbaijan. Baku, 2002, 120 p.
13. Yuretsky, S.S. Analysis of the demand and prospects for the application of IFRS for small and medium enterprises. University Herald. 2012. No7. S.186-191

Revenue and Expense Recognition Under IFRS and How Recognition is Related to Tax Accounting

Rüfət Baxşəliyev

rufat1124@gmail.com

Summary

In order to understand the divergence between tax accounting outcomes and financial reporting results, it is essential to gain a comprehensive understanding of tax accounting and financial reporting.

Financial reporting is the most frequently used by the majority of stakeholders to obtain a variety of information for different uses. However, this information is not the only source of information that is used by stakeholders. The government as an important stakeholder, for example, also refers tax accounting results and bases its decisions on these outcomes for taxing businesses.

Despite these differences, there is very little understanding of the differences between tax accounting and financial reporting recognition of revenue and expenses among the public due to several reasons. As tax rules were developed in isolation from many innovations in finance and accounting, the differences between two separate systems with regards to the treatment of revenue and expenses tend to be high.

Previously, it was mentioned that there is very little understanding of the divergence in the treatment of revenue and expenses between tax authorities and financial reporting.

Firstly, books touch on the differences of both systems and how they treat revenue recognition. Secondly, academic journals and reports have published articles that elaborates on the differences between the recognition of revenue and expenses under tax system rules and IFRS. However, Azerbaijan is not among these examples and therefore, the selection of the country as an example case serves a useful purpose.

Keywords: revenue, accounting, IFRS, financial reporting, deferred taxes

Introduction

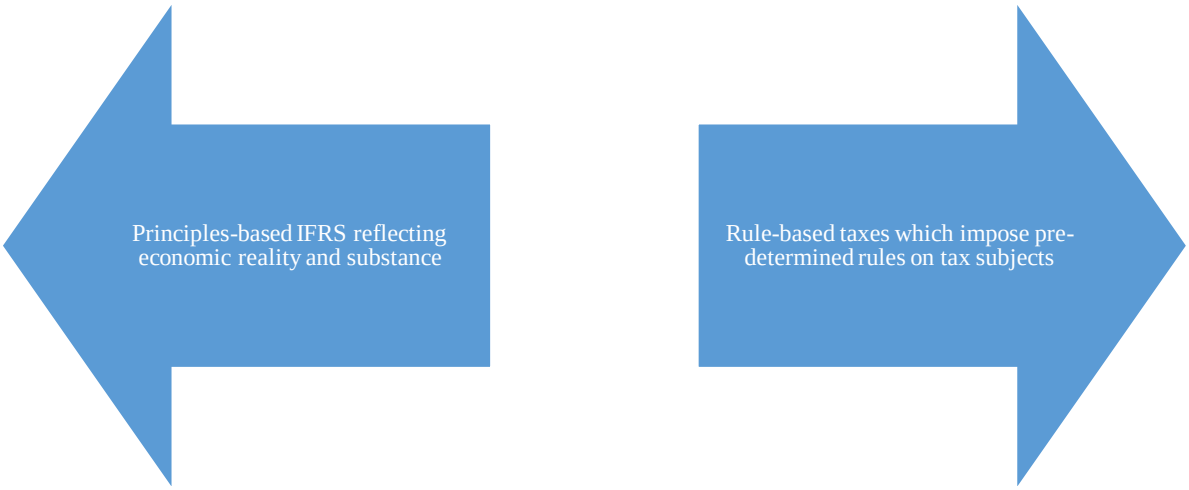
There are certain differences in the treatment of revenue and expenses under IFRS and tax accounting. These differences are related to the differences in the objectives of the two systems (financial reporting and tax accounting).

One of the main things that have to be noted is that financial reporting recognition of revenue and expenses should be viewed as a principles-based approach. IFRS promotes a principles-based approach as this approach is a better suited to meet the needs of a wide range of users who have different objectives and realities. There cannot be precise rules that can be enforced to all companies. Therefore, principles-based approaches are a better reflection of the financial condition and performance of a wide range of businesses. For this reason, IFRS bases new standards on principles rather than rules.

The use of judgment is an essential element of IFRS and financial reporting GAAPs. Businesses use a variety of judgments in preparing their reports. For example, the useful life of long-lived assets is one of these judgments that companies apply and these useful life assumptions might be different based on the reality of different companies. Therefore, it can be expected that applying a subjective judgment is an important part of financial reporting.

Taxes, on the contrary, are based on rules which mean that all businesses must adhere to pre-determined set of rules by tax authorities.

Diagram 1. Financial reporting vs tax reporting



Source: Diri, M. E., (2018). Introduction to Earnings Management. Cham: Springer.

It is recommended by experts that accounting rules or taxes determined for financial reporting purposes under IFRS should be taken as a basis for the application of tax rules as well.

Historically, tax rules have been developed in relative isolation from accounting principles which resulted in a wider divergence of the two systems in regards to how they treat taxes. Therefore, it is advised that financial reporting based financial information is taken as a basis for the preparation of tax rules as well (Diri, 2013: 85). Upon the calculation of deferred taxes based on financial reporting information, it is then recommended that this information is fed into the creation of effective and efficient tax systems.

According to IFRS, as accounting documents the impact of income tax, they will represent the fina ncial statements ' current and future fiscal consequences.

As we budget for the income tax due each year (also known as "current tax"), the current tax implic ations are expressed.

On the other hand, deferred tax registration represents the potential fiscal implications.

The Conceptual Framework of IFRS

The adoption of IFRS served to create a set of principles that would enable firms all across the world to have a uniform set of standards. Previously to the adoption of IFRS as a basis of accounting in many countries, GAAP (Generally Accepted Accounting Principles) had been used separately for each country in order to guide the preparation of financial reports (Diri, 2018: 21).

Thus, cross-border transactions and the fact that more and more businesses expand abroad to engage in international transactions increased a need for IFRS. Therefore, IFRS provided several benefits as a result. One of them is transparency. Transparency was enhanced as a result of the acceptance of IFRS because a uniform set of standards allowed to have comparable standards which in turn, increased the transparency.

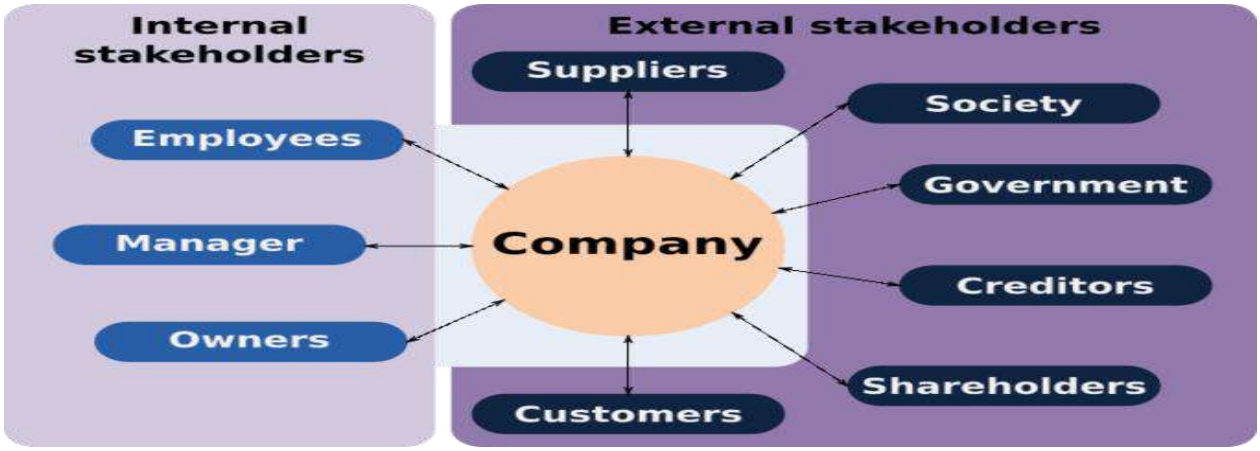
Additionally, accountability was also improved because of the fact that IFRS reduced information gap existing between the providers of capital and their agents meaning that agency problem was ameliorated to some extent.

Furthermore, efficiency of investments for investors has improved as well. Firms that adopted IFRS received higher confidence from investors globally owing to the fact that their financial reports were more trustworthy. This, in turn, increased the efficiency of capital allocation (Cordes, 2005:65).

The Conceptual Framework of IFRS serves as a guidance to the Board engaged in the development of financial reporting standards. This framework sets out the most fundamental principles of financial reporting. The overarching objective of the framework is to ensure consistency and comparability of financial reports of companies so that investors and other stakeholders can have a better overview of the condition and performance of the firm so that they can make more informed decisions.

Purposes of general financial reporting - the purpose of IFRS is to provide financial information on business entities to a wide range of users who are in need of these reports. For example, stakeholders of the business include such diverse groups as investors, creditors, suppliers, general public and the government and each of these groups have a different information need that are served by financial reporting (Bragg,, 2010: 21).

Diagram 2: Stakeholders of a business who need financial information



Source: Bragg, S. M., (2010). Wiley Revenue Recognition: Rules and Scenarios. London: Wiley.

Qualitative characteristics of useful financial information - qualitative characteristics of useful financial information that IFRS seeks to present to users of financial reports can be divided into two groups which are fundamental qualitative characteristics and enhancing qualitative characteristics.

Fundamental qualitative characteristics - fundamental qualitative characteristics are relevance and faithful representation.

Relevance - is one of the most fundamental category that measures the quality of financial information. Accounting information must be relevant in order to make a difference in the decision-making process. If information is not relevant to the users of financial reports, then it is not useful. Therefore, IFRS intends to promote the usage of only relevant information in the accounting reports.

Deferred taxes can be of two types which are:

- Deferred tax assets;
- Deferred tax liabilities;

Deferred tax assets -in general, a deferred tax asset represents a tax deduction in future fiscal years (through tax conciliation), a result of the recovery of an asset or the liquidation of a liability.

To explain the functionality of the deferred tax assets, and how they allows full compliance with IFRS and tax regulations simultaneously, let us consider a practical example.

The account “loss due to deterioration of inventory value” is an expense account in the income statement; and the account “accumulated deterioration of inventory value” is a corrective asset account (valuation account). In this way, the users of the financial statements obtain reliable and timely information, useful for the economic decision-making (Deloitte, 2019).

Main Causes Of The Existence Of Deferred Assets

However, if, for example, the country's tax legislation establishes that this accounting expenditure (corresponding to a partial deterioration of the inventory's value) is not deductible for income tax pu rposes, but until such time as such deteriorated inventory is sold or self-consumed.

We have noted that deferred taxes arise from the differences in the financial and tax treatment of the same economic transaction. In the particular case of deferred tax assets, these may be generated mainly by the fact that in the application of IFRS there are certain accounting expenses (or losses) that are the product of estimates based on principles (use of professional judgement and the best information available), as was the recent example of the impairment loss of the inventory value. Because it is an estimate (although it may be accurate or very good), a tax regulation could consider such expenditure or loss as non-deductible from the income tax so far-and to the extent that such estimates are end up becoming the reality (that is to say, when the facts become accomplished).

Another situation that may generate a deferred tax asset (i.e., a right to future tax deduction) is the fact that under IFRS there may be an accounting record of an expense (or a loss) without necessarily having a related countable income.

Table 1: Main causes of the existence of deferred assets

Assets currently registered that will generate income taxed in the future but no deductible expenses.
Countable income currently registered (accrued) that will be taxed in the future when they match the tax definition of income.

Source: Cordes, J., Ebel, R. D. & Gravelle, J., (2005). The Encyclopedia of Taxation & Tax Policy. London: The Urban Insitute.

There are several principles that guide a taxation process. One of these principles are legality.

Legality - this principle states that taxes are not enforceable without the relevant law that establishes them. Thus, without a law there are no taxes.

Equality or equity - this principle states that all taxable persons must be treated on an equal footing which means that tax authorities must not commit discrimination in terms of such factors as race, gender, religion and so on. Hence, if similar are conditions are present, then all subjects of tax laws must be treated equally without discrimination.

Neutrality - is another principle of taxation which argues for a neutral impact of taxes. This means that taxes must be levied in such a way that they have little interference in the natural functioning of the markets. Therefore, taxes have been one of the most debated issues in terms of their effect on the functioning of free markets. Taxes create a deadweight loss which reduces efficiency. However, taxes are a useful means for the government to achieve such conditions as equality and fair allocation of resources which are achieved at the expense of efficiency.

Simplicity - tax system must also be simple meaning that complying with tax system rules and regulations must not create a heavy cost for tax subjects.

Flexibility - tax system must also be flexible in order to operate effectively and efficiently by the government. To demonstrate, the needs of the government might differ and therefore, it might choose to change taxes from time to time to meet various economic objectives. Taxation therefore must be flexible enough so that the government uses it effectively and efficiently.

Tax accounting differs from accounting for general reporting purposes. Therefore, tax amount reported to tax authorities and taxes reported on the financial statements differ.

There are two types of differences between the amount of tax on financial statements and amount of tax reported to tax authorities. These two differences are grouped under temporary and permanent differences.

Temporary differences - temporary differences occur when the carrying amount of asset or liabilities are different on the books of the company and for tax purposes. These differences reflect themselves on the statements as temporary differences which later converge.

Permanent differences - however, some differences might persist and even be permanent owing to the fact that treatment of some income and expense items are different under two bases (accounting and tax).

Method

Various synthesis methods will be used in order to compare and contrast IFRS recognition of revenue and expenses and Tax Accounting. Synthesis method can be broken down into such types as conventional synthesis, qualitatie synthesis, quantiative synthesis and emerging synthesis. Application of these methods will enable to gain a deep undersdanding of differences and similarities between IFRS and tax Comparative analysis is another method which will be used in this study. This method compares two or more concepts or phenomena in order to discover their similarities and differences. Therefore, this method is deemed relevant for this research project as well and will be applied to compare IFRS and tax accounting regarding their simialrities and differences on the recognition of revenue and expenses.

Analysis

Status and purpose of conceptual framework of IFRS are to help IFRS Board in preparing financial standards that will help to converge accounting standards around the world. There are many areas in accounting that companies have some choice and in order to eliminate the cases of a misunderstanding and divergence among different businesses, IFRS Conceptual framework gives recommendations on applying a uniform set of policies whenever possible.

Results

In general, a deferred tax asset represents a tax deduction in future fiscal years (through tax reconciliation), resulting from the recovery of an asset or the liquidation of a liability.

We have indicated that deferred taxes arise from the differences between the financial and the tax treatment of the same economic transaction. In the particular case of deferred tax liabilities, these may be generated mainly by the fact that in the application of IFRS there are certain countable income (or earnings) that do not constitute an income for tax purposes, as was the case from the recent example of measuring the biological assets at their “fair value minus sales costs”.

This type of countable income could be taxed for tax purposes in another fiscal period; For example, when the related asset is sold. This will generate a taxable temporary difference (i.e., a value to be added later in the tax conciliation), and consequently, a deferred tax liability.

Tax systems vary in each country which creates a divergence in the treatment of this item on the financial reports of businesses. Taxes have a different purpose than financial reporting. Whereas financial reporting serves to provide useful and relevant information to the users of financial reports, taxes are used by the government for such purposes as boosting employment, economic growth and equilibrium.

Main objective of the tax systems are to enhance economic stability, allocate resources efficiently, contribute to economic growth and a fair distribution of wealth. These objectives make tax accounting different from financial accounting. Respective supervisory body in every country is responsible for tax policy.

References

1. Bağırov, D., (2009). "Vergi auditi". Baki: Maarif Nəşriyyati. 414 seh.
2. Bağırov, D., (2010). "Vergi nəzarəti". Bakı: Bakı “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı. 365 seh.
3. Cihan, B. & Suleymanov, E., (2011). Dovlet Maliyyesi. Baki: Qafqaz Universiteti. 217 seh.
4. Bakker, A., Berg, T. v. d. & Janssen, B., (2015). Tax Accounting: Unravelling the Mystery of Income Taxes. s.l.:IBFD Publications.
5. Beardsley R. (2017), "Taxes for Revenue are Obsolete", American Affairs, New York, p.652
6. Besley T., Persson T. (2013), "The Origins of State Capacity: Property Rights, Taxation, and Politics", London, p.310
7. Bragg, S. M., (2010). Wiley Revenue Recognition: Rules and Scenarios. London: Wiley.
8. Bryman, A., Bell, E. A. & Teevan, J., (2012). Social Research Methods. Oxford: Oxford University Press.
9. Christian, D. & Ludenbach, N., (2013). IFRS Essentials. London: John Wiley & Sons.
10. Collings, S., (2013). Frequently Asked Questions in IFRS. London: Wiley.
11. Deloitte, (2019). Standards. [Online]
Available at: https://www.iasplus.com/en/standards [Accessed 5 October 2019].

12. Desai, M. A. & Dharmapala, D., (2009). Earnings Management, Corporate Tax Shelters, and Book-Tax Alignment. National Tax Association, 62(1), pp. 169-186.
13. Diri, M. E., (2018). Introduction to Earnings Management. Cham: Springer.
14. Epstein, B. & Jermakowicz, E. K., (2010). WILEY Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards 2010. London: Wiley.
15. Epstein, B. J. & Jermakowitch, E. K., (2008). IFRS Policies and Procedures. London: Wiley.
16. Gashenko, I., (2018). Optimization of the Taxation System: Preconditions, Tendencies, and Perspectives. London: Springer.
17. Hammond, M. & Wellington, J., (2013). Research Methods: The Key Concepts. London: Routledge
18. Huang, D. F., Wang, C. L. & Hou, C. P., (2012). Book-tax differences and earning quality for the banking, s.l.: National Dong Hwa University.
19. IBP, (2017). Azerbaijan Tax Guide Volume 1 Strategic, Practical Information, Regulations. London: IBP.

Cost Accounting for Manufacturing and Service Companies in Azerbaijan.

Elshad Abdurahmanli

elshad.abdurahmanli@gmail.com

Abstract

One of the main goals is reducing production costs and increased sales revenue and profits for manufacturing companies. In competitive market to get high volume of sales and profits they must manage costs with attention.

This article considers how to calculate production costs in Azerbaijan and bring international practice for national manufacturing companies. The significant of this problem is high due to there is no any regularity about production cost in Azerbaijan except tax code. There is only one note (№ 109) about expenses should not recognized as expense.

In this article, we obtained international practice for calculation of production costs and national regularity for cost of production. From international practice Marginal costing, Absorption costing, Activity based costing, Target costing and Life cycle costing have been stated, given definitions of costing methods and also examples about how they calculate and produce. As a result, Marginal costing is more useful for management to make a decision, Absorption costing is needed for financial reporting, Activity based costing is alternative approach to absorption costing, in Target costing method company evaluate targeted cost for required profit and sales volume and Life cycle costing shows the all costs over product entire life. All types of these costing system help the management make a decision and choose the strategy.

In result, to bring international practice of cost accounting will increase recording of costs, evaluate real production cost, help making a right decision, choose strategy, evaluate profit per each unit produced and etc.

Key words: Production costs, Cost Accounting, Cost of Sales, Tax Code

Introduction

Cost accounting is using for determining the cost of products, service and jobs. Such those costs need to be built up using a process known like cost accumulation. If a manufacturing company manufactures a product, the cost of the product will consist of the raw materials and components which used in it and also, the cost of the labor required to make the product. All these are known as direct costs. Direct costs include the followings:

- Direct labor (DL)
- Direct materials (DM)

The company also could incur many other costs while making the product that are not directly attributable for a single product, but they are incurred generally in the processing of manufacture the numbers of units. These types of costs are indirect costs (overheads). Such those costs are including the following costs:

- Machine depreciation;
- Supervision cost;
- Heating and lighting;
- Factory rent and rates and etc.

A direct cost is the cost which can be attributable in full to the produced product or service. An indirect cost (overheads) is the cost which incurred during producing procedure or providing a service and

cannot be traced in full or directly to the service or product. It should be noted that in some companies total indirect costs (overheads) can be greater than the total direct costs.

In Azerbaijan, calculation of product costs used to regulate under Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan dated August 16, 1996/№ 111 before adoption of tax code. According to the Resolution, cost of production includes labor resources, materials, fuel, energy, fixed assets, raw materials, as well as other costs associated with the production. In 2001, two decisions and amendments were made to this Resolution. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan № 111 dated 16.08.1996 and № 71 dated 03.07.1977 shall be considered invalid based on Resolution of the Cabinet of Ministers №115 dated 09.06.2001 in connection with the approval of the Tax Code of the Republic of Azerbaijan. http://www.e-qanun.az/framework/1827#.

After tax code authorized, cost of production is not legally regulated by the Resolution of the Cabinet of Ministers. Tax code of Azerbaijan only focuses recognized costs and revenue. Only one item (№ 109) in tax code states expenses which are not included in the cost. These expenses are:

- installation and purchase of fixed assets;
- expenses for non-commercial activities;
- meals and entertainment, and expenses for the personal consumption or salary of a private person, except for the costs of obtaining a pay card;
- excessive travel expenses exceed the limits established by the relevant executive authority.

Methods

Systematic approach, comparative analysis and synthesis techniques are chosen. The systematic approach will be used to characterize the production cost system as a whole and to study its evolution. The comparative analysis will be based on the different approaches results on Cost of Production calculations and comparisons. The synthesis will be used to summarize the approaches that have been successful in the formation and development of the calculating system of the Cost of Production and to explore the feasibility of applying these approaches in the production cost system of Azerbaijan.

Analysis

Production cost formulas:

- *Cost of production = Direct costs + Indirect costs (overheads)*
- *Costs per unit = Total production costs / Total number of units (produced)*

Production cost should be calculated after taking steps below:

1. Recognize the costs which attributable to the produced product or service;
2. Allocate these costs to the categories: Direct materials, Direct labor and Overheads;
3. Include up these categorized costs to the entire cost of the product or service;

How to allocate Indirect costs (overheads) to the cost of production or service?

In a manufacturing companies, overheads are incurred for making product, so each unit gets some benefit from overheads. Therefore, each unit need to be charged with some of indirect costs. To allocate overheads, mainly two methods is using:

1. Marginal costing;
2. Absorption costing.

There are some approaches for generate costing such as:

- Activity based costing (ABC);
- Target costing;
- Life cycle costing.

Marginal costing

Marginal cost is the cost that could be avoided if the product would not produce. Inventories are valued only variable production costing in marginal costing. Only variable costs are included to the cost of sales. Fixed costs are recognized as periodic costs. Profit is calculating by deducting variable costs from sales revenue to get Contribution. Then deducting fixed costs to get profit. (ACCA Management Accounting, BPP, 2018).

Marginal costing formulas:

- *Profit = Contribution – Fixed costs*
- *Contribution = Sales revenue – Variable cost of sales*
- *Variable cost of sales = Opening inventory + Variable production cost – Closing inventory*

Example:

A manufacturing company makes a single product to sell. At the beginning of the Year 1 there was not any inventory. Variable cost per unit is $4 and selling price is $6. Fixed costs are $2,000 per year. Normal output level is 1,500 units per year. Production were 1,500 units and sales were 1,200 units in Year 1 and in Year 2, Production was 1,400 and sales were 1,700 units.

Required: Prepare profit statements for both Years using marginal costing.

Answer:

Inventory: Beginning of Year 1 = 0

Ending of Year 1 (1500-1200) = 300

Beginning of Year 2 = 300

Ending of Year 2 (300+1400-1700) = 0

Table 1. Preparing of profit statement using marginal costing

	Year 1		Year 2		Total
	$	$	$	$	$
Sales		7,200		10,200	17,400
Variable cost of sales					
Opening Inventory	-		1,200		1,200
Variable production costs	6,000		5,600		5,600

Closing inventory	(1,200)		-		-
Variable cost of sales		(4,800)		(6,800)	(11,600)
Contribution		2,400		3,400	5,800
Fixed costs		(2,000)		(2,000)	(4,000)
Profit		**400**		**1,400**	**1,800**

Source: Author's calculations

Absorption Costing

Absorption costing is a traditional method to allocate overheads to the cost of production or services. It has three stages:

1. Allocation;
2. Apportionment;
3. Absorption.

Allocation is the process that whole costs are charged to the cost center. Direct Materials and Direct Labor are allocated directly to cost center. Overheads, which clearly identifiable are allocated to those cost center but those cannot identifiable are allocated to the general overheads cost center. For example: security guard can be charged security cost center but heating and light should be charged to the general overheads cost center.

Apportionment is the process which involves sharing out the overheads with in general overheads cost center between other cost centers using the fair basis of apportionment.

Absorption is the process that, after share out the production overheads, all indirect (overheads) are divided between all production departments. This is the absorption into production costs using by overheads absorption rates. Overhead absorption rate is needed to be calculated for each department or for the production activity as whole. Usually, absorption rate is per machine hours worked or per direct labor hours. (ACCA Management Accounting, BPP, 2018).

Formula: *Absorption rate = Estimated overheads / Activity level (budgeted)*

Suppose that, budgeted overhead is $80,000 and budgeted activity is $20,000 hours. The overhead recovery rate is (80,0000/20,000) $4. But actual overheads incurred is $84,000 and direct labor hours is 25,000.

Overhead incurred (actual)	$84,000
Overhead absorbed (25,000*4)	$100,000
Over absorption of overhead	$16,000

As results, cost of production has been charged more $16,000 than actual incurred so recorded production cost will be high. This will be adjusted to the profit at the end of accounting period for reconcile the overheads to the actual.

Marginal costing and absorption costing compared

The main difference in profit reported under these costing systems is due to different inventory valuation models.

a) If inventory level is increasing from the beginning of period to the end of period then absorption costing will report the higher profit than marginal costing.
b) If inventory level is decreasing from the beginning of the year to the end of the year then marginal costing will report higher profit than absorption costing.

Marginal costing is more useful than absorption costing for decision making but also absorption costing is still needed for financial reporting. Under marginal costing contribution varies in direct proportion with the volume of sold units. Profits will increase during sales volume increases by amount of contribution increases. Marginal costing gives a more accurate picture that how firm's sales revenue and cash flows changes by changes of sales volume of units.

With absorption costing, there is no good relationship with the sales revenue and profit. Because while sales volume rises total profit will increase by the amount of gross profit per unit and plus overhead absorbed per unit. This is confusing for monitoring profitability. If sales volume is same from year to year marginal costing will report the same profits but using absorption costing there is possibility of manipulating by changing input and output inventory level.

Example: AAA Company budgeted to produce and sell 10,000 units if its product in Year 1. The selling price is $10 and variable cost is $4 per unit. Fixed production cost is budgeted at $50,000 per year. The AAA Company uses absorption costing and absorption rate is $5 per unit. During Year 1 it knows that sales demand is 8,000 units. Due to volume of low sales management concerned and decided to increase production volume to 15,000 in Year 1. Fixed costs are still expected to be $50,000.

Required:

Calculate the profits at an actual level of sales volume of 8,000 using both methods:

a) Marginal costing;
b) Absorption costing.

and explain difference between them.

1. Marginal costing

Table 2. Calculating profit under Marginal costing method.

	Year 1	
	$	**$**
Sales (8,000*10)		80,000
Variable cost of sales		
Opening Inventory	-	
Variable production costs (15,000*4)	60,000	
Closing inventory (7000*4)	(28,000)	
Variable cost of sales		(32,000)
Contribution		48,000
Fixed costs		(50,000)

Profit		**(2,000)**

Source: Author's calculations

2. Absorption costing

Table 3. Calculating profit under Absorption costing method.

	Year 1	
	$	**$**
Sales (8,000*10)		80,000
Variable cost of sales		
Opening Inventory	-	
Full production costs (15,000*(4+5))	135,000	
Closing inventory (7000*(4+5))	(63,000)	
Production cost of sales	72,000	
Over absorbed overhead (5000*5)	(25,000)	
Cost of Sales		(47,000)
Profit		**33,000**

Source: Author's calculations

As calculated difference in profits is $35,000 due to increase in closing inventory level (7,000*$5 fixed production overhead per unit). Under absorption costing, expected profit will be higher than marginal costing due to inventory level increases from the beginning to the end of the period. Under Marginal costing Contribution shows $6 (48,000/8000) per unit which also fails to cover fixed costs by $2,000.

Activity based costing (ABC)

Activity based costing is an alternative method to traditional absorption costing. ABC identify the factors which cause or drive cost of organization major activity. Identified factors are called cost drivers. Overheads are apportioned to cost pool. From cost pool, overheads are absorbed into the product cost on the basis of their activity. The absorption rate is different for each kind of activity. For activity costs which relate to volume of production the cost drivers will be basis on volume of production such as machine or labor hours. For other costs which are not related to volume of production a different cost driver will be selected, such as number of orders receives.

An ABC system operates with 5 steps:

1. Identifying major activities of organization main activities;
2. Costs allocation and apportionment method are used to charge overheads to each activity;
3. Identifying the factors that affect the costs of activity which are cost drivers. The cost drivers are that have most influence on cost of activity;
4. For each activity calculate absorption rate;
5. Charge overheads to cost of products on the basis of their activity. Overhead costs are charged by absorbing into cost of products at a rate per units of cost drivers.

Table 4. Cost driver examples

Cost Pool	Possible cost drivers
Ordering costs: handling customer orders	Number of orders
Materials handling costs	Number of production runs
Machine set-up costs	Number of machine set-ups
Machine operating costs	Number of machine hours
Production scheduling costs	Number of production runs
Despatching costs	Number of orders despatched

Source: BPP Learning Media "Performance Management 2018"

Target costing

Target costing is the type of a cost which company sets a target cost for its product. It identifies target selling price and targeted profit margin. So, target cost is equal targeted sales price minus required profit margin. (ACCA Performance Management", BPP, 2018).

Formula: *Target cost = Targeted sales price – Targeted profit*

As we know in competitive markets selling price should be always competitive. For selling products at competitive price company make a required profit margin. The cost of production is needed to keep at that level which it will provide required profit at selling price. Achieving targeted cost usually requires removal some unnecessary costs and redesigning of product. Therefore, target cost help management to examine production costs carefully.

When production first time planned its estimated costs probably will be higher than target cost. Target costing involves to find out ways to close this gap and produce and sell the product under target cost.

A Target costing system can be operated by 7 steps:

1. Determining product specifications which level of sales is estimated;
2. Target selling price is decided at which company will successfully sell the product and achieve some market share;
3. Required profit is estimated, based on return on investment or required profit margin;
4. Calculate: Target cost = Targeted selling price – Targeted profit;
5. Based on initial design and current cost prepare estimated cost for product;
6. Calculate: Targeted cost gap = Estimated cost - Targeted cost;
7. Make some decisions to close targeted cost gap. It will be more successful when changes made in design stage of product rather than after production stage has started. Because it is easier and also cheaper to make decisions for reducing costs.

Example: A company produce computer games. It is in the process of produce new game. It has been some research about customers' view and based on results of research target selling price is $60 established. This is price which company believe that it should sell the game to achieve the required profit. Estimated costs are as follows:

Manufacturing costs:

Direct materials	$3.21
Direct labor	$24.03
Direct machinery costs	$1.12
Ordering and receiving	$0.23
Quality assurance	$4.60

Non-manufacturing cost:

Marketing	$8.15
Distribution	$3.25
Total	**$44.59**

Target profit margin is 30% for the game of target selling price.

Required: Calculate the target cost and target cost gap for the new game.

Answer:

Target selling price	$60
Target profit margin (60*30%)	$18
Target cost (60 - 18)	$42
Estimated costs	$44.59
Target cost gap (44.59 - 42)	$2.59

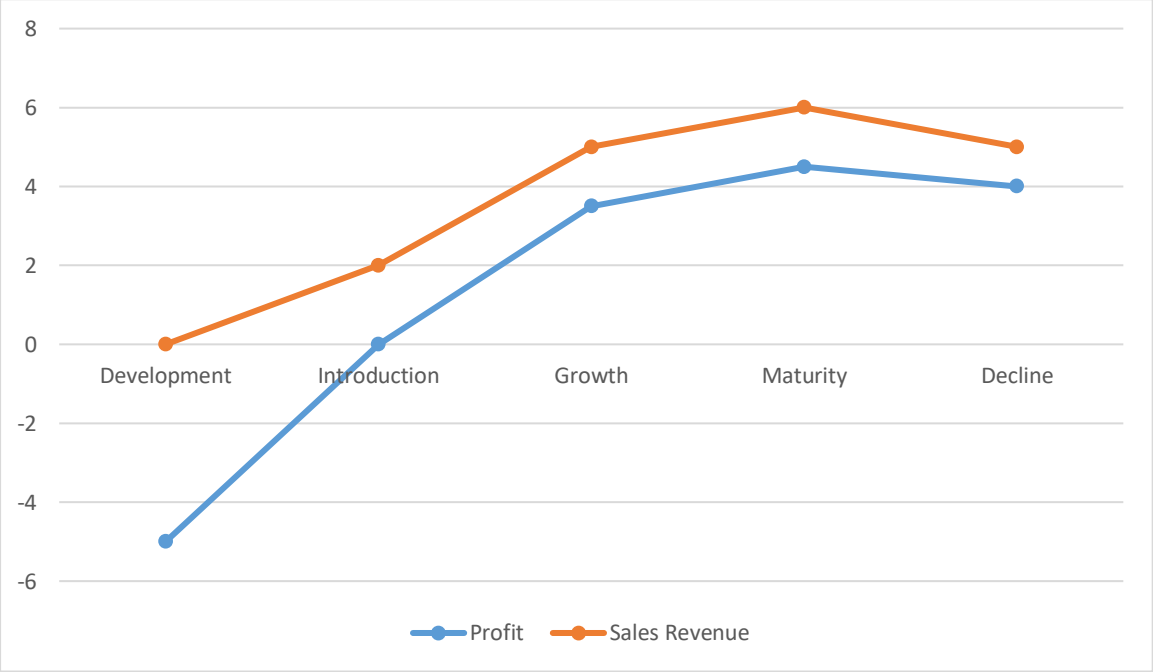
Estimated cost exceeds the target cost by the amount of $2.59 which is target cost gap. Management need to find out some ways to reduce costs from the current amount to the target cost.

Life cycle costing

Life cycle costing is the type of cost which estimates the all costs and revenues of product its whole life cycle from concept and design to withdrawal from the market.

A life cycle costing diagram can be illustrated as follows:

Graph 1: Life cycle costing diagram



Source: Author's calculations

A product life cycle can be shown in 5 stages:

Development is the stage that product is in design and development. Although costs are incurred but product is not on sale yet also there is no sales revenue.

Introduction is the stage that product has been included in the market. Customers may unaware of product and company should spend some money on advertising or marketing to get attention of customers in the market. Also, if sales demand increases, capital expenditure costs can be incurred.

Growth. Product gets some market shares and demand increases. Revenue increases from sales and company make a profit.

Maturity. After growth stage when sales have got the peak the demand for product will slow down and product will enter the period of maturity. This is the most profitable stage of product's life. Company may modify the product for sustaining its demand and making this stage as long as possible.

Decline. After maturity the market will reach saturation point which the customers have bought enough product. Demand starts to get down and product will start to make a loss. It's already time to stop producing and selling the product. (ACCA Performance Management, BPP, 2018).

Life cycle costing helps the management to estimate profitability of any product or service over the whole life and decide to develop or continue to producing. It also encourages long-term decisions and planning, and may show much more useful information than historical cost.

Results and Suggests

In conclusion, most manufacturing companies uses only accounting policy for tax purposes in Azerbaijan. They don't have any accounting software for recording real numbers, they only use excel sheet or document to record their expenses. Also, most of them are not interested in to bring international experience on cost accounting to the accounting system which we analyzed above. But in reality, cost accounting must be kept carefully and attentionally in order to evaluate real cost of production in manufacturing companies. Small companies may use document forms as their cost is not changeable almost constant from period to period. But large companies must adopt International cost accounting methods to the production. Thus, they will be able to see costs behavior, real variable and fixed costs, indirect or overheads costs and how to allocate absorb them into production to get real cost of production.

References:

1. "Cost Accounting" by R. Lalitha, V. Rajasekaran November 2010;
2. Sadigov T., Rzayev I. (2014) "Accounting and Auditing", Textbook. Baku, p.158;
3. The Tax Code of the Republic of Azerbaijan approved by the Law No.905-IG of the Azerbaijan Republic from (1 September, 2016, № 199) "Azerbaijan" newspaper, "VneshExpertService" LLC, Baku;
4. Rzayev Z. (2007) "Tax Management", Textbook, Baku, p.16;
5. Musaev A., Sadigov M. (2005) «Negotiations & Trainings» taxation in Azerbaijan", Flight, Baku, p.84;
6. "Cost Accounting Fundamentals": Sixth Edition, Steven Bragg;
7. "Cost Accounting: A Decision-Making" Guide Second Edition, Steven Bragg;
8. "Cost Management Guidebook: Third Edition", Steven Bragg;
9. "ACCA Management Accounting", BPP 2018;
10. "ACCA Performance Management", BPP 2018.

The Measuring Tax Responsiveness Of Employees In Azerbaijan: Empirical Analyses

İlkin Süleymanli

İlkinsuleymanli11@gmail.com

Abstract

Tax ethics is a study that emphasizes the sociological aspect of the fiscal discipline which brings different perspectives to the analyzes made previously only in economic terms. Tax morality is defined as the intrinsic motivation element that occurs voluntarily voluntarily without being subjected to any coercion or pressure. Tax is a fiscal policy tool that the government wants to increase because of the income it needs to provide public services on the one hand, and on the other hand it creates a reduction in the income of individuals. From this point of view, while the state wants to increase its revenues in order to ensure continuity in revenues and to prevent interruption in public services, individuals continue their research on ways to pay less tax. The most important motivation for individuals to voluntarily pay their taxes is undoubtedly the tax morality. In the light of the understanding of the relevance and necessity of conducting a dissertation research, it is first of all necessary to dwell on the role of taxes that they began to play in the economic life of our country. Currently, tax relations are becoming one of the most important social relations in the economic life of society, the presence of which gives rise to a whole range of problems requiring legal regulation.

Keywords: Tax Ethics, Tax Compliance, Tax Evasion

Introduction

The increasing role of taxes in financing the activities of the state inevitably raises the question of the need to develop such mechanisms that ensure the timeliness and completeness of their payment from each taxpayer from whom the state wants to levy taxes.In law, one of the mechanisms that ensures the fulfillment by one subject of the will of another subject is the institution of legal responsibility. Legal responsibility as a legal institution has been examined from various points of view by specialists in both civil and administrative, criminal, labor law, and in general, sufficient knowledge of this issue should be recognized.

In the light of the understanding of the relevance and necessity of conducting a dissertation research, it is first of all necessary to dwell on the role of taxes that they began to play in the economic life of our country. Currently, tax relations are becoming one of the most important social relations in the economic life of society, the presence of which gives rise to a whole range of problems requiring legal regulation.

The increasing role of taxes in financing the activities of the state inevitably raises the question of the need to develop such mechanisms that ensure the timeliness and completeness of their payment from each taxpayer from whom the state wants to levy taxes. In law, one of the mechanisms that ensures the fulfillment by one subject of the will of another subject is the institution of legal responsibility. Legal responsibility as a legal institution has been examined from various points of view by specialists in both civil and administrative, criminal, labor law, and in general, sufficient knowledge of this issue should be recognized.

At the same time, it is necessary to pay attention to the fact that the formation of tax law as a sub-branch of financial law gave a certain impetus to the consideration of the issue of liability for tax offenses in the context of determining what place the rules on liability for tax offenses occupy in the

general system of legal liability, which they have specificity and what should be the method of legal regulation of the institution of liability for tax offenses. In addition, some researchers generally raise the question of the appropriateness of distinguishing this institution.

The appearance of such studies suggests that the general interest in the issue of the further development of tax legal relations caused by changes in the country's economy has also caused a corresponding interest in the problem of legal regulation of liability for tax offenses, the place of this institution in the system of legal responsibility.At the same time, it should be pointed out that the majority of studies on this issue are limited only to determining the place of this institution in the system of legal responsibility and identifying the legal nature of the institution of liability for tax offenses, that is, the subject of most studies is the description of some statics, which is due to the adoption of two codified acts : Tax Code of the Azerbaijan Republic and Code of Administrative Offenses of the Azerbaijan Republic.

Method

The methodological basis of the study is the general scientific and particular scientific research methods: historical and comparative legal methods, as well as methods of systemic and logical analysis.

Analsys

A tax is a mandatory, individually gratuitous payment compulsorily collected by government bodies of various levels from organizations and individuals in order to financially support the activities of the state and (or) municipalities. Taxes should be distinguished from fees (duties), the collection of which is not free of charge, but is a condition for certain actions regarding their payers. Tax collection is governed by tax law.

The set of established taxes, as well as the principles, forms and methods of their establishment, amendment, cancellation, collection and control form the state tax system. In the Azerbaijan Republic, three types of taxes are distinguished: federal, regional and local. The list of taxes of each type is established by the Tax Code of the Azerbaijan Republic. State authorities are not entitled to introduce additional taxes, mandatory deductions not provided for by the legislation of the Azerbaijan Republic, as well as to increase the rates of established taxes and tax payments.(Asa Hansson 2014).

Before levying this or that tax, the state in the person of legislative or representative authorities in legislative acts must determine the elements of the tax. Elements of tax are the principles of building and organizing taxes. The elements of tax include: (Break, G. F. 2014: p535).

Taxes are divided into direct, that is, those taxes that are levied on economic agents for income from factors of production and indirect, that is, taxes on goods and services consisting of the price of consumer goods itself. Direct taxes can be called such as personal income tax, income tax and similar taxes. Indirect taxes include value added tax, excise taxes and other taxes. (Auerbach, A. and Joel Slemrod, 2017: p. 590).

State regulation of economic processes should be based on the relations between the state and the economy. The history of the development of modern states from the beginning of the XX century. indicates a strengthening role of the state in the regulation of the economy. It is associated with global

problems that have arisen in the economy, which include inflation, unemployment, falling production volumes, etc. A vivid example of this is the policy of the United States and several European countries during the economic crisis that erupted in the 1930s.The economy is a complex system consisting of a large number of business entities of various forms of ownership, interconnected with each other regarding the production and sale of goods, works, services. In addition, enterprises enter into relationships with the state. These relations can be either production (fulfillment of state orders) or financial nature (targeted financing from the budget of individual industries, fulfillment of tax obligations to the state). (Aarbu, Karl and Thor Thoresen, 2011, p.322).

One of the areas of activity of the state as a political superstructure of society is economic policy. Through economic policy, the state determines the direction of development of the economy as a whole and has an impact on individual processes and trends in it. The implementation of economic policy is carried out in the following areas:

1) the construction of industrial relations; organization and regulation of the structure of the economy;

2) organization and regulation of the financial (monetary and fiscal) system of the country. (Chatterjee, A., Robinson, J. 2013).

Economic policy is a system of goals and measures that provide a solution to the problems facing society in a tactical and strategic plan for economic development. It is being developed on the basis of knowledge of economic patterns and trends in the public interest. From how much economic policy is scientifically sound, i.e. as far as it corresponds to the regular development of the economy, social reproduction depends. The economic development of society contributes to the development and improvement of political, legal, spiritual and moral relations and economic policy, which are structural units of superstructure relations.

A source of covering state expenditures incurred in the course of its activities. Based on the fact that taxes as a state's income are related to its expenditures, and the latter are constantly changing depending on political, economic, social, environmental and other situations inside the country and abroad, tax relations should be subject to government regulation. Since tax relations are subject to taxation of business entities with specific types of taxes, the cumulative amount of which affects their financial results, it can be said that the state has a direct impact on the economy of taxpayer enterprises, while regulating their financial opportunities by increasing tax rates. (Bekele Gebisa, 2009).

In the process of taxation, the state affects the economy of enterprises, imposing tax liabilities on them. The latter consist of a mandatory contribution to the state budget of a part of the payer's income (profit). At the same time, applying a certain taxation mechanism, the state regulates not only the provision of tax revenues to the budget, but also regulates the economy of enterprises. Maneuvering tax rates, benefits and fines, changing taxation conditions, introducing some and abolishing other taxes, the state creates conditions for accelerated development certain industries and industries, contributes to the solution of problems relevant to society. At present, one of the main tasks in the economy of Azerbaijan is raising agriculture and providing food security. In this regard, in the Republic of Azerbaijan all types of activities directly related to agriculture and agricultural production are exempt from income tax.

With the help of taxes, the state redistributes part of the profits of enterprises and entrepreneurs, citizens' incomes, directing it to the development of industrial and social infrastructure, investments

and capital-intensive and capital-intensive industries with long payback periods: railways and motorways, extractive industries, power plants, etc. These events carried out by the state through taxes are purely social in nature. This is achieved through the establishment of progressive tax rates, the allocation of a significant part of the budget to socially needed people, full or partial exemption from taxes of citizens who need social protection. (Auten, Gerald, and Robert Carroll, 2010: p.686).

The specified distinctions of tax effects on economic policy are conditional, since they are all intertwined and implemented simultaneously. Stability and mobility are inherent in taxes at the same time. The stability of the tax system does not mean that the composition of taxes, rates, benefits, sanctions can be established once and for all. Any tax system reflects the nature of the social system, the state of the country's economy, the stability of the socio-political situation, the degree of public confidence in government - and all this at the time of its entry into force. As the above and other conditions change, the tax system ceases to meet the requirements for it, it conflicts with objective conditions for the development of the national economy. In this regard, the tax system as a whole or its individual elements (rates, benefits, etc.) are made the necessary changes. The combination of stability and dynamism, mobility of the tax system is achieved by the fact that during the year no changes (with the exception of eliminating obvious errors) are made; the composition of the tax system (list of taxes and payments) should be stable for several years.

Being an integral part of financial policy, the formation and implementation of the state tax policy is one of the main conditions for the country's overall economic development. Therefore, the use of the experience of developed countries and the formation of a perfect tax policy are the main factors in the organization of tax policy. The tax policy should be improved to such a level that it can carry out its functions in normal conditions.(Calderwood, G., Webley, P. (2012: p.740).

An increase in the role of taxes in our country, turning them into the main way of extracting part of the income of individuals and legal entities in state and local budgets is evidence of the growth of the financial culture of society. Upon reaching a certain level of literacy of the population, taxes will be perceived by them with understanding, as a form of participation with their own funds in solving national problems, especially social ones. Naturally, if tax rates will reflect the balance of interests of citizens, entrepreneurs, enterprises and the state. Both world and domestic experience testify to the advantages of the tax system over any other form of withdrawal of part of the incomes of citizens and enterprises in the state budget. One of these benefits is the legal nature of taxes. Before tax everyone is equal. This does not mean that it is impossible to differentiate rates, on the contrary, it is possible and necessary, but differentiation is carried out by economic, social, regional categories of payers, but not by individual individuals or enterprises. The tax rate may depend on the category to which the payer belongs, on what social group a citizen belongs to or what size group an enterprise belongs to, but it does not depend and, in principle, cannot depend on who directly pays. A fixed rate and their relative stability contribute to the development of entrepreneurial activity, as they facilitate the forecasting of its results. Taxes organically fit into the system of economic relations that is being formed in our country, based on the operation of, above all, the law of value. At reasonable rates, taxes are a means of combining the interests of entrepreneurs, citizens and the state, society as a whole.

Conclusions

In terms of taxation culture, the issue of taxation should be emphasized and the development of state-

individual relations will have a positive effect on tax culture. Governments are trying to generate revenue through the policies implemented while determining the rights of taxpayers in a more predictable and fair way the impact of the economic and social variables of taxation on the taxpayer. Effective policies can be useful for a positive development for cultural formation.

Policies developed to reduce tax evasion are mainly aimed at understanding the behavioral aspect of the tax compliance decision. It does not matter whether the ongoing compulsory tax system is a simple tax compliance regulation policy or a new compulsory tax regime. If taxpayer behaviors to improve compliance are a function of a social and cultural norm, increasing these norms may be a policy option76. In our country, tax evasion has actually tended to become a cultural norm and settled into tax culture. This is a very negative indicator in terms of tax culture and the policies to be implemented in each period and the revenue generated as a result of the implementation shows a more inadequate outlook. Therefore, more effective policies should be made for the elimination of the informality that has settled in our country over time and consequently the evasion of tax evasion from the cultural phenomenon, and the awareness of taxpayers and the public are the first steps to be taken. Although the studies on restructuring of the Revenue Administration have been initiated in our country, there are practices aimed at reducing this, but they are not yet sufficient. Enrolling the informal economy will be the most positive factor for the tax system and tax culture of the country. For this purpose, tax audits can be made more effective and tax training and awareness raising can be provided to all potential paying groups.

The formation of tax culture is also important for a country in terms of indirect / direct taxes and tax burden. Although the practices aimed at increasing the tax burden in our country have provided relatively positive indicators, it is still far behind the OECD average. In addition to increasing these rates, it is remarkable that the studies to ensure the continuity of these ratios are carried out. Regulations on direct taxes, on the other hand, were aimed at further guaranteeing the current taxpayers who could not spread the tax to the base rather than being a simplified and simplified tax system. Although the regulations increase the tax revenues, this increase in the number of taxpayers is an indication of this. However, although indirect taxes are more priority in our tax system and tax revenues than direct taxes, the tax burden is higher on indirect taxes and away from tax justice. In today's conditions where capital is scarce, the tendency to taxation increasingly focuses on direct taxes and indirect taxes. Thus, the development of a comprehensive system on indirect taxes and the redefinition of basic consumer goods may in this sense reduce the tax burden and make it look fair. Rather than providing tax advantages to certain segments, taking measures to cover all taxpayers will reduce the responses to the tax and the tax compliance will increase if lower rates of taxation are performed. The fact that taxpayers whose income level is low is reduced further, especially due to indirect taxes, is a factor reducing tax awareness. Although a comprehensive regulation aimed at spreading the tax to the base and increasing the income is deemed necessary in this sense, it will tend to become even more obligatory in time.

If the government charges the taxation rules and the public service with a reasonable tax according to the preferences of the taxpayers, taxpayers can more easily adapt to the tax laws77. In this sense, it is important that the arrangements made should be realized in a more democratic process. The policies to be implemented will also support the formation of tax culture by developing both the tax payment

culture and the taxation culture. The Taxpayer Services Center, which was put into practice in 2008, can be considered as an important development in this regard. On the other hand, it would be more effective to make this service a necessity rather than waiting for the taxpayer to consult. For this purpose, training and awareness raising of sufficient personnel may increase the quality of service delivery. In addition, this can be done with the personnel to be assigned through tax offices and service can be provided to the public through trainings that increase tax awareness. By interacting with all tax institutions, efficiency can be ensured by increasing efforts in this direction.

Tax policies are one of the most important policy instruments to regulate a country's financial outlook. In this sense, it shows both the tax system and tax awareness of the country, and it is an important indicator for achieving fiscal discipline. The policies developed on taxes, which are the most important source of income of the state, also determine the tax payment culture. For this, it would be more meaningful to spread the tax to the base than to impose on the current taxpayers. For this reason, the tax system should be independent from political entities and in this sense, a system that will cover all taxpayers should be reorganized with an application within the scope of tax rule such as fiscal rule, the scope of exemption-exceptions should be narrowed and the scope should be expanded with rate reductions by giving up the burden of tax burden on certain segments. What is meant by the tax rule is to take measures to remove certain groups without providing political rent. In this context, the audit mechanism should be strengthened and the policies implemented should be audited.

References

1. Nadirov, O., Dehning, B., Aliyev, K., & Iskandarova, M. (2017). Who reacts to income tax rate changes? The relationship between income taxes and the motivation to work: The case of Azerbaijan.
2. Break, G. F. (2014). Income taxes and incentives to work: An empirical study. The American Economic Review, 47.5: 530-549.
3. Calderwood, G., Webley, P. (2012). Who responds to changes in taxation? The relationship between taxation and incentive to work. Journal of Economic Psychology, 13.4: 735-748.
4. Bekele Gebisa (2009). The Impact of personal income Tax On Employees' Motivation to Work: The case of Ethiopia. 354 pp
5. Chatterjee, A., Robinson, J. (2013). Effects of Personal Income Tax on Work Effort: A Sample Survey. Canadian Tax Journal, 17.3: 211-220.
6. Goode, R. (2019). The income tax and the supply of labor. Journal of Political Economy, 57.5: 428-437
7. Asa Hansson (2014). Taxpayers' Responsiveness to Tax Rate Changes and Implications for the Cost of Taxation in Sweden, -156 pp
8. Aarbu, Karl and Thor Thoresen, (2011), "Income Responses to Tax Changes – Evidence from the Norwegian Tax Reform," National Tax Journal, 54(2), 319-335.
9. Auerbach, A. and Joel Slemrod, (2017), "The Economic Effects of the Tax Reform Act of 1986," Journal of Economic Literature, 35(2), 589-632.
10. Auten, Gerald, and Robert Carroll, (2010), "The Effect of Income Taxes on Household Income," Review of Economics and Statistics, 81(4), 681-693.

The Impact of Oil Price Shocks on Government Budget: The Case of Azerbaijan

Fariz Alakbarov

farizalakbarov1996@gmail.com

Abstract

In the context of globalization, world oil prices have converted one of the most significant economic indicators that have a direct influence on the state of commodity and financial markets, as well as national budget systems. Under the effect of the expectations of business entities regarding the future dynamics of global oil prices, exchange rates, stock quotes, consumer and wholesale prices are formed. The estimates of the global oil market are taken into account in the improvement of state budgets and investment projects of the corporate sector. This study discovers the relationship between budget revenue, exchange rate and oil price in Azerbaijan, utilizing FMOLS (Fully Modified Ordinary Least Squares) and CCR (Canonical Co-integrating Regressions) co-integration methods to the data across from 1995 to 2019. The results from the different co-integration methods are reliable with each other and reveal the presence of a long-run relationship among the variables. Estimation results approve that there is a positive and statistically significant impact of oil price on the budget revenue in the long run for the Azerbaijani case which are in line with the expectations and with the theoretical findings discussed in theoretical framework section. The results show that a 1% growth in oil price in result 0.36% increase in budget revenue. The results of this dissertation are beneficial for the policymakers and promote the economic literature for further researches in the case of oil-rich countries.

Key words: Azerbaijan, Budget, Oil price, Exchange rate

Introduction

Following independence, the effective oil strategy is based on the dynamic growth of the Azerbaijani economy. Azerbaijan has significantly strengthened its position in the world oil supply over the past 25 years as a result of the exploration, development, production and export of rich oil fields with the attraction of immense foreign investments. Today, world oil prices are the most significant foreign aspect that determines the state of the Azerbaijani economy, state budget, gift balance, foreign exchange reserves, and the exchange rate of the national currency. The level of world oil prices has a direct influence on government revenues, trade balance, and the development of the non-oil sector (Babanova,2006).In this regard, the study of the key factors influencing the formation of world oil prices and their dynamics is of great scientific and practical importance and has become a necessary and urgent research task to determine the future conditions of the country's economy and, accordingly, the main directions of public policy.

The sharp decline in world oil prices being the main source of currency inflows into the country's economy, has created unfavorable, unfavorable conditions for economic development (Balabanov,2000). Most importantly, the contradictory nature of the factors contributing to this increases the uncertainty in the oil market and calls for a more systematic and more comprehensive analysis of the factors affecting the global oil market .(Iqbal, Ahmad, and Hussain ,2012). From this point of view, the theme of the research is devoted to the problem of actual research.

The main purpose of the dissertation is to analyze the current state of the system of factors influencing the formation of world market prices for oil and to identify perspectives in this direction.

The object and subject of the research. The object of the research is the world oil market and oil prices. The subject of the research is the study of the pricing features of the world oil market. The novelty of the research. In recent years, the reasons for the decline in oil prices have been thoroughly investigated and some results have been obtained regarding the future dynamics of oil prices.

Methods

For empirical analysis, the research uses yearly data over the period of 1995 to 2019 for the following variables: Budget Revenue (BR), exchange rate (EXC) and oil price (OP). All data set have been obtained from the State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan (SSC of Azerbaijan, 2020).Budget Revenue is the dependent variable. The Budget Revenue is measured by earnings output influenced by the oil price shocks. Oil price is the core independent variable, and measured by oil earnings to the budget of the Republic in a million manats. The exchange rate (EXC) is similarly used as a control variable, which may have an influence on the government budget (Hasanov & Huseynov, 2013). The EXC is analyzed in national currency per US dollar (Adenylyl, Oyinlola, Omisakin, and Egwaikhide, 2015).This variable was utilized in many previous researches, such as Habib and Kalamova (2007), Hasanov and Huseynov (2009), Hasanov and Samadova (2010), Mukhtarov (2018) who found that EXC has a important influence on key macroeconomic factors. All variables have been converted into the logarithmic form.

The connection between oil price, exchange rate and budget revenue is discovered utilizing the various co-integration methods in this research. In the empirical part, stationarity and unit root of variables will be verified, then the long-run co-integration relationship, and then the long-run relationship between oil price, exchange rate and budget revenue will be estimated. The Augmented Dickey-Fuller (ADF) test by Dickey and Fuller (1981) is used for unit root exercise, while for analyzing the co-integration relationship, the Park's Added Variables test are utilized (Phillips & Hansen, 1990). Next, two co-integration methods are used to examine the long -run relationship. First, Fully Modified Ordinary Least Squares Method (FMOLS) is used as a chief tool, then Canonical Co-integrating Regression (CCR) method are utilized for the robustness check (Engle & Granger, 1987).The above-mentioned methods are extensively used in vast studies. The detailed information about these methods has been stated in Dickey and Fuller (1981), Engle and Granger (1987), Phillips and Hansen (1990), Watson (1993), and others.

Analysis

First, unit root problems of the used variables are checked by employing ADF unit root test in my studies. Outcomes of the ADF test are displayed in Table 1. Table 1 shows that all the variables are non-stationary at their levels but they convert stationary at first difference (Dickey & Fuller, 1981). Therefore, they can be examined for the co-integration relationship.

Table 1: Results of ADF unit root tests

Variable	Panel A: Level		Panel B: 1st difference		Result
	k	Actual value	*k*	Actual value	

BR	0	0.707	0	-4.094***	I(1)
OP	0	-1.720	0	-5.077***	I(1)
EXC	1	-1.394	0	-2.698*	I(1)
Notes: Maximum lag order is set to two and optimal lag order (k) is selected based on Schwarz criterion in the ADF test; *, ** and *** accordingly indicates rejection of null hypothesis at 10%, 5% and 1% significance levels; critical values are taken from the table prepared by MacKinnonun (1996). Time period: 1995-2019.					

Source: The Number in the analysis has taken from State Statistical Committee(SSC) of the Republic of Azerbaijan, stat.gov.az (11.03.2020).This data source was used by the author in the process of modeling above

For co-integration relationship, co-integration tests are used and outcomes are given in Table 2. The Park's Added Variables co-integration test displays the co-integration relationship among the variables.

Table 2: Park Added Variables Co-integration Test Results

	Value	df	Probability
Chi-square	1.893	2	*0.388*
Note: Dependent variable – $\ln(BR)_t$			

Source: The Number in the analysis has taken from State Statistical Committee(SSC) of the Republic of Azerbaijan, stat.gov.az (11.03.2020).This data source was used by the author in the process of modeling above

Therefore, after approving the presence of co-integration among the variables, the long-run relationship can be predicted. For this purpose, FMOLS and CCR methods are used to investigate the long-run relationship among the variables. The estimation results are showed in Table 3.

Table 3: Long-run coefficients from the methods

Methods	OP	EXC	Intercept	Trend
	Coef. (t-Stat.)	Coef. (t-Stat.)	Coef. (t- Stat.)	Coef. (t- Stat.)
FMOLS	0.36** (2.203)	-1.39*** (-4.440)	4.24*** (9.906)	0.22*** (12.63)
CCR	0.58** (2.654)	-0.87** (-2.403)	3.78*** (6.669)	0.19*** (8.679)
Notes: The dependent variable is $\ln (BR)_t$; Coef and t-Stat. mean coefficient and t-Statistic; *, ** and *** indicate significance levels at 10% 5% and 1%. Estimation period covers 1995-2019.				

Source: The Number in the analysis has taken from State Statistical Committee(SSC) of the Republic of Azerbaijan, stat.gov.az (11.03.2020).This data source was used by the author in the process of modeling above

In terms of meaning and magnitude, the long-run coefficients of the two methods are statistically important and near to each other. As was cited in the methodology section, urgency is given to the FMOLS method, the outcomes of which are displayed in the first row of Table 3. The study finds a positive and statistically significant effect of oil price on budget revenue at the 5 % level. The results indicate that a 1% growth in oil price in result 0.36% increase in budget revenue. It is also found that the effect of exchange rate on budget revenue is negative and statistically significant at the 1 % level. This shows that a 1% growth in real exchange rate (depreciation of national currency) reduces in budget revenue by 1.39 %.

Results

Thanks to high resource windfalls in the last years, Azerbaijan could accomplish high economic growth. However, the oil price drop of 2014 displayed that Azerbaijan's economy is both seriously dependent on energy exports and operates based on huge government expenditures driven by State Oil Fund possessions. This paper searches more light on Azerbaijan's exposure to oil variations. I analyze the impacts of oil price shocks on the Budget using Econometric models for the period 1995-2019.

The study examines the impact of oil price and exchange rate on budget revenue. First, unit root problems of variables are tested. The results concluded that they are stationary at first differenced form, hence variables can be tested for the long-run co-integration relationship. The Park's Added Variables co-integration test confirms co-integration relationship among oil price, exchange rate and budget revenue in Azerbaijan. The FMOLS and CCR techniques are used to evaluate the long-run relationship among these variables. Estimation results of FMOLS show that increase in oil price increases budget revenue in the long run by 0.36 %.Vice versa ,increase in exchange rate decreases budget revenue in the long run by 1.39 %. Finally, these econometric models approve the long term relationship and show the impact rate.

The main findings of the research are as follows: Firstly, there is an important linear relationship between oil price shocks and the government Budget of Azerbaijan. The decline in the oil-gas sector can be enlightened by a decrease of oil revenues due to the slackening oil prices in the world market. The consistent decline in GDP (Gross Domestic Product) growth in the non-oil economy can be explained by its structure, as it is driven by government expenses funded mainly from oil revenue. The severe reduction in oil revenues bounds the government's capacity to support the remaining economy. As well, oil price shocks affect significantly the exchange rate, leading to depreciation of the exchange rate in the country. Devaluation of the manat leads to more costly foreign goods.

After the analyses of the oil price impacts, the past and present economic situations demonstrate the acute situation in Azerbaijan with an urging need to initiate better policies and alterations by the government with long-term perspectives. Oil dependency in Azerbaijan should be studied in details to improve the non-oil sector and eliminating the division of the economy into two parts: oil and non-oil sector. Consequently, the Azerbaijani authorities ought to identify the importance of sticking to the policies of the Strategic Road Map in 2018 to resist the economic downturn in 2017. But the higher oil prices have perverted the speed of the reforms and created additional worries. High oil prices will not tempt the government to push for changes, but in a low oil price environment there could be stronger requirement for reforms.

The economic condition can be further developed if the liberalization in the governance structure could be enhanced and development of the promotion of SMEs (Small and medium-sized enterprises) by providing a chance for modification and lowering the focus given to government owned companies. Therefore, it is able to lead to a structural well-backed growth within the country.

References

1. Adenylyl, O., Oyinlola, A., Omisakin, O., & Egwaikhide, F.O. (2015). Financial development and economic growth in Nigeria: Evidence from threshold modelling. Economic Analysis and Policy, 47, 11-21.
2. Babanova K. (2006). Benchmarks of competitiveness of TNCs. Journal of Economist, 9, 15-28.
3. Balabanov I. T. (2000) Risk management. M.: Finance and statistics, 4, 54-62.
4. Dickey, D., & Fuller, W. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root. Econometrica, 49(4), 1057-1072.
5. Engle R. F., & Granger, C. W.J. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation and testing. Econometrica, 55(2), 251-276.
6. Hasanov, F., & Huseynov, F. (2013). Bank credits and non-oil economic growth: Evidence from Azerbaijan. International Review of Economics and Finance, 27(C), 597-610.
7. Iqbal, M. Z., Ahmad, N., & Hussain, Z. (2012). Impact of Savings and Credit on Economic Growth in Pakistan. Pakistan Journal of Social Sciences, 32(1), 39-48.
8. Phillips, P. C. B., & Hansen, B. E. (1990). Statistical inference in instrumental variables regression with I (1) processes. Review of Economics Studies, 57(1), 99-125.
9. State Statistical Committee (SSC) of the Republic of Azerbaijan, Retrieved from stat.gov.az (accessed on 11 Mart, 2020).

The Impact of Oil Price Volatility On The International Trade

Khayala Babayeva

khayala.babayeva96@gmail.com

Abstract

World oil prices are the most significant external factor determining the state of the Azerbaijan economy, the state budget and the country's balance of payments. The level of world oil prices directly affects government revenues, trade balance, development of the oil and gas sector and related sectors of the economy. In this connection, of great importance is the identification of the main influencing factors determining the formation of world oil prices, and the modeling of price dynamics, which allows forecasting world oil prices. Such forecasts are a necessary element in assessing the conditions for the future development of the Azerbaijan economy and the formation of a state policy corresponding to these conditions. In this regard, this work is devoted to determining the main factors in the formation of world oil prices, modeling and forecasting the dynamics of oil prices. The dynamics of oil prices is influenced by a number of factors that can be divided into external (general economic, political, meteorological) and technical (technology, positions of leading exchange players, analysis of volatility - price volatility). Since the course of political events, weather changes and other cataclysms is very difficult to predict, let us dwell on the influence of significant factors that can be analyzed and forecasted.

Keywords: International, Trade, Prices

Introduction

Trade is a type of economic activity related to the commission of a mutually beneficial exchange of goods between entities. The concept of trade also includes all services related to the purchase and sale transaction, namely, warranty service, after-sales service, delivery, storage and more. International trade is a more complex process of exchange of goods between states, large enterprises, corporations and regional groupings. Economics and trade have long been regarded as identical concepts. The cognition of business processes until recently was carried out through the analysis of trade relations. For entities engaged in commercial activities, trade was an indicator of demand, as well as the main parameters of economic relations between people. International trade relations are based on three principles: Organization of trade is related to the direct provision of the movement of goods and finances between the parties to the transaction. This area of relations is considered by many applied sciences, formed at the intersection of economic theory and social sciences. For example, international law, customs and others. The market principle is expressed in the fact that at the international level market relations also operate. Demand in international trade represents the volume of products that a consumer is willing to buy at a set price. The offer is expressed to all the volume of products that manufacturers are ready to supply at the current market price. The social principle of international trade is associated with its influence on the specialization of labor, as well as labor migration.

Method

The general scientific methodology of scientific research is the most general form of the organization of scientific knowledge (scientific and cognitive activity) in my thesis work, which contains the principles of building scientific knowledge, ensuring the correspondence of its structure and content to research tasks, including its methods, verification of the truth of the results and their interpretation an abstract-logical method used to construct a theory and including diverse techniques and operations. Another method which I used is the system approach to determine the place of the research subject of

the dissertation. For empirical analysis, I used secondary data and findings retrieved from the official documents of the Republic of Azerbaijan, oil documents signed by the President of the Republic of Azerbaijan, the various literary publications, articles, including the mass media data and speeches of the President of the Republic of Azerbaijan, works of the national and foreign economists and data obtained from the State Statistical Committee. After analysis quantitative points of the empirical research, I made clarifications by the qualitative method. In this point, I applied statistical-probabilistic method, which makes it possible to realize a quantitative approach to the study of scientific data in unity with qualitative analysis.

Analsys

Literature review

In this part of the study, literature review is given. When the literature is examined in general, it is seen that many studies have been conducted to examine the relationship between oil prices and current account deficit. Therefore, due to the existence of many studies in the literature, a limitation was put on the study and the studies published after 2006 were focused on in the literature review.

In his study, Zaouali (2017) examined the effect of a positive shock on oil prices on the Chinese economy with the help of the Computable General Equilibrium Model. He analyzed this model in two different scenarios of international oil prices, first $ 10 and second $ 25. As a result of his analysis, he found that the price increase had no significant effect on the current account balance.(Zaouali F., 2017).

Erdogan and Booth (2009) studies, the main determinants of the current account deficit in Turkey 1990: 01-2008: 10 period examined, using monthly data for the help of M-GARCH models. According to the conditional correlation obtained from the model, the authors stated that the highest correlation value belongs to the ratio of exports to imports and that oil prices are the second highest value. The authors claimed that the results obtained were consistent with the literature. In other words, the authors emphasized that foreign trade and oil prices had a primary effect on the current account balance.(Erdogan and Booth (2009).

Asset et al. (2018) studies, the relationship between crude oil prices with Turkey's current account deficit, using annual data covering the years 1984 to 2008 were investigated with Error Correction Model. As a result of their analysis, they found that the relationship between crude oil prices and current account deficit was positive and significant.(Asset A.,2018).

Özlale and Pekkurnaz (2010) studies, Turkey's economy in the current account of oil prices have studied the impact on the balance of the period September 1999 to September 2008 with the help of structural vector autoregression model using monthly data. According to the results of the analysis, the authors claimed that the reaction of the oil in a short term.(Özlale and Pekkurnaz., 2010).

Boatmen (2012) The relationship between the current account deficit expanded economic variables in the study using data from the 1987-2009 period in Turkey's economy has examined the vector autoregression method. As a result of his analysis, the author stated that inflation affects the current account balance positively; however, growth, openness, oil prices and real exchange rate increases caused the current account balance to deteriorate.(Boatmen F., 2012).

Dynamics of international trade

The most significant factors should be considered the state and pace of development of the world economy, especially the pace of change in GDP; factor of scientific and technological progress (new technologies, materials, means of communication, alternative energy sources, etc.); The state and forecast of reliable and potential oil reserves. It is worth remembering the availability of free oil production capacities in a number of countries, primarily in OPEC member countries. Important are institutional changes in the oil sector, as well as changes in oil legislation. Among the significant factors, it should be noted the level of stocks in bunkers and storage facilities, changes in exchange rates, etc.

Table 1. Average annual Brent crude oil price from 1990 to 2019 (in U.S. dollars per barrel)

	Average crude oil price in U.S. dollars per barrel
2019	64.18
2018	71.06
2017	54.25
2016	43.55
2015	52.35
2014	99.03
2013	108.56
2012	111.63
2011	111.27
2010	79.47
2009	61.51
2008	96.99
2007	72.52
2006	65.14
2005	54.38
2004	38.1
2003	28.83
2002	25.01
2001	24.45
2000	28.4
1999	17.9
1998	12.8
1997	19.1
1996	20.8
1995	17.2
1994	16
1993	17.1
1992	19.4
1991	20.1
1990	23.8

Source: https://www.statista.com/statistics/262860/uk-brent-crude-oil-price-changes-since-1976/

This statistic shows the Brent crude oil price from 1990 to 2019. In 2018, the average price of Brent crude oil was at 71.06 U.S. dollars per barrel. Brent is the world's leading price benchmark for Atlantic basin crude oils. The price of crude oil is closely observed as it influences costs across all stages of the production process and consequently alters the price of consumer goods as well. (Olomola, P., 2019:p.78).

The role of less significant factors in the globalization of the economy is changing markedly. If in the period up to 1998 the influence of political factors on oil supply was very significant (OPEC embargo policy, military conflicts in the Middle East), then the oil shock of a later period has a different nature. Here, changes in the exchange rate, interest rates on loans, and the wide participation of financial institutions in world oil trade become more noticeable. And the rate of change in strategic and commercial oil reserves in the United States has become a more significant factor, announced in the USA intentions to reduce or increase the size of reserves immediately receive a response on the exchanges, while the ratio of supply and demand requires detailed calculations.

The rise in prices is also affected by the high utilization of world oil refining capacities. In 70–90 years, when the degree of utilization of oil refining capacities was 70–80%, this factor was not taken into account. But since 2004, the utilization capacity of American refineries has exceeded 91%, Canadian - 97%, Mexican - 98%. The optimal load level for a market economy is considered to be 85-90%, and the load level of 95% (achieved in the USA in 2005) is already considered unacceptable, because virtually eliminates the possibility of maneuver when changing demand for oil products. Some experts, primarily OPEC experts, consider the achievement of the maximum value of oil refining capacity utilization as a fundamental factor in the rise in oil prices. In fact, the average degree of utilization of oil refining capacities in the world in 2006-2007. was at the level of 90%. This is a shortage of sulphurous oil refining capacities. (Sachs, J. D., & Warner, A. M., 2019: p.12).

Table 2. Average annual OPEC crude oil price from 1990 to 2019 (in U.S. dollars per barrel)

	Average price in U.S. dollars per barrel
2019	63.92
2018	69.78
2017	52.51
2016	40.76
2015	49.49
2014	96.29
2013	105.87
2012	109.45
2011	107.46
2010	77.38
2009	60.86
2008	94.1
2007	69.04
2006	61
2005	50.59
2004	36.05
2003	28.1
2002	24.36
2001	23.12
2000	27.6
1999	17.44
1998	12.28
1997	18.86
1996	20.29
1995	16.86
1994	15.53
1993	16.33
1992	18.44
1991	18.62

1990	22.26

Source: https://www.statista.com/statistics/262858/change-in-opec-crude-oil-prices-since-1960/ (01.01.2019)

This statistic depicts the average annual oil price for selected OPEC crude oils from 1990 to 2019. In 2018, the average annual oil price per barrel was 69.78 U.S. dollars. The abbreviation OPEC stands for Organization of the Petroleum Exporting Countries. The following countries are members of the organization: Algeria, Angola, Congo, Ecuador, Equatorial Guinea, Gabon, Iraq, Iran, Kuwait, Libya, Nigeria, Saudi Arabia, Venezuela, and the United Arab Emirates.

Dynamics of international trade

The structure of international trade is described in terms of geographical location and movement of goods flows. Moreover, the territorial distribution of trade between countries is associated with the movement of goods and services. It is also associated with the scale of trade. The main factor influencing the structure of international trade was the international division of labor and the impact of the development of science and technology in individual regions. The structure of international trade is determined by the share of countries or their regional groupings in international exports. The following groups are distinguished here: Western Europe accounts for about 25% of global exports. Developed Asian countries export 19% of the world's products. Developing Asian countries with an export volume of 16%.

Table. Most innovative companies in the world, by number of patent grants claimed in the U.S. in 2018

	Number of patent grants
International Business Machines Corp	9,100
Samsung Electronics Co Ltd	5,850
Canon Inc	3,056
Intel Corp	2,735
LG Electronics Inc	2,474
Taiwan Semiconductor Manufacturing Co (TSMC) Ltd	2,465
Microsoft Technology Licensing LLC	2,353
Qualcomm Inc	2,300
Apple Inc	2,160
Ford Global Technologies LLC	2,123

Source: Hamdi, H., & Sbia, R. (2013), p.110

This graph shows the most innovative companies in the world as measured by the number of patent grants that each company successfully applied for at the United States Patent and Trademark Office as of 2018. In 2018, IBM was considered the most innovative company in the world with a total of 9,100 patent grants.

The rest of the countries contribute to international trade, but not as significant as the above. The structure of international trade in goods depends on the competitive advantages of the state in the export of a certain type of product. The competitiveness of a country depends on the ratio of the internal cost of production to the price of its sale on the international market. The export price should be higher than the domestic price of products. The competitive advantages of the country's products depend on two factors. The first is represented by a set of natural causes, such as climatic conditions, sufficiency of resources, proximity of energy sources, territorial location, and more. The second group of factors is associated with the acquired benefits. This includes the development of scientific and technological progress, the level of economic development of the state, production capacities, social infrastructure

and more. Today, the advantages in international trade are given to those countries that form the bulk of the turnover in the manufacturing industry. This refers to vehicles, equipment, products of the chemical industry, textile industry, ferrous and non-ferrous metallurgy. International trade dynamics International trade is a dynamic process. It is constantly changing in structure, in industries related to the integration of countries into the world economy and the intensive growth of trade between states. International trade is currently experiencing a slowdown. (Sauter, R., & Awerbuch, S., 2013, p.85).

The reason for the growth halt was the financial crisis. He influenced all countries, especially developed ones, whose share in international trade is the largest. At the same time, an increase in the prices of energy resources, food and raw materials increased the indicators of world exports and imports. The low growth rate of international trade is associated with the influence of the following factors: Low GDP growth in developing countries. Lack of stable economic growth in developing economies. Geopolitical changes in the world. Falling gas and oil prices. Over the past five years, the dynamics of international trade has not changed much. Western Europe remains the leader in terms of exports. At the same time, it maintains a leading position in terms of imports. The influence of Asian countries in total trade is gradually increasing. The countries of the Middle East were able to increase the share of their participation from 4 to 7 percent. Also in international trade, concentration trends are observed. Germany, China and the United States are beginning to play an increasing role. According to the World Trade Organization, the share of these countries in total trade is constantly increasing. The main product is manufacturing products. The share of agricultural products increased slightly, but the share of industrial products is gradually decreasing.

The movement of goods and services between individual countries connects the national markets for goods and services in a single global (global) market system and, accordingly, strengthens the trade and economic interdependence of countries. This is the result of a continuous increase in the involvement of countries in a single system of international trade. The extent of international trade is indicated by the following data. (Smith, B, 2015: p.96).

Total exports of goods increased from $ 318 billion in 1970 to $ 2 trillion in 1990 and exceeded $ 18 trillion in 2012. Over the years, imports increased from $ 222 billion to more than $ 2.4 trillion. in 1990 and over $ 16 trillion in 2008. In 2009, there was a decrease to $ 15.8 trillion, but growth soon resumed, and in 2012, imports amounted to $ 17.4 trillion. national economies (as industrialization and especially post-industrialization) is directly involved in the global system of international trade. Based on the calculation of the share of exports and imports relative to the produced GDP, the country's involvement rate in international trade is derived.

The general trends in post-war international trade include the following:

• In the period after the Second World War, world trade volumes increased significantly. The benefits from new forms of trade, such as trade in services, are not much different from the benefits created by traditional trade in goods;

• the benefits of regional integration and global integration processes are significant when many protectionist customs barriers were removed in the trade of groups of countries as part of integration processes;

• The realization of the potential benefits of international trade has strengthened as a result of

international cooperation;

• WTO trade rounds were of outstanding importance in the liberalization of international trade.

One way to gauge the relative importance of international trade is to compare the value of trade flows with overall economic activity. In the second half of the XX century. and in the first decade of the XXI century. the growth of world trade was ahead of the growth of world production (Fig. 3.1). If in 1950 the aggregate export of goods from all countries amounted to only 8% of profit centers, in 2009, exports amounted to almost 20% of profit centers, having significantly decreased only during the global crisis. The maximum was reached in 2007. The graph in Fig. 3.1 reflects the continuous growth of world trade in the postwar decades. At the same time, its growth rates exceed the corresponding growth in world GDP up to 2008, then the graph illustrates the decline, new growth falls on 2010, and in 2012–2013. again a drop in growth rates. (Ebrahim, Z., Inderwildi, O. R., & King, D. A., 2014, p.52).

The increase in international trade is accompanied by an increase in production, which is explained, at least in part, by the opening of new markets and the benefits derived from the international trading system. The increase in world trade also reflects a decrease in transport costs, which contributes to trade; new production processes allow companies to produce and collect goods in various countries; Information technology facilitates communication between buyers and sellers. All this makes it possible for trading countries to find advantages due to differences in the amount of investments in resources and in the sectoral productivity of different countries.

The dynamics of international trade is the most sensitive barometer of the state of the world economy as a whole, the movement of capital, the system of international finance. The world market in many respects forms the conditions of the country's foreign trade, exerts a powerful influence on the reproduction process, contributes to long-term economic growth or, conversely, to the crisis recession and depression of the national economy. (Aliyev, K., & Suleymanov, E. 2015, p.96).

Conculusion

World oil prices are determined by the ratio of supply and demand oil in the world market at a particular point in time and, accordingly, those factors that shape this supply and demand. Oil demand determined primarily by the pace of global economic growth, as well as a number of other factors, which include structural characteristics of oil demand, energy and oil intensity of the economy, climatic (weather) conditions, level energy-efficient technologies and the relative competitiveness of other fuels.

Oil supply on the world market is determined by world demand, geological and technological factors, structural characteristics of world oil production and export, the policy of oil producing states, as well as a number of other factors, including random factors, such as military operations in the regions of oil production. World oil prices, formed under the influence of global demand and supply, have the opposite effect on both global demand and oil supply. Extremely high oil prices hold back demand and stimulate the substitution of oil for other fuels. At the same time, high prices stimulate an increase in oil production in regions with relatively high production costs.

As a result of this limitation of demand and expansion of supply, prerequisites are created for lowering world oil prices. At low oil prices, on the contrary, demand is stimulated and supply is reduced (as a result of curtailing production and investment in high-cost regions). As a result, prerequisites are

created for the subsequent increase in oil prices.

References

1. Zaouali F (2017). Determinants of growth and development of the Australian economy. Australian journal of Economics(14 (3), 58-71
2. Erdogan and Booth (2009) .The elusive curse of oil. Review of Economics and Statistics(91 (3), 178-196
3. Auty, R. M. (2010). Resource-Based Industrialization:Sowing the Oil in Eight Developing Countries. New York: Oxford University Press., 1-405
4. Asset A.. (2018). Economic impact of oil price shocks on the Turkish economy in the coming decades: A dynamic CGE analysis. Energy Policy, 39(3)., 456-489
5. Özlale and Pekkurnaz (2010). The price of oil and world inflation and recession. American Economic Review(72), 365-391
6. Boatmen F. (2012). Oil's Importance to the World's Economy. Retrieved from 101.com: www.101.com, 33-56
7. Sachs, J. D., & Warner, A. M. (2019). The curse of natural resources. European Economic Review, 245-264
8. Sauter, R., & Awerbuch, S. (2013). Oil price volatility and economic activity: a survey and literature review. IEA Research Paper, 145-162
9. Smith, B. (2015). The resource curse exorcised: evidence from a panel of countries. Journal of Development Economics(116). , 1-36
10. Ebrahim, Z., Inderwildi, O. R., & King, D. A. (2014). Macroeconomic impacts of oil price volatility: mitigation and resilience. Frontiers in Energy, 1-39
11. Aliyev, K., & Suleymanov, E. (2015). Macroeconomic Analysis and Graphical Interpretation of Azerbaijan Economy in 1991-2012. Expert Journal of Economics, 3(1) , 1-201
12. Hamdi, H., & Sbia, R. (2013). Dynamic relationships between oil revenues, government spending and economic growth in an oil-dependent economy. Economic Modelling, 35., 1102-1119
13. SOFAZ, 2018 https://oilfund.az/report-and-statistics/get-download-file/7_2018_tam_en.pdf
14. Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan official website – www.stat.gov.az
15. Central Bank of Azerbaijan official website - https://www.cbar.az/

The Impact Of Financial Development On Economic Growth In Azerbaijan

Mustafa Bunyamın

bunyaminmustafa1997@gmail.com

Abstract

The relationship between financial development and economic growth has remained an important issue of debate in economic literature. Even though many empirical studies provide strong evidence on there is a long run relationship between financial development and economic growth, the direction of causality between financial sector development and economic growth, in particular, has attracted a great deal of attention. According to supply leading hypothesis financial development leads to economic growth, however demand following hypothesis asserts that the direction of the relationship runs from economic growth to financial development. The direction of causality relation was different according to different econometric methods, variables and as examples of the different countries. The Finance system in Azerbaijan consists of government policy and arrangements for borrowing and lending and the transfer of assets. The system is composed of banks, insurance companies, other financial institutions, pension system, financial markets and payment systems. Financial policy of Azerbaijan is aimed at the implementation of the state program of economic development of the Republic. The development of the Azerbaijani financial system and the whole market infrastructure depends on the activities of commercial banks, insurance company and other financial institutions. The purpose of financial policy is to ensure the stable development of the state economy by using of financial relations and financial potential of the country.

Key Words: Finsncial, Economics, Growth

Introduction

Based on our literature review on financial development, it was deemed appropriate to use only monetary and credit indicators, which are quantitative measures, as indicators of financial development for the Azerbaijani economy. The main reason for not using financial development indicators such as financial prices and product variety stemmed from the insufficiency of capital markets in the country. In terms of quantity criteria, 10-year monetary indicators and indicators related to loans covering 2007-2018 period are used as data. Extensive information on these indicators will be given below. The prepared graphs are based on the data obtained from the Central Bank of the Republic of Azerbaijan.

In the financial development process, M1 / GDP and M2 / GDP indicators are used for monetary indicators. However, it will be meaningful to examine the general situation of the money supply in Azerbaijan before giving information about these variables. (Aslanov A.M 2018: s.45).

From 2007 to 2014, the share of M2 wide-defined money supply in GDP increased steadily, except for small decreases. This increase reached its highest level in 2014, approaching 30%.

The M2 / GDP ratio provides information on public use of the banking system. Therefore, it can be said that until 2014, the savings were transferred to the banking system. However, after the recent fluctuations in the economy and the devaluation, it weakened the financial position of the banks and caused many banks to close.

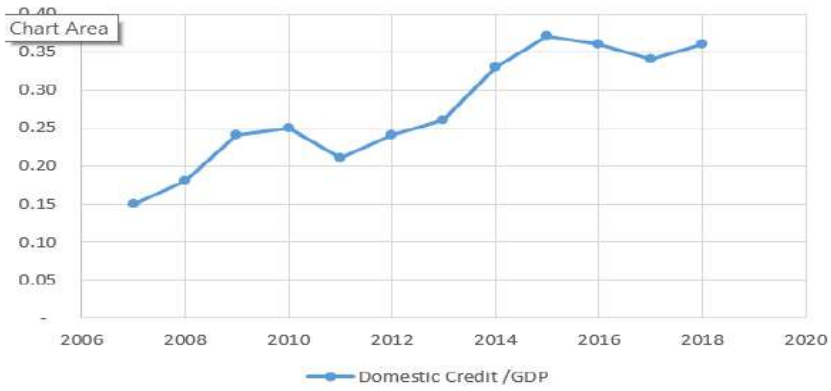
Graph 1. Financial Development Criteria (M2 / GDP), M1 / GDP

Source: www.cbar.az (01.01.2020)

The increase in the share of loans within the assets occurred in the light of the decrease in liquid assets and investments. The increase in loans mainly stemmed from the developments in big banks (15 banks operating in the sector) and the effect of small-scale banks on the increase in loans was 5.5%. In addition, the profitability of small banks was very low. The continuous upward trend in loans between 2007 and 2016 signals the risk of risk in the banking system. As a result of the preventive efforts carried out by the Central Bank of Azerbaijan to minimize the risk, the growth rate of the loan portfolio was slowed down. Thus, the rate of increase of the loan portfolio decreased from 32.7% in 2013 to 21.2% in 2014.(https://www.cbar.az).

After brief information about the Azerbaijani banking system, it will be useful to mention the credit indicators, which are the ratio of GNP / GDP and Credit / GDP ratio. One of the positive results expected from the financial liberalization process is the expansion of credit volume. Financial deepening is called the ratio of the funds created by the finance sector to the real sector. If this ratio is high, financial deepening will be high and economic growth rate will increase. It is also seen from Chart 3 that there has been a jump in the Credit portfolio in the country in recent years. (Popova R.G., 2018).

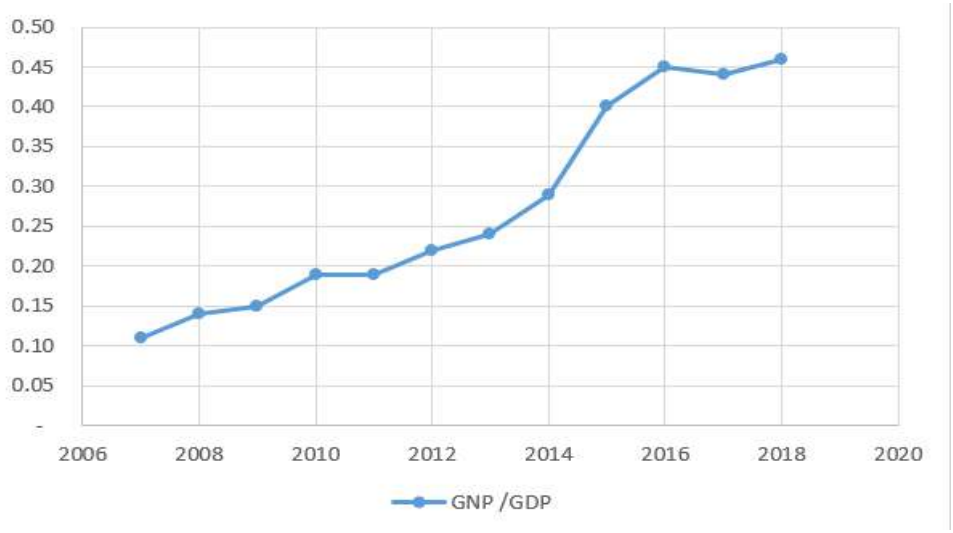
Graph 2. Financial Development Criteria (Domestic Credit / GDP)



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

Graph 2, which shows the GCP / GDP ratio, has been fluctuating except for a stable increase in recent years. The surge manifests itself especially after 2009. This indicates that the Azerbaijani banking sector was affected by the 2008 Global Financial Crisis and the demand for loans decreased. As of 2016, as a result of the decrease in credit volume, the GPL / GDP ratio decreased.

Graph 3. Financial Development Criteria (GNP / GDP)



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

M2 / M1 ratio will be used as an indicator of financial development in terms of structural criteria. This ratio is considered as an indicator showing the usage situation of the public financial institutions. The increase in this rate can be attributed to higher savings rates in an economy and the development of the role of financial intermediaries. On the other hand, the increase in the ratio shows an increase in the confidence in the banking system, which means that monetaryization in the economy accelerates.(Babin V. (2015: p.63).

Table 1. Azerbaijan: Growth rate of the real gross domestic product (GDP) from 2014 to 2024

	GDP growth compared to previous year
2024*	2.42%
2023*	2.35%
2022*	2.21%
2021*	2.15%
2020*	2.11%
2019*	2.7%
2018	0.97%
2017	0.15%
2016	-3.06%
2015	1.05%
2014	2.8%

Source: https://www.statista.com/statistics/457489/gross-domestic-product-gdp-growth-rate-in-azerbaijan/ (0101.2020)

In addition to maintain the flow of capital, which is a necessary condition for economic growth, to the investments, the quality of the investments is also important for growth. In order for the flow of capital to the required fields, it is necessary to have sufficient and full information about the investment project. Financial intermediaries that is a part of financial system are advantageous over savings and

investment owners by reducing costs in obtaining and processing information. Fund holders must bear a certain fixed cost to obtain the necessary information about the area they plan to invest. The intermediary institutions undertake the function of obtaining and processing the information, transfer it to the owners of the savings, and thus reduce this fixed cost that the investors bear. As a result, financial intermediaries reduce the cost of information and ensure efficient allocation of resources.(Beger F., 2017).

Table 2. Azerbaijan: Share in global gross domestic product (GDP) adjusted for Purchasing Power Parity (PPP) from 2014 to 2024

	Share in global GDP adjusted for PPP
2024*	0.12%
2023*	0.13%
2022*	0.13%
2021*	0.13%
2020*	0.13%
2019*	0.13%
2018	0.13%
2017	0.14%
2016	0.14%
2015	0.15%
2014	0.15%

Source: https://www.statista.com/statistics/457503/azerbaijan-share-in-global-gdp-adjusted-for-ppp/ (01.01.2020)

Method

In this study, it is planned to build empirical analysis with using regressive models such as Toda-Yamamoto, Fully Modified Ordinary Least Squares and other co-integration models in order to find the relationship between financial development and economic growth. Independent variables are Domestic credits, Money Supply (M2)/GDP ratio and Foreign Direct Investment (FDI). Dependent variable would be GDP of Azerbaijan. All the data and relevant information were secondary.

Analysis

As at the end of 2019, 30 banks operate in Azerbaijan, two of which are state-owned (Azer-Turk Bank, International Bank of Azerbaijan) and 28 are private commercial banks.

Table 3. Financial Development Criteria

Year	M0		M1		M2		M3	
	Amount	Change	Amount	Change	Amount	Change	Amount	Change
2010	5,455.90	31%	6,838.46	31%	8,297.57	34%	10,527.60	24%
2011	7,158.40	31%	8,796.28	29%	10,997.43	33%	13,903.50	32%
2012	9,256.80	29%	11,122.31	26%	13,806.58	26%	16,775.50	21%
2013	10,458.70	13%	12,736.90	15%	16,434.80	19%	19,289.40	15%
2014	10,152.50	-3%	12,830.40	1%	17,435.80	6%	21,566.40	12%
2015	4,775.93	-53%	6,897.20	-46%	8,678.30	-50%	21,286.90	-1%

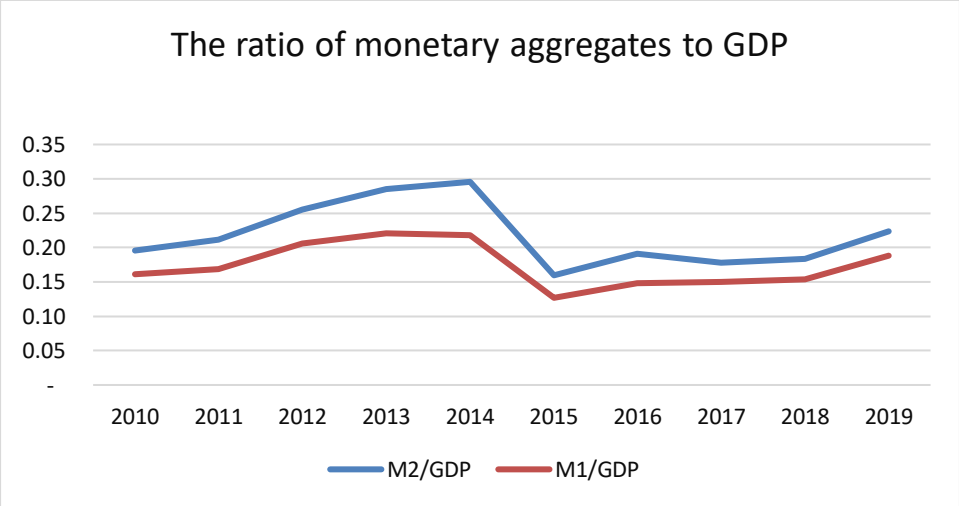
2016	6,376.90	34%	8,960.30	30%	11,546.30	33%	20,889.60	-2%
2017	7,490.30	17%	10,544.20	18%	12,466.40	8%	22,772.10	9%
2018	7,601.40	1%	12,274.60	16%	14,643.60	17%	24,060.40	6%
2019	9,501.10	25%	15,397.90	25%	18,238.60	25%	28,866.30	20%

Source: www.cbar.az (01.01.2020)

Azerbaijan's economy increased by 1.4% and the non-oil sector by 1.8% in 2018, after a challenging period, as a result of the positive impact of the economic reforms, the stabilization of oil prices and foreign exchange rates and the return on balance of payments to surplus. The inflation rate dropped by more than 10 percentage points to 2.3% in 2018.With a gradual increase in oil prices, the surplus in the current account balance in 2018 was $6.1 billion. The large financial accounts deficit observed in 2017 ($0.1 billion) jumped to $3.2 billion. The main reason for the improvement of the balance of payments, along with increased oil prices, was the increase in the surplus on tourism.

As a result, the country's foreign exchange reserves increased by $3 billion. As a result of the increase in transfers from the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan to the state budget in 2018, there were increases to the state budget revenues (36%) and expenditure (29.1%). Transfers from the State Oil Fund to the budget amounted to $3.6 billion in 2017 and $6.4 billion in 2018. The amount of assets of the State Oil Fund was close to $38.5 billion at the end of 2018. (https://www.cbar.az).

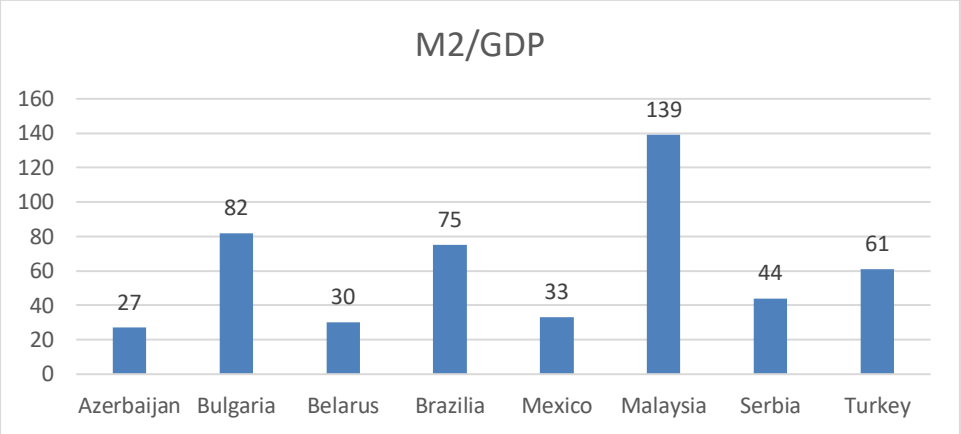
Graph 4. The ratio of monetary aggregates to GDP



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

During this period, the central bank CBAR increased the monetary base by 11.7% in 2018 to meet the monetary demand and maintain the monetization level. The official exchange rates at the end of 2018 were 1.7 AZN/US$ and 1.95 AZN/€. The reserves of CBAR exceeded $5.6 billion in 2018.

Graph 5. M 2- GDP



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

The process of abolishing banks' licenses ended in 2017 and the number of the banks operating in the Azerbaijan economy remains stable. In 2018, 30 banks operated in the market, of which two were state owned and 28 were private banks. The share of foreign capital in eight out of 15 foreign capital banks was over 50%. Two of these banks are local branches of foreign banks. (https://www.cbar.az).

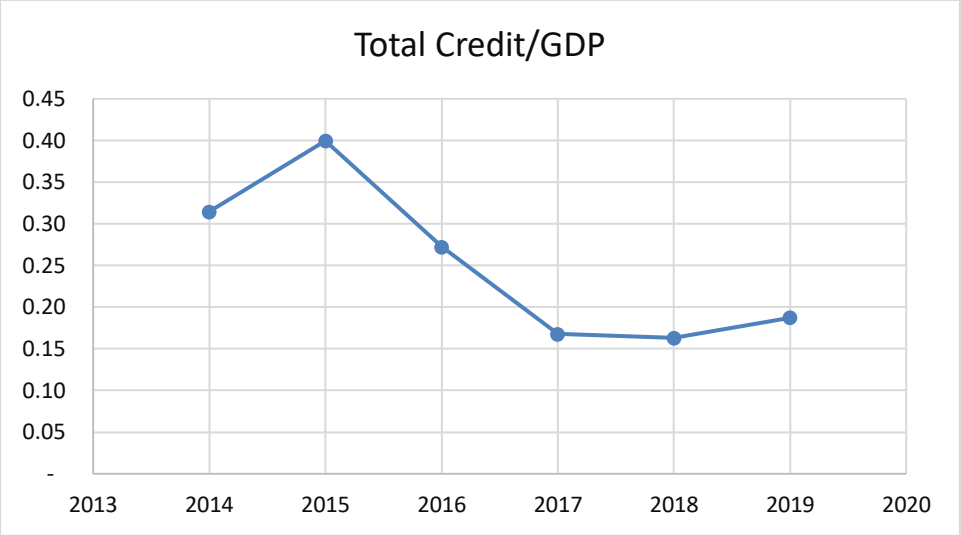
Table 6. Local branches of foreign banks

Criteria	2016	2017	2018	2019
Total banks	32	30	30	30
State banks	2	2	2	2
Private banks	30	28	28	28
Bank with foreign capital	15	15	15	14
Branches	569	509	508	509
Department	131	142	130	133
Total assets	31,349.00	27,921.00	29,502.00	32,723.00

Source: www.cbar.az (01.01.2020)

The financial sector in Azerbaijan is dominated by banks, with the nonbanking sector continuing to offer limited opportunities. The share of the banks and non-bank credit organizations in the total assets of the financial system constituted 88% and 9.7%, respectively, in 2018 while the percentage of the insurance companies in the total assets was 2.3%. The nonbanking financial sector, particularly the microfinance sector, is underdeveloped but is an essential source of finance for small and medium-sized enterprises (SMEs).(Popova R.G. 2018).

Graph 7. Total Credit- GDP

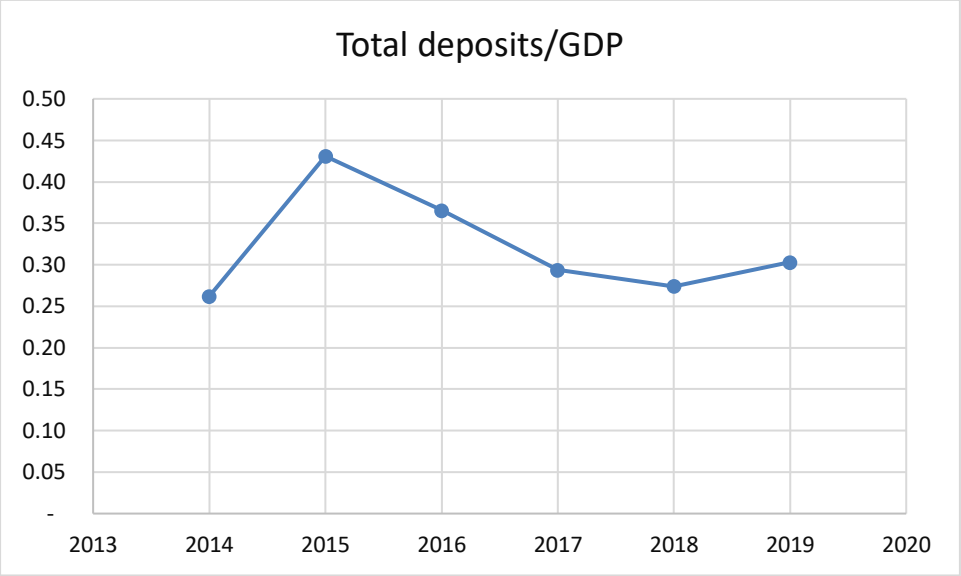


Source: www.cbar.az (01.01.2020)

At present, most banks offer short-term trade financing, long-term project financing, mortgage products, and other banking products. The overall lack of medium- to long-term capital is a constraint to financing private business in Azerbaijan. The credit supply is far too small to provide a suitable environment for the development of SMEs in the country. In fact, most SMEs have insufficient access to affordable credit lines given collateral requirements, loan terms, etc. Long-term trade and project financing are in their infancy.(Browder W.F. 2019).

The volume of bank assets increased by 5.6% amounting to €15.2 billion in 2018, the loan portfolio increased by 11% amounting to €6.7 billion, and the non-performing loan (NPL) ratio decreased from 13.8% to 12.2%. A decree accepted at state level in February 2019 is an important step towards reducing NPLs and removing the preponderance of debt burden generated by the devaluation carried out by government and banks. It is expected to reduce the volume of NPLs significantly. Banks continued to increase capital, with the total capital of the sector increasing by 9.8% in 2018 amounting to €2.1 billion. In 2018, about 6% decrease was observed in the banking sector's deposit base, but household savings and non-financial organizations' deposits down by 10.7% and 7.6% respectively. (https://www.cbar.az).

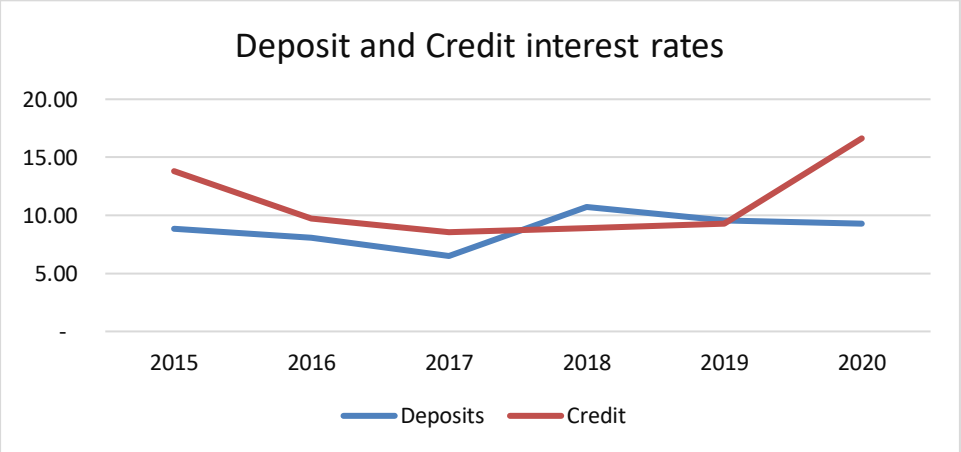
Graph 8. Total deposits- GDP



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

There have not been sharp fluctuations in the local interest rate in recent times. As a result, the level of dollarisation in deposit and savings has dropped. In 2018, the dollarisation level in deposits and household savings dropped by 7.1 percentage points and 4 percentage points, respectively.

Graph 9. Deposits and Credit interest rates



Source: www.cbar.az (01.01.2020)

Technological factors, which are considered an essential element of ensuring access to finance, are sufficiently underdeveloped in the country. According to the research findings, problems of a supply nature in the field of access to financial resources are more than the difficulties in demand quality. A number of these issues originate from an economic policy carried out by the government as well as the monetary credit and exchange rate policy implemented through the Central Bank. Although there has been a surplus across banks due to restrictions imposed over credit investments in the economy and the increase of risks, it is impossible to improve their financial, technical base and infrastructure at the expense of additional resources. The main reason is that this brings about an increase in expenditure and worsens the economic status of banks. It should be noted that overdue credits are overabundant

and there is a lack of policy to resolve this issue and conduct expert discussions. Although there were high expectations from both the CBAR and FMSA to find a solution to this problem, neither of them can carry out an adequate policy on settling the existing issue in the new period. Similarly, existing deficiencies and gaps in the current legislation are limiting in terms of finding a fair solution to this problem in courts. (Tsionas, E. G. 2018: p.86).

Conclusion

The main objective of this study is to measure the development level of the financial system by taking into account the current economic conditions of Azerbaijan and annual data for the period 2007-2016. The data were obtained from the databases of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan. M1 / GDP and M2 / GDP, Domestic Credits/ GDP, GNP / GDP ratios were used as indicators of the financial system. In addition, interest rate margin (spread) indicator, which determines financial development or financial efficiency, was utilized in our research.

The review of the Azerbaijani economy has shown an increase in M1 / GDP and M2 / GDP ratios up to the last two years as monetary indicators. However, one of the positive developments expected from the financial development process is the decrease in M1 / GDP ratio. It can be said that the increase in M2 / GDP ratio until 2014 gives information about the transfer of savings to the banking system. However, after the recent fluctuations in the economy and the devaluation, it weakened the financial position of the banks and caused many banks to close. This has affected the confidence in the banking system and thus the transfer of savings to banks as funds has decreased.

As a benchmark for loans, the GNP / GDP ratio has been fluctuating out of a steady increase in recent years. The surge manifests itself especially after 2009. This indicates that the Azerbaijani banking sector was affected by the 2008 Global Financial Crisis and the demand for loans decreased. As of 2016, as a result of the decrease in credit volume, the GNP / GDP ratio decreased. As a further indicator, the ratio of GNP / GDP also showed an upward trend in the decade. However, this rate is below the rate observed in countries with developed financial system.

Another indicator, the spread of interest rate margin, showed a high level of tendency, which protects the banks against any crisis that would result from the high level of financial stability in the national economy and the sound capital and profitability of the banks. However, the high level of this ratio shows that the banking system has a very weak degree of competition, the lack of efficient legal infrastructure and the possibility of corruption.

References

1. Aslanov A.M (2018). Financial and Banking Statistics. Baku, 1- 167
2. Azerbaijan Statistical Indicators, Azerbaijan State Statistical Committee, Baku, 2009-2018 https://www.stat.gov.az/
3. Babin V. (2015). Calculation methodology on the stock market using the example of RTS, journal. Securities market, Kg 17, M, 61-68.
4. Beger F. (2017). What you need to know about stock analysis, M., CJSC Inter Expert, ZAO Finstatinform M,.1-206
5. Bpagodatin A.A. (2018). Economic and statistical study of the market for government securities, Abstract ... cand. econ. sciences., M., 1-24

6. Browder W.F. (2019). Prospects for Attracting Portfolio Investments to the Azerbaijan Securities Market, Journal, Securities Market, No. 11, M.,.22-26
7. Central Bank of Azerbaijan Republic, Statistic bulletins https://www.cbar.az
8. Popova R.G. (2018). The development of the financial credit mechanism in the investment sphere, L,1-322
9. Tsionas, E. G. (2018). Financial development and economic growth: Evidence from panel unit root and cointegration tests', Journal of Development Economics, 73, 55-74.

Monetary and Fiscal Policy Coordination: the case of Azerbaijan

Ahmadova Emel

e.ahmedova1991@gmail.com,

Kasumov Ahliman Ibrahim

a.kasumov@unec.edu.az

Abstract

The article examines the coordination between monetary and fiscal policy on the case of Azerbaijan. Statistical indicators of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan and the State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan covering 1995-2018 were used to study the coordination. Based on these statistics, the country's macroeconomic environment matrix and policy response matrix have been established. Elements of the macroeconomic environment matrix show positive and negative changes in GDP growth and inflation. A positive change indicates above average GDP growth (8.44) and a threshold level of inflation (13 %), respectively, while a negative change indicates below average GDP growth and below the threshold level of inflation. The policy response matrix reflects the contraction and expansion between monetary and fiscal institutions. Contraction policy shows a decrease in GDP growth and inflation, while expansion policy shows an increase in both indicators. The policy response and macroeconomic environment matrix were used together to calculate the degree of coordination between monetary and fiscal policy. As a result of the calculation, the coordination rate was 0.17. According to the results, the coordination of monetary and fiscal policy in the Republic of Azerbaijan is weak and covers only 1995, 1996, 2004, 2013.

Keywords: monetary policy, fiscal policy, monetary and fiscal policy coordination.

Introduction

One of the main goals of macroeconomic policies is to ensure sustainable economic development. To achieve this goal, using policy tools it is possible to minimize fluctuations in unemployment, production and price levels.

Policy instruments are divided into two groups, monetary and fiscal. Monetary policy is used to regulate the exchange rate, money supply and interest rates in the country and is implemented by the country's central bank. Fiscal policy covers the revenue and expenditure policy of the state and is implemented by the fiscal institution. However, in many cases, the goals and policies of these two institutions contradict each other. Therefore, coordination of monetary and fiscal policies is needed.

Literature review

There are various theories and approaches in economics on the role of monetary and fiscal coordination in economic development, which also try to answer the question "how to achieve optimal monetary and fiscal coordination." However, there is no consensus among theorists in this area.

Historically, monetary and fiscal policies have been pursued spontaneously separately. When we look at the history of fiscal policy, we can see that it began with the theory of mercantilism. According to mercantilist scholars, the state should intervene in national economic processes if necessary. Mercantilists' theory of stimulating exports and restricting imports through taxes reflects the fiscal policy of the time (C.Bozkurt&P.K.Göğül, 2010).

The "principle of non-interference" formed the basis of the theory of physiocratism that emerged after

mercantilism. Thus, they opposed the state's intervention in the economy, and said that the production process worked in accordance with the rules of natural order. “Physiocrats considered agriculture as the only source of wealth”. Therefore, they emphasized that public expenditures should be directed to the operation and improvement of agriculture, and that the source of funding for these expenditures should be determined mainly by taxes on the sale of agricultural products. Physiocrats were generally opposed to raising taxes. It was recommended that public spending be reduced and that a single tax be sufficient, as raising taxes would have a negative impact on the economy (Samuels Warren J., 1962; Yves Charbit, 2002).

After the economic crisis of 1929-33, one of the most widely used theories in the world was Keynes's theory and related fiscal policy. Proponents of Keynes's theory argued that aggregate demand would not always be increased by monetary policy instruments. According to them, after a certain period of time, the increase in money supply will not affect interest rates and there will be permanent unemployment in the economy. In this case, aggregate demand will increase at the expense of government spending and government revenue (C.Bozkurt&P.K.Göğül, 2010:31; A.Özyılmaz, 2016:28-29).

Although neo-Keynesians considered the implementation of the importance of the monetary policy, they noted the fiscal policy is also more important. According to them, in the event of a crisis in the economy, in order to increase the money supply and reduce interest rates, the central bank should pursue monetary policy by purchasing government loans or other loans; In case of high inflation, the central bank should sell loans in order to reduce the money supply and increase interest rates (C.Bozkurt&P.K.Göğül, 2010:31; A.Özyılmaz, 2016:29).

Keynes's theory was not enough to prevent unemployment and high inflation as a result of the crisis of the 1970s, and Milton Friedman put forward new proposals to solve this problem. He said that in the short term, the growth of money will revive the economy by affecting production, but in the long term it will lead to nominal growth. However, Friedman noted that the nominal increase will affect the overall level of prices. According to Friedman, the cause of inflation or crises in the economy is the wrong monetary policy (C.Bozkurt&P.K.Göğül, 2010:31; B.Atach, 2002).

As can be seen, there are differences of opinion between monetarists and Keynesian economists on fiscal policy. According to Keynes, one of the most effective ways to intervene in the economy is to increase aggregate demand. To increase aggregate demand, it is necessary to keep taxes stable and increase government spending. According to monetarists, in this case, public spending should be financed through emissions. By raising interest rates, the state attracts the interest of private enterprises and thus obtains their free money through loans. This policy will be more effective in the long term. Therefore, favorable policy is monetary policy, and fiscal policy cannot be effective without monetary policy (C.Bozkurt&P.K.Göğül, 2010).

Despite these views, neither the fiscal policy of Keynes economists nor the monetary policy of monetarists was sufficient to achieve macroeconomic goals alone. Because the introduction of any of these policies alone has the opposite effect on the other. This situation necessitates the coordination of fiscal and monetary policies (M. Dahan, 1998; A.Özyılmaz, 2016:29). Thus, in the course of spontaneous monetary and fiscal policy, countries face international financial and economic crises. Violation of financial stability causes to rising interest rates in the country, rising inflation and

weakening of the economic situation (A.Özyılmaz, 2016).

One of the explanations for monetary and fiscal coordination is J.Hicks' analysis of the IS-LM model. In the model, the actions of the fiscal institution cause changes in the IS curve, and in the LM curve of monetary policy. And landslides on these curves lead to new equilibrium and economic consequences. For example, a loss of national income occurs when interest rates rise during fiscal expansion and investment costs decrease when a monetary institution increases the money supply (İlgün, 2010: 124-125; A.Özyılmaz, 2016:29; B.Ataç, 2002).

There is a lot of researches in history that have shown with game theory which policies can be more effective in situations and the importance of coordination. In Blinder's theory (1983), which is one of these studies, the situation of two policies that do not have coherence and do not put pressure on each other is analyzed by game theory. According to this theory, the way to know the consequences of such a situation is games in which there are two institutions and not a total of zero, and in particular, the balance of Nash. In this game, every politician must know the strategy of the other and the optimal reaction (A. Özyılmaz, 2016). Game theory can be over four different modes. In the first regime, monetary and fiscal policymakers can act at the same time, in the second regime, the monetary politician can make the first attack, in the third regime, the central bank can respond to fiscal policy decisions and the financial needs of the state, and in the fourth regime, both politicians can try to be leaders. In monetary and fiscal policy modes of game theory, policy players sometimes define their strategies as leaders and sometimes as followers, and therefore pursue their own policies (G.D.Bartolomeo&D.D.Gioacchino, 2004).

In a two-stage game, if both sides act as followers, then in the second stage of the game, Nash will be balanced by the decisions they make at the same time without knowing the behavior of the opponents. If one side acts as a leader, then the solution to the game will be for the leader to choose the most optimal policy for himself, taking into account the behavior of his opponent. If both institutions act as leaders, they are always fighting for the highest benefits. As a result of all these assumptions, the problem that still exists is what is the most appropriate solution for the interaction between monetary and fiscal policies. The situation that arises when these policies are not together will not satisfy either side as the Nash balance. Coordination in the form of leader and follower between these policies is seen as the most appropriate solution (G.D.Bartolomeo&D.D.Gioacchino, 2004).

The leadership game is seen as a more acceptable solution, as both policies have different implementation and decision-making times. Beetsma and Bovenberg (1998) argued that because fiscal policy was more flexible than monetary policy, the fiscal institution had a chance to attack first. The most appropriate solution is not the initial Nash equilibrium in which institutions act irrelevantly and alone, but the behaviors they perform in a coherent and cohesive manner. In game theory, the coordination between monetary and fiscal policies is presented as a model in which the leadership of one institution follows the leadership policy of another and different institutions work together for similar purposes (G.D.Bartolomeo&D.D.Gioacchino, 2004).

Monetary and fiscal coordination in the narrow sense is a set of measures to ensure price stability of countries' international economic policies. In a broad sense, it covers the measures necessary for countries to achieve common political goals (H. Choban& F. Deyneli, 2014; A. Özyılmaz, 2016).

Another important study that considered the need for coordination was in the New Classical Economy. Sargent and Wallace (1981) said that while monetary policy is important, fiscal policy decisions should be given priority in the implementation of this policy. According to them, this will have a greater impact on macroeconomic coordination (H. Choban& F. Deyneli, 2014:20; A. Özyılmaz, 2016:29-30).

According to Sargent and Wallace, there are two different forms of this coordination. When monetary policy directs fiscal policy, the fiscal institution will finance the budget deficit through seigniorage and loans sold to the public as determined by the monetary authority. In this case, the monetary institution will be able to fully control inflation. In a situation where fiscal policy is guided by monetary policy, the monetary institution will have to finance the difference between the fiscal institution's income demand and the loans sold to the population with seigniorage growth, and the monetary institution will have less power over inflation. If the fiscal institution fails to cover the budget deficit through loans, it will force the monetary institution to issue money and the inflation rate in the country will increase (Sargent&Wallece, 1981).

After Sargent and Wallace, one of the studies on coordination is the Fiscal Theory of Price Levels. This theory was put forward by Leeper (1991), Sims (1994) and Woodford (1994,1996, 2001) after the work of Sargent and Wallace. The theory argues that the independence of the Central Bank is not enough to eliminate the effects of fiscal policy, and that the Central Bank can achieve price stability by taking into account fiscal policy, that’s fiscal policy is necessary for price stability along with monetary policy (F.D. Özaktaş, 2008:162; A. Özyılmaz, 2016:30).

M. F. Arby, M. N. Hanif (2010) explored the coordination between monetary and fiscal policy in the case of Pakistan. The article uses data from International Financial Statistics, IMF (International Monetary Fund) for 1964-2009. As a result of the assessment, a degree of coordination of 0.27 was obtained, which indicates the existence of coordination between the two institutions for 12 years.

Methodology

Coordination of monetary and fiscal policy is considered effective if both institutions pursuing this policy can make joint decisions independently. If both bodies (the Central Bank and the Ministry of Finance in the Republic of Azerbaijan) are independent, the next step is to determine the degree of coordination between them, taking into account different economic situations. To define this relationship, consider the following simple methodology.

Table 1. Macroeconomic environment matrix

		Inflation	
		Positive	Negative
Growth	Positive	PP	PN
	Negative	NP	NN

In the methodology, "inflation" indicators were obtained from the Central Bank and "economic growth" indicators were obtained from the Ministry of Finance. Here, P and N indicate positive and negative shocks, respectively. Thus, four cases are possible in the macroeconomic environmental matrix (PP, PN, NP, NN). For example, PN shows positive shocks in economic growth and negative shocks in inflation; NN shows negative shocks in both economic growth and inflation (Table 1) (M.F. Arby&M. N. Hanif , 2010).

If there is a positive shock for both economic growth and inflation, both institutions should be contractionary (CC) to prevent inflation and achieve economic growth (Table 2).

Table 2. Policy response matrix

		Monetary policy	
		Contraction	Expansion
Fiscal policy	Contraction	CC	CE
	Expansion	EC	EE

Conversely, if there is a negative shock for both economic growth and inflation, both policies should be exponsionary (Table 2 shows a positive shock expansionary and a negative shock for a contractionary policy).

The extent of coordination (γ) is then defined as the following:

$$\gamma = \frac{\mu}{\tau}, \text{ which } \gamma \in [0; 1] \quad \text{and}$$

$$\mu = n(PP \cap CC) + n(PN \cap CE) + n(NP \cap EC) + n(NN \cap EE).$$

Here τ –is total number of years and μ –is the number of coordination years. If $\gamma = 1$, it means that there is a coordination between two policies, but if $\gamma = 0$, there isn't.

Emprical Evidence

In this section, calculations are made on the basis of statistical indicators of the State Statistics Committee of Azerbaijan and the Central Bank of the Republic of Azerbaijan (1995-2019) and the extent of coordination and the number of coordination years are determined.

The result of econometric estimates show that the threshold level of inflation for GDP growth is 13% for the Azerbaijani economy (Fakhri Hasanov, 2011; Espinoza et al. 2010; Christoffersen&Doyle, 1998).

Based on the given statistical indicators, the Macroeconomic environment matrix and Policy response matrix for the Republic of Azerbaijan were completed (Appendix -1-4).

Table 3. Macroeconomic environment matrix of Azerbaijan

		Inflation (deviation from threshold)	
		Positive	**Negative**
Growth (deviation from average)	**Positive**	2007, 2008	1998, 2000, 2001, 2002, 2003, **2004**, 2005, 2006, 2009
	Negative	**1995, 1996**	1997, 1999, 2010, 2011, 2012, **2013**, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018

Source: https://www.cbar.az/, https://www.stat.gov.az/ (2020)

Table 4. Policy response matrix of Azerbaijan

		Monetary policy	
		Contraction	**Expansion**
Fiscal policy	**Contraction**	1999, 2001, 2009, 2014	**2004**, 2007, 2008, 2010, 2011, 2015, 2016
	Expansion	**1995, 1996,** 1997, 1998, 2003, 2006, 2012, 2017, 2018	2000, 2002, 2005, **2013**

Source: https://www.cbar.az/, https://www.stat.gov.az/ (2020)

Based on the data in Tables 3 and 4, the values of μ and γ were calculated as follows ($\tau = 24$ years):

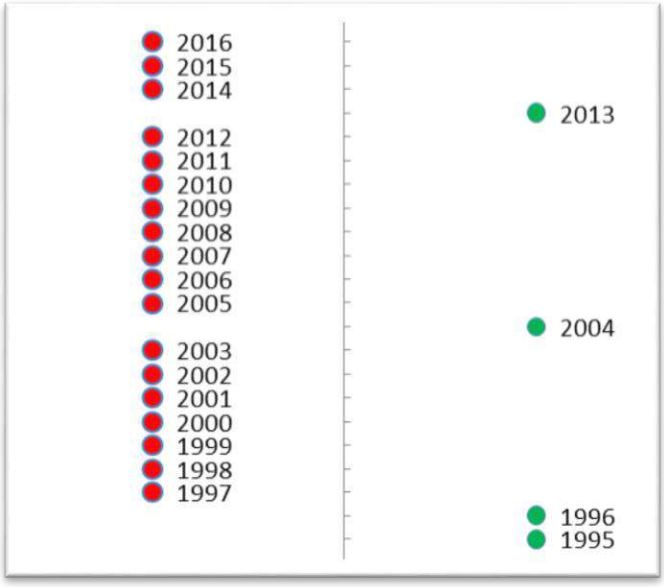
$$\mu = n(PP \cap CC) + n(PN \cap CE) + n(NP \cap EC) + n(NN \cap EE) = 0 + 1 + 2 + 1 = 4$$

$$\gamma = \frac{\mu}{\tau} = \frac{4}{24} = 0.17$$

Result

Calculations show that the coordination of monetary and fiscal policy in the Republic of Azerbaijan was only 4 years (Figure 1) and the degree of coordination is 0.17, which indicates that this relationship is weak.

Figure 1. Coordination of monetary and fiscal policy in Azerbaijan for 1995-2018



Source: https://www.cbar.az/, https://www.stat.gov.az/ (2020)

Conclusions

Monetary and fiscal coordination is one of the fundamental trends in economic governance in democracies. World experience shows that proper coordination helps to implement the decisions made.

Coordination can increase the impact of desirable monetary and fiscal policies on macroeconomic goals and reduce the inconsistencies that will arise with the measures taken by both policies.

The analysis of the Azerbaijani case for 1995-2018 shows that coordination between monetary and fiscal policies is weak. And only this coordination was observed for 4 years (1995, 1996, 2004, 2013).

References

1. A.Özyılmaz (2016), "Para ve Maliye politikaları arasındakı koordinasyonun makroekonomik değişkenler üzerindeki etkinliği", Balkan ve yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi 02(01), 28-34
2. B.Ataç (2002), "Maliye politikası Egitim sağlık ve Bilimsel Arasdırma Çalışmaları", Vakfi Yayınları, No:118.
3. Beetsma RMWJ, Bovenberg AL (1998) "Monetary union without fiscal coordination may discipline policymakers?", J Int Econ 45:239–258
4. Blinder, A.S. (1983). "Issues in the Coordination of Monetary and Fiscal Policy."Monetary Policy Issues in the 1980s, Kansas City: Federal Reserve Bank of Kansas City, 3-34
5. C.Bozkurt, P.K.Gögül (2010), "Para ve Maliye politikalarının koordinasiyonu", Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Cilt 02(02), 27-44.
6. Central Bank of the Republic of Azerbaijan (2020). https://www.cbar.az/
7. Christoffersen, P. and Doyle, P., (1998), "From Inflation to Growth. Eight Years of Transition", IMF Working Paper No. WP/98/100
8. Espinoza Raphael, Leon Hyginus and Prasad Ananthakrishnan (2010), "Estimating the Inflation-Growth Nexus-A Smooth Transition Model" IMF Working Paper, WP/10/76
9. F.D.Özaktaş (2008), "Fiyat düzeyinin belirlenmesinde yeni yaklaşımlar ve Türkiye deneyimi", Akademik İncelemeler Dergisi 3(1)

10. G.D.Bartolomeo and D.D.Gioacchino (2004), "Fiscal- Monetary Policy Coordination and Debt Management: A two Stage Dynamics Analysis", Working paper № :74, pp. 433-448.
11. H.Çoban ve F. Deyneli (2014), "Ekonomik koordinasyon ve Türkiyede ekonomi koordinasyon kurullarına bakış" Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dernegi, Cilt 1
12. Hasanov Fakhri (2011), "Relationship between inflation and economic growth in Azerbaijani economy: is there any threshold effect?" Asian Journal of Business and Management Sciences, Vol. 1, No. 1, pp. 1-11
13. Leeper, E. M. (1991). "Equilibria Under Active and Passive Monetary and Fiscal Policies", Journal of Monetary Economics, 27(1), 129-147.
14. M.Dahan (1998), "The Fiscal Effects of Monetary Policy", IMF Working Paper WP/98/66.
15. Muhammad Farooq Arby, Muhammad Nadeem Hanif (2010), "Monetary and Fiscal Policies Coordination: Pakistan's Experience", SBP Research Bulletin, Volume 6, No. 1, pp. 3-10
16. Samuels Warren J. (1962), "The Physiocratic theory of economic policy", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 76, No. 1, February, pp. 145-162.
17. State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan (2020). https://www.stat.gov.az/
18. T.J.Sargent and N.Wallace (1981), "Some Unpleasant Monetarist Arithmetic", Federal Reserve Bank of Minneapolis, Quarterly Review. Vol. 5, No 3.
19. Woodford, M. (2001), "Fiscal Requirements For Price Stability", NBER Working Paper, No. 8072, pp. 1-79.
20. Yves Charbit (2002), "The Political Failure of an Economic Theory: Physiocracy", Population, Vol. 57, No. 6, p 855 - 884

Statistical Analysis of the Relationship between Foreign Investments and Development of Industrial Sector of Azerbaijan Republic

Elşən Əhmədli

ehmedlielsen@gmail.com

Abstract

This instruction performed an evaluation of the inflow tendencies of Foreign Investment investigated between the Azerbaijan enterprise together with a discriminate according to studying the sample on flow or assessing the effect on increased flow concerning FI about the industry. Azerbaijan is a younger republic together with a increasing economy. Since independence, Azerbaijan has effectively improved each economic or trade relationships along its neighbors then other international locations regarding the world. The nearly important path on the modern system of organising a market economy is the attack in accordance with sustainable economic growth based totally on its innovative components. Therefore, the problem about developing a competitive pragmatical and innovative brawny about the country is one concerning the authorization issues among modern-day Azerbaijan. After a wide literature review, such is determined so foreign direct funding within Azerbaijan enterprise results between some minor expenses according to economic system such namely close out, poor engage spillover, profit repatriation or dual financial system effect. On the other hand, foreign direct investment in Azerbaijan industry has significant benefits for the economy, in particular in terms concerning great tendencies at macroeconomic indicators such as much speedy expand of GDP. Adding in imitation of economic growth, human capital contribution, competition level, technology switch then management then government practices are some other benefits of foreign direct investment of Azerbaijan industry sector.

Key Words: Foreign Investment, profit repatriation, developing economy

Introduction

All essential sectors such as oil, technology, food&beverage and so on need some sort of investment to improve or sustain their performance. So, what is investment? It includes capital flow to a specific area that is also beneficial for investor. It means that this flow also brings power and money to investor year by year. There is no any insurance that investors will gain a profit from every investment. There is some type of risks in every start-up. Consequently, they should be able to evaluate every situation and determine optimal solution to invest money. Of course we can't equalize all investments. For instance, most of the time, foreign investment differ than local investment in respect to amount of money.Foreign investment involves capital flows from one country to another, provide ownership in domestic industry. There are four types of foreign investment:

Main types

- Direct foreign investment (physical investments and purchases made by a company)
- Indirect foreign investment (investors buying stakes or positions in foreign companies)

Additional types

- Commercial loans (are typically in the form of bank loans that are issued by a domestic bank to businesses in foreign countries)
- Official flows (refers to different forms of developmental assistance)

Nowadays, Azerbaijan Republic's Industry sector has been started to develop and grow. Industry sectors of this country include ''mining industry '','' electricity, gas, oil and steam production, distribution and supply'' and ''water supply, waste treatment and disposal ''. According to the Azerbaijan republic's current stable political condition and economic growth, great interest is made by foreign investors, nevertheless, special strategy of the republic exist for attracting foreign investors. 60-65 percentages of investments have a share in Oil industry. Between foreign countries which have essential role for investing to Azerbaijan, we can call the United States, Turkey, **Great** Britain, Iran and etc. (Osman Nuri Aras, Elchin Suleymanov, 2010).

Metodology

A methodological research strategy then plan ought to stand a rule as ties research together and to that amount the research questions may remain analyzed successfully. The Affect of Foreign Investments of Improvement of Industrial Sector regarding Azerbaijan Republic will remain analyzed through a quantitative research approach which do contain the technology about information in quantitative form which perform at so point remain subjected in accordance with stark quantitative investigation between a formal yet inflexible fashion.

Research design

The graph within that learning desire keep one in accordance with explore the causal link among Foreign Investments(FI) and Development of Industrial Sector concerning Azerbaijan Republic which contain the twins primary variables of this study. We makes use of a third method – the value-added approach – is used to compute GDP by means of industry of this action The Gross Domestic Product (GDP) is used so the proxy because Development of Industrial Sector of Azerbaijan Republic. The goal will be to observe the long-term and causal dynamic relationships between the stage of FI inflows according to Azerbaijan and Industrial development.

Sample

Sampling has a direct impact regarding the representation regarding the study (Yin, 1994). The sample will be taken from the fore-mentioned population. Deliberate copy also acknowledged namely purposive and non-probability model approach will stand employed. Time collection information for the period 1992 - 2017, which consists of the 25 anniversary observations, will be used in accordance with analyze the relationship of FI or Industrial development among Azerbaijan. The desire length covered with the aid of the study, 1992 – 2017, is informed by way of the developments among the Azerbaijani industry .

Data collection

Secondary data was used in this study. The data was obtained from The Central Bank of Azerbaijan.Statistical Bulletin and Financial review for the various years, the International Monetary Fund's International Financial Statistics and the World Bank's World Development Indicators.

Analysis

Economic success of Azerbaijan was based on Government's proactive investment policy in combination with gradual increase of the role of market, with low inflation and macroeconomic stability. The Government also signed bilateral investment treaties and bilateral tax treaties with many

countries. According to the Ministry of Economic Development of Azerbaijan, investment climate in the country is defined by the Laws of the Republic of Azerbaijan on "Investment activity" and on "Protection of Foreign investments" accordingly. (Pashayev, 2013).

Foreign investments in Azerbaijan Economy.

Problematic issues in Azerbaijan that stands in front of foreign investors and investment programs are:

- ✓ Economy mostly depends on oil and oil gas products exports revenues.
- ✓ Increasing inflation rate.
- ✓ Globally lack of investment knowledge.
- ✓ Dependency on small and medium entrepreneurship.
- ✓ High tax degree compared with relative the countries which have same economic condition.
- ✓ Lack of technological support.
- ✓ Strong bureaucratic barriers.

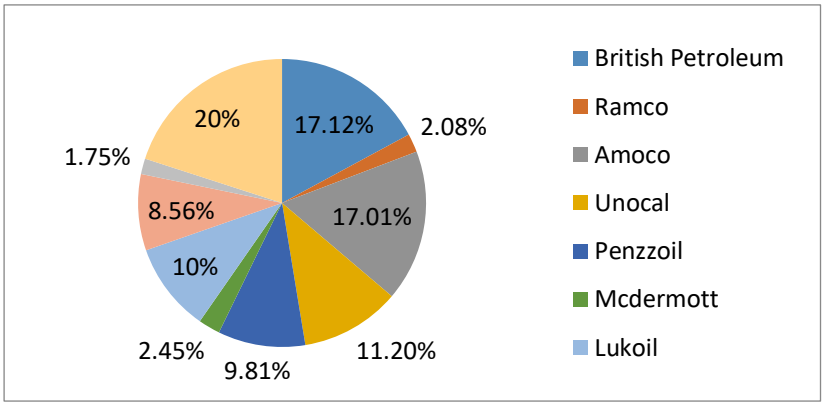
But what can government do actually for avoid these challenges related with issues that are mentioned above.

- Foreign direct investment should be utilized as governmental policy.
- Political instability should be avoided, relative investment environment must be created.
- Azerbaijan economy must be integrated with competitive structure in order to be successful in investment game.
- Logistics and infrastructure capacity of country must be increased
- Bureaucratic barriers should be avoided, legislative transactions should be accepted. (Sabiroglu, 2006).

1. Foreign investment in development oil sector.

Foreign direct investment has always been important for the last decade for Azerbaijan economy. It can be claimed that the decrease in investment in oil sector may have resulted in decrease in foreign direct investment in country. (Gulkhanim Mammadova, 2015). As an important investment project we can show "Contract of century" which is considered as new era in Azerbaijan oil and gas industry. In 1994 September 20 State Oil Company of Azerbaijan Republic (SOCAR) signed contract with 8 countries main oil companies and created consortium with them. Contract shows consumption of oil reserves together in the sea on "Azeri", "Çiraq" and "Gunesli" oilfields. Companies were British Petroleum, Ramco, Amoco , Unocal , Penzzoil , Mcdermott, Lukoil, Statoil, Turkish Petroleum , Delta, Itochu , Excon and Socar. Their shares in this project is shown by following diagram. (Mammadov, 2000).

Figure 1. Companies shares in the Contract of century.

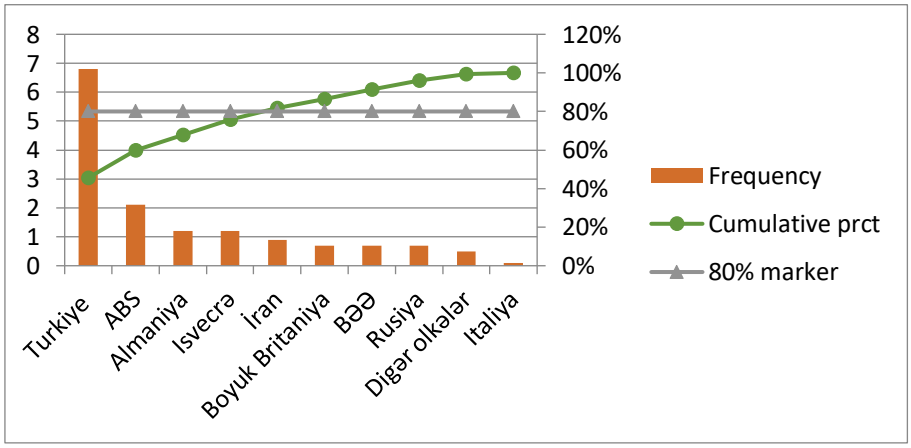


Source: http://www.visions.az/en/news/206/1ee04b7e/ (15.10.2019)

2. Countries and organizations.

According to statistical results countries that invest money in Azerbaijan are Turkey ,USA, Norway, Japan, Russia, Great Britain, Netherland, China, France, Iran ,UAE , and other countries. Among those countries most investment actions are done by USA, Great Britain, Germany, Turkey, UAE, Russia, and Iran. Generally total investment comes from financial credits, foreign direct investment, oil and gas sector investment, oil bonus, portfolio investments and other investment types. Also organizations and banks loan the money to some areas and fixed capitals: World Bank, Asian Development Bank, Islamic Development Bank, European Bank for Reconstruction and Development, European Union Financial Assistance, and others. (Azerbaijan Ministry of Economy, 2017).

Figure 2. Pareto chart for countries investment 1995.



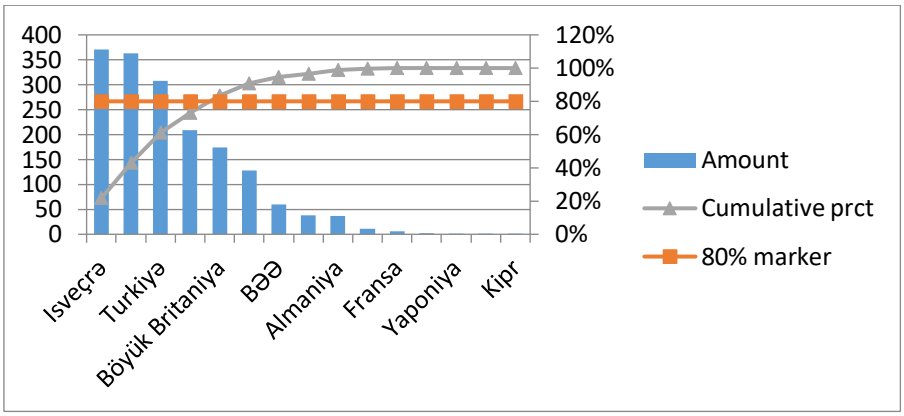
Source: https://www.macrotrends.net/countries/AZE/azerbaijan/foreign-direct-investment (12.08.2019)

Results

From this chart we see that 80% of total investment in 1995 related with 4 countries -Turkey, USA, Germany and Switzerland. Other countries took part few shares in this statistics. But when we look at 2016 foreign investment amounts statistical result we see different result. As we see now other countries especially Switzerland, Russia Turkey and some other countries investment consists of approximately 80% of all investment. With using Pareto diagram we show here 80/20 rule that 80 %

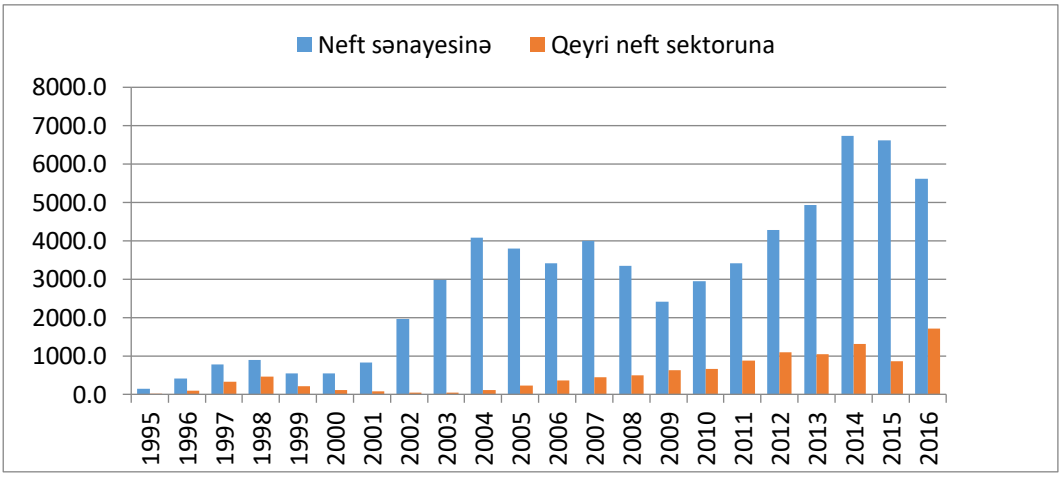
of all investment amounts are provided by 20 %. Analyzing these two chart we see that Turkey in both years stably invest higher amount to Azerbaijan economy. Switzerland also in the beginning of independence years began to invest and now they increase their amounts of loan in Azerbaijan economy. (Committee, 2017)

Figure 3. Pareto chart for countries investment 2016 Development of industry background of foreign investment.



Source: https://www.macrotrends.net/countries/AZE/azerbaijan/foreign-direct-investment (12.08.2019)

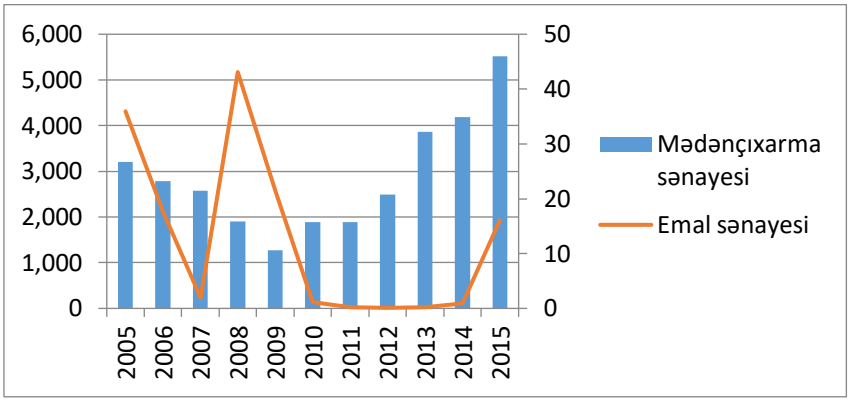
Figure 4. Foreign investment in non-oil and oil sectors for years



Source: https://www.macrotrends.net/countries/AZE/azerbaijan/foreign-direct-investment (12.08.2019)

Generally foreign investment amount directed to oil and gas sector and this related with enough reserve of oil resources and tradition of oil industry. In 2016 foreign capital tied up almost 1.8 billion dollars. Till 2009-year investment amount in production industry gradually decreased but after 2009 began to rise year by year and reach roughly 5.5 billion manats. In processing industry foreign loan amounts fluctuated till 2010 and then stabilized, smoothly moved same rate but again in 2015 developed. Last 2016 year this number was 16.1 million manats. (Azerbaijan Ministry of Economy, 2017).

Figure 5. Total foreign investment amount in production and processing industry.



Source: https://www.macrotrends.net/countries/AZE/azerbaijan/foreign-direct-investment (12.08.2019)

First and foremost, we checked how the amount of oil extraction dictates the amount of investment. (Table 1 -1) In first stage we investigated the correlation but, result was not as we expected. We thought initially that in case of more oil extraction there might increasing trend of invested capital. But, the oil extraction does not affect to the interests of foreign investors too much. (Table 1-2) In the second step of this data we tried to clarify the relationship betwwen economic conditions in different years and possible investment opportunities. Actually, there is huge enough relationship (81%) between years and the incoming capitals from foreign countries.(Table 1-3)

Table 1-2.

Year	Oil extraction in ths. Tones	Invest
1995	9161	**139.8**
1996	9100	**416.2**
1997	9071	**780.1**
1998	11424	**891.8**
1999	13807	**544.5**
2000	14017	**546.1**
2001	14909	**820.5**
2002	15334	**1966.3**
2003	15381	**2972.4**
2004	15549	**4088.1**
2005	22214	**3799.9**
2006	32268	**3422.3**
2007	42598	**4003.3**
2008	44514	**3350.7**
2009	50416	**2412.7**
2010	50838	**2955.3**
2011	45626	**3407.3**
2012	43375	**4287.8**
2013	43457	**4935.2**
2014	42076	**6730.7**
2015	41628	**6622.7**

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.69749444
R Square	0.486498494
Adjusted R Square	0.459472099
Standard Error	1446.911646
Observations	21

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*Significance F*
Regression	1	37685770.97	37685770.97	18.00086521	0.000440239
Residual	19	39777512.93	2093553.312		
Total	20	77463283.91			

	Coefficients	*Standard Error*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*Lower 95.0%*	*Upper 95.0%*
Intercept	416.7196821	647.2627182	0.643818453	0.527389037	-938.0167566	1771.456121	-938.0167566	1771.456121
Oil	0.085797139	0.020222094	4.242742651	0.000440239	0.043471811	0.128122467	0.043471811	0.128122467

Table 1-3.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.900036778
R Square	0.810066202
Adjusted R Square	0.800069687
Standard Error	879.9789376
Observations	21

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*Significance F*
Regression	1	62750388.22	62750388.22	81.03485554	2.78343E-08
Residual	19	14712895.68	774362.9307		
Total	20	77463283.91			

	Coefficients	*Standard Error*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*Lower 95.0%*	*Upper 95.0%*
Intercept	-569556.489	63583.33047	-8.957638499	3.00529E-08	-702637.9291	-436475.0488	-702637.9291	-436475.0488
Year	285.4715584	31.71223965	9.001936211	2.78343E-08	219.097078	351.8460389	219.097078	351.8460389

In the second step we analyzed the possible correlation between the economic index indicator of industry and the amount of foreign investments to understand whether the foreign investments affect to the economy of the country. (Table 2-1) What we found are there are not any kind of relationships between these indicators in either direction. (Table2-2)

Table 2-1.

Years	Economic index indicator of industry%	Foreign Investments
2005	133.5	3,350
2006	136.6	3,045
2007	124.0	2,676
2008	106.0	2,011
2009	108.6	1,403
2010	102.6	1917
2011	95.0	2,125.0
2012	97.7	2,668.0
2013	101.8	3,996.0
2014	99.3	4,269.0
2015	102.4	5,742

Table 2-2.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.03376341
R Square	0.00113997
Adjusted R	-0.1098445
Standard Er	15.4247205
Observatio	11

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*gnificance F*
Regression	1	2.443797	2.443797	0.010271	0.921496
Residual	9	2141.298	237.922		
Total	10	2143.742			

	Coefficients	*andard Err*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*ower 95.0%*	*pper 95.0%*
Intercept	110.955164	12.55987	8.834099	9.94E-06	82.54276	139.3676	82.54276	139.3676
Foreign Inv	-0.0003917	0.003865	-0.10135	0.921496	-0.00914	0.008352	-0.00914	0.008352

Unfortunately, this was nearly the same for the numbers of industrial facilities in terms of the impact foreign investments. We concluded that, whether the facilities are prone to increase or decrease there might not be strong effect from foreign investments. (Table 3-1, Table 3-2)

Table 3-1.

Table 3-2.

	Number of Industrial Facilities	Foreign Investments	(mln manat)
2010	256	1917	
2011	215	2125	
2012	213	2668	
2013	218	3996	
2014	235	4269	
2015	253	5742	

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.304322521
R Square	0.092612197
Adjusted R Square	-0.134234754
Standard Error	20.60354971
Observations	6

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*gnificance F*
Regression	1	173.3083	173.3083	0.408259	0.557608
Residual	4	1698.025	424.5063		
Total	5	1871.333			

	Coefficients	*andard Err*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*ower 95.0%*	*pper 95.0%*
Intercept	217.9234021	23.09529	9.435836	0.000703	153.8006	282.0462	153.8006	282.0462
Foreign Investments	0.003980286	0.006229	0.638951	0.557608	-0.01332	0.021276	-0.01332	0.021276

In case of per person GDP the correlation is a little higher (22.2%). (Table 4-1,4-2)

Table 4-1.

GDP/person	Foreign Investments
4753.0	1917.00
5752.9	2,125
5966.1	2,668
6258.3	3,996
6268.0	4,269
5703.7	5,742

Table 4-2.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple F	0.471779
R Square	0.222576
Adjusted I	0.02822
Standard E	551.1174
Observati	6

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*gnificance F*
Regressio	1	347830.8	347830.8	1.145196	0.344834
Residual	4	1214922	303730.4		
Total	5	1562753			

	Coefficients	*andard Err*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*ower 95.0%*	*pper 95.0%*
Intercept	5167.974	617.7682	8.365554	0.001117	3452.774	6883.173	3452.774	6883.173
	0.178315	0.166628	1.070138	0.344834	-0.28432	0.64095	-0.28432	0.64095

The most significant factor that resulted from our investigations is that median salary is affected by foreign investments dramatically. (Table 5-1, 5-2).

Table 5-1.

Median Salary	Foreign Investments
111.2	1917
109.9	2125
109.4	2668
106.7	3996
104.6	4269
105.0	5742

Table 5-2.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple F	0.92845
R Square	0.86202
Adjusted I	0.827524
Standard E	1.142193
Observati	6

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*gnificance F*
Regressio	1	32.60158	32.60158	24.98961	0.007496
Residual	4	5.218422	1.304605		
Total	5	37.82			

	Coefficients	*ndard Err*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*ower 95.0%*	*pper 95.0%*
Intercept	113.7607	1.280327	88.85285	9.62E-08	110.206	117.3155	110.206	117.3155
X Variable	-0.00173	0.000345	-4.99896	0.007496	-0.00269	-0.00077	-0.00269	-0.00077

To sum up all the things above it could be noted that foreign investments might have influence in many aspects of industry. But mostly it dictates the median salary while it does not have any impact on economic index.

References

1. Committee, A. R. (2017). Получено из http://www.stat.gov.az/search/?q=005&submit=
2. Economy, A. M. (2017). Получено из http://www.economy.gov.az/index.php?option=com_content&view=article&id=4518:iq-yon-invest&catid=17:investisiyalar&lang=az
3. Firdovsi Fikratzade Elnur Abbasov. (2014). Azərbaycanda emal sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması və kənd təsərrüfatı istehsalı ilə inteqrasiyanın təkmilləşdirilməsi məsələləri.
4. Gulkhanim Mammadova, A. C. (1 June 2015 г.). Costs and Benefits of Foreign Direct Investment to. Asian Journal of Finance & Accounting, *1*(7).
5. Hasanov, H. (2009). /Investing in modern conditions of production and the need for scientific-techincal use in production. *Sage Yayınları*.
6. Mammadov, C. (2000). Islamic Republics of Asia. Baku.
7. NƏBİYEV, T. N. (2010). İstehsal infrastrukturunun inkişafinin investisiya mexanizmi.
8. Pashayev, F. (2013). Investment policies and competitiveness of. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences.
9. Sabiroglu, N. (2006). Globalisation and Foreign Investment. Baku: "Qloballasan Azərbaycan".

Abdulaziz SAUD AL-ROOMI

aalroomi95@gmail.com

Abstract

The current stage of development of the global economy is characterized by deepening integration processes between firms, companies and countries. Between the participants of the integration processes, a deep separation of labor, production and exchange of goods, services, capital, human resources is carried out. The EU is the largest integration association of 28 European countries. This union went through a long stage of historical formation, during which a large amount of work was done to unite the countries of the continent that survived two world wars. Achieving a high level of development of science and technology, production and economic process control systems, coupled with the political forces' awareness of these countries, the need for peaceful coexistence and interaction made it possible to increase the efficiency of interaction between European countries in all spheres of public life to a previously unseen level. The successful implementation of the tasks of creating a single European market has allowed European countries to move to deep allied relations. The number of issues on which the interaction of European countries deepens is constantly growing, and the number of supranational institutions involved in solving a wide range of these pan-European problems is growing. This fact itself deserves much attention and careful study. The EU is a good example of overcoming mutual contradictions and problems for many regions of the world where very tense relations between countries remain. Today, the EU is the second largest integration association in the world in terms of economic importance, one of the world's leading centers for trade, development of science and technology, and the level of well-being of its citizens.

Key words: world economy, integration processes, European market.

Introduction

The concept of “integration” is closely interconnected with the concepts of “globalization” and “internationalization”. Without exception, they indicate an increase in interconnections among individual states, firms, companies, as well as societies in the most diverse fields: economic, cultural, military and political. At the same time, these concepts also express processes for improving communications, various systems of interconnection and transport, a significant increase in the exchange of goods, services and innovations, intensive migration of residents and other cross-border operations. In modern scientific literature there is a variety of approaches to the definition of the category of globalization. Some authors (both Russian and foreign) believe that globalization manifested itself in the most intensive form in the 70-80s of the twentieth century, when information technology began its universal implementation in all areas of life, liberalization of international financial relations began to acquire everything broader nature, and the interdependence of states and regions has become a necessary component of their daily lives. In the context of this development, globalization is seen as a qualitatively new stage of internationalization. However, many researcher believe that internationalization, i.e. the formation of the global economy originates from the era of great geographical discoveries (Butorina O.V.,2004.No 6., p.20).

Close to this position is the point of view of a number of Western economists who view economic globalization as an irreversible trend in the development of national economies as a result of the growing scale of cross-border trade in goods and services, the influx of international capital, and the widespread and rapid spread of modern technologies. It reflects the continued expansion and mutual integration of market borders and is an irreversible trend in economic development around the world at the turn of the millennium. There is a rapid increase in the volume and significance of information, as well as its implementation in all chains of industrial activity. Thus, this group of researchers believes that the process of globalization of world economies that has accelerated at the turn of the millennium

is largely based on the rapid development of science and technology, the widespread introduction of its achievements in practice (Economic Globalization, 2010).

So, thanks to the development of science and technology, it was possible to significantly reduce transport and communication costs, which allowed us to increase the efficiency of market participants. The cost of shipping in 2000 compared with 1930 decreased by more than 2 times, the cost of air transportation amounted to 16% of the initial level, and the cost of telecommunications - 1%. (Economic Globalization,2012). The price level for computers in 1990 was only 8% of what it was in 1960, and this price level in 1998 fell again by about 80%. That is, as a result of innovation, the process of compression of space and time is constantly happening. All this made it possible to significantly reduce the cost of international trade and investment, to increase their level of organization and efficiency. Thus, the objective prerequisites for the formation of the European Union were created.

Method

The study used methods such as abstraction and system analysis to determine the main stages in the formation of a single European market; grouping of statistical data for the purpose of a comparative analysis of the economic potentials of the world's largest regional entities; analysis and synthesis in order to determine the impact of the creation of the EU on the world economy and the long-term consequences of its development.

Analysis

The following main factors contributed to pan-European unification. First of all, it is an urgent need to establish a lasting peace. The history of the two world wars has shown that the absolutization of the concept of a nation state, sovereignty leads to growing nationalism and ethnic conflicts. Already at the final stages of World War II, the ideas of a single European space with supranational structures began to spread in Europe. Involvement in it and Germany would make it possible to coexist in peaceful coexistence with relevant international agreements (European integration, 2016 p. 63).

Secondly, the political elites understood that the financial recovery of the region can only be realized if it is closely consolidated. The flow of American support according to the Marshall Plan ended in 1951. In their subsequent economic development, Western European states could rely mainly only on each other. To do this, it was necessary to stimulate their foreign trade and normalize broad industrial cooperation.

Thirdly, the creation in 1949 on the territory of Eastern Europe of the Council for Mutual Economic Assistance, which included European countries of Soviet orientation (Bulgaria, Hungary, Poland, Romania, the USSR, Czechoslovakia and East Germany), led to the fact that the countries of Central and Eastern Europe, which until 1945 were stable sources of raw materials and markets for Western European companies, were in the sphere of influence of the USSR. This fact also contributed to the formation of the idea of the need to unite countries that denied communist ideas coming from Moscow.

Summarizing the above, it is necessary to draw the following conclusions:

First, the theoretical and practical activities of regional integration are most widespread in Europe in the second half of the 20th century. It occurs in parallel with the development of integration and

globalization processes. These processes are based on the recognition by the ruling elites of these countries of common economic and political interests.

Secondly, regional integration allows us to solve such important tasks as: achieving and maintaining a stable political situation in the region, shaping the economy and increasing the well-being of the participating countries, and also strengthening the position of the group in the region and in the whole world.

Thirdly, the functioning of an integration union inevitably causes constant contradictions. They are the result of the mismatch of common and national interests, the need to transfer part of the functions of national sovereignty to supranational bodies. Integration processes are also complicated by the need for its support from all sectors of the population.

The formation of the European Union became possible as a result of a combination of a number of factors: the presence of a highly developed industry, deep cooperation ties between them, territorial proximity, close cultural and historical proximity of European peoples (Dr Klaus-Dieter Borchardt, 2015, p, 28).

Among all the prerequisites that contributed to European integration, a special role belongs to economic factors. Of particular note is the dominance of a developed market economy throughout the countries under consideration. The enterprises located here produced a wide range of industrial goods and were connected with each other through deep cooperative ties.

History shows that the difference in the economic and cultural level of development of nations is a serious obstacle to their long-term unification. Thus, the Council for Mutual Economic Assistance, created as an association of the socialist countries of Europe, 30 years after its creation, collapsed due to the lack of strong interfirm relationships.

Attempts to unite a number of countries in Latin America and Africa also failed, in view of both the differences in the levels of development and the multistructure of their economies.An important role in the creation of the EU was played by the presence of a polycentric structure, that is, the proximity of institutional structures. Initially, these were France, the Federal Republic of Germany and Italy, similar in size, population, level of economic development. Subsequently, England and Spain also joined them (Kargalova M.V. 2009.p. 75).

A characteristic feature of the EU was also the presence of some significant countries of approximately the same size. At first it was France, the Federal Republic of Germany and Italy, later England and Spain joined them. This feature is very rare for a regional grouping. Currently, it is characteristic only for the EU.

Consider the main stages in the formation of a united Europe. Historically, the period 1951-1957 can be considered the first stage in the formation of the European Union. The start was given as a result of the signing on April 18, 1951. in Paris, the Treaty establishing the European Coal and Steel Association (ECSC). This Agreement unites the Federal Republic of Germany (Germany), France, Belgium, Holland, Italy and Luxembourg. In these countries, the main sector of the economy was the production of coal and steel. The ECSC Paris Treaty united 6 European countries, which at that time already had close cooperative ties (The historical development of European integration, EU, 2018 p.2). Six years later, the founders of the first European community decided to move to a second, higher level of

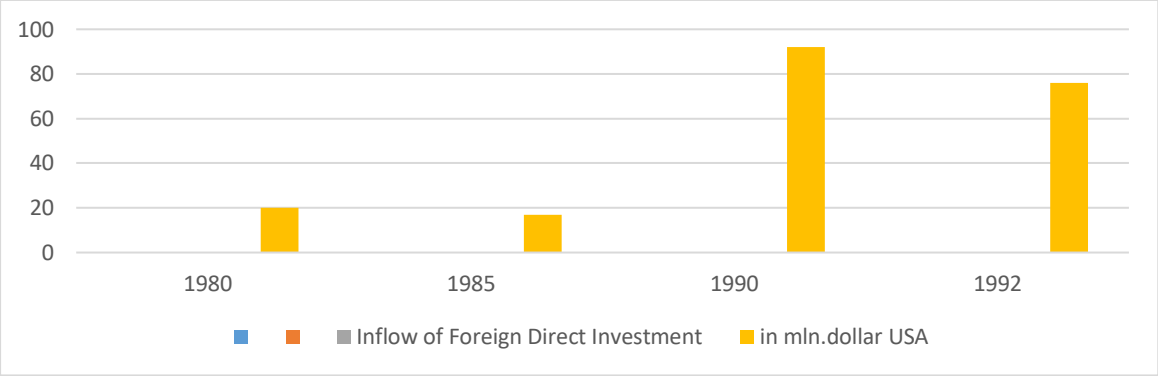
unification. This stage covers the period of the late 50s - early 70s and went down in history as the "golden age" of the Community. March 25, 1957 France, Germany, Italy, Belgium, the Netherlands, Luxembourg - sign two Rome treaties on the establishment of the European Economic Community and the European Atomic Energy Community (Euratom) (The historical development of European integration, 2018,p.3). The content of the last agreement - Euroatom - was a repetition of the ECSC model of the contract, had an industry specialization, providing for the coordination and cooperation of all work in the field of nuclear energy.

The most important significance was the Treaty on the Establishment of the European Economic Community, which envisaged further expansion of economic integration by creating a common market within which free movement of goods, labor, capital and scientific ideas is not limited by any borders.The next third stage of integration of European countries covers the period from the beginning of the 70s to the mid-80s of the twentieth century. These years were characterized by sluggish economic growth of the participating countries relative to other Western countries, relatively high unemployment, which strengthened the mood of Euroscepticism. Nevertheless, in January 1973, the EU expanded its borders by integrating countries such as Britain, Denmark and Ireland. After 5 years, the process of currency integration came into effect. Currency integration has become a significant step in the further deepening of regional integration, the creation of new supranational bodies for the development of this integration. The relevant actions were intensively introduced into the production and scientific-technical sphere.

The fourth stage covers the period from the mid-80s to the beginning of the 90s. Its feature was the completion of integration processes, expressed in the creation of a single domestic market (EUM) within the borders of the EU. In 1985 The Commission of the European Communities published a "White Book"(White Paper from the Commission to the European Council,1985,p.31), which noted that despite the successes achieved in the development of the European single market and the abolition of customs duties, the unity of the European community can still not be considered complete for either citizens or economic structures. Borders between member countries and many trade restrictions for intercountry trade continued to persist. Administrative formalities; customs supervision; differences in technical specifications and norms in different countries; protectionism in some areas; restrictions that prevent enterprises from operating at the EU level as well as at the national level - all this impeded the development of the economy and cost several billion ECU per year(White Paper from the Commission to the European Council,1985,p.37).

The effectiveness of the unification of European countries was already evident in the second half of the 80s of the XX century.

Fig. 1. EU-12 - Inflows of foreign direct investments



The relevant legislative measures taken and the reaction of the business world to them led to an investment boom in the EU member states. As can be seen from Figure 2, if in the early 80s the volume of foreign direct investment in the twelve participating countries averaged about 16 billion US dollars per year, then by the beginning of the 90s it reached 66 billion US dollars. Of course, new, larger-scale investments have accelerated the pace of economic growth of these countries, and contributed to the high-quality technical and technological renewal of their production and social infrastructure.

The fifth stage covers the period from the end of the 80s of the XX century to 2004. At this stage, the further development of integration processes necessitated the formation of an economic, monetary and political union. In December 1991, the Maastricht Treaty on the European Union was prepared and in 1992 signed, which entered into force in November 1993 and renamed the European Community into the European Union. In accordance with this Treaty, a single European citizenship was established, a political union, which assumed full coordination in the field of foreign and internal affairs, as well as the formation of an economic and monetary union.

The Economic and Monetary Union (EMU) came into effect on January 1, 1999. From that day on, a new currency, the euro, was introduced into non-cash circulation, which for three and a half years operated in parallel with the national currencies of the EMU member states, and from June 1, 2002. finally replaced them. In the years under review, the full economic convergence of the national economies of the member states was successfully carried out, which allowed us to switch to a single monetary policy of the EU.

The growing successes of the European Union made it possible to attract countries such as Finland, Austria, Sweden to its ranks in 1995, and thus bring their total number to 15 states.

Since the beginning of the 21st century, the process of admitting new members to the EU has intensified. The most widespread character he had in 2004. So, on May 1, 2004, it included 10 new countries participating in Eastern and Southern parts of Europe: Estonia, Latvia, Lithuania, Poland, the Czech Republic, Slovakia, Hungary, Slovenia, Cyprus, Malta. Thus, their total number was brought to 25 countries.

The sixth stage of the EU development covers, in our opinion, the period 2006-2018. This is the most difficult period in the development of the EU since its inception. First of all, from January 1, 2007, such countries as Bulgaria and Romania joined, and in 2013 - Croatia. Thus, the total number of member countries of the European Union was brought to 28.

As follows from the table 1.1., to date, the European Union (EU) has become one of the largest, multinational, integration associations in the world. Within the framework of this association, in the territory of 28 states, a population of more than 513 million people lives, which produce about 29% of the global GNP (The principle of legal certainty in EC law. 2013, p.28). Over the past 60 years, tremendous progress has been made in the field of economic integration, and the single European currency, the euro, has become the second in the global financial markets, after the US dollar.

Table 1. The European single Market in a global comparison.

	GDP in billions of dollars	Population in millions
EU -28	18,756	513.213
European Economic Area (EEA)	16,927	327.167
NAFTA	22,213	464.0
– incl.: USA	20,494	314.3
China	13,608	1,392.7
Mercosur	6,170	398.5
ASEAN	3,457	2,328
India	2,726	1,352

EEA: EU-28 plus Iceland and Norway. Mercosur: ten countries, incl. the associated countries.

Source: IMF, WEO database, World Bank, 2018.

The European Union has become one of the most important centers of the world economy, science and politics. He makes a huge contribution to the progress of the European continent and of all humankind, in defense of universal values.

Conclusion

Initially, the need to establish the Single Internal Market (EBP) was proclaimed the most important goal of creating the EU, which was once again reflected in the Single European Act (EEA) adopted in 1987. The EUR was conceived as a single space without internal borders, in which the free movement of goods, capital, services and civilians is ensured. The beginning of this organization was envisaged by December 31, 1992. In addition, it was planned within the framework of this association to completely eliminate physical, technical, tax and other barriers in the EU space, which in fact meant the complete elimination of national borders, the creation of a homogeneous economic space. The goal set for the creation of the EBR was realized by January 1, 1993. Thus, over 40 years, the main stages of economic integration have been implemented.

A feature of EU enlargement since 2004 is that it includes countries that, in terms of their socio-economic development, lagged significantly behind the member countries of Central Europe. In addition, in these countries there were significant shortcomings in the establishment of a democratic regime and a market economy. The fact of the unification of so many countries within the framework of a single Community testifies to the predominance of general points over various, particular features.

Along with the successes achieved, certain contradictions and problems have accumulated. Perhaps the largest of these is the Brexit problem, i.e. withdrawal from the EU of Great Britain and its consequences for the development of this integration union.

The modern European Union is a complex bureaucratic organization that takes agreed decisions and monitors its implementation. Obviously, the interests of individual member countries of this

integration association do not coincide on a number of issues. These disagreements are reflected in the following four main groups of contradictions:

A. Among common and national interests. This contradiction was especially evident when resolving the debt crisis that arose around Greece in 2009-2016, in view of the country's desire to bring the standard of living of its population to the level of developed EU countries.

B. Disagreement between state sovereignty and group powers. The development of the EU is accompanied by an increase in the number of issues whose solution is transferred to supranational bodies. In fact, this means submission of governments to the will of the majority, common interests. State governments, without exception, are often required to obey the collective will, including the interests of other member states.

C. The disagreement between the progress of integration and the integrity of the group. The development of integration inevitably gives rise to pessimistic sentiments among some of its members regarding participation in new projects. The unwillingness of the UK to participate in projects for the reception and placement of immigrants in their country was one of the reasons for the decision to withdraw from the EU.

D. the contradiction between the legal capacity and legal capacity of the group.

The integration process in its development inevitably moves towards the transfer of a number of important functions to supranational bodies, which creates a gap between the plans of the organization's leaders and public opinion. This is reflected in the growing misunderstanding of the population and, accordingly, their non-acceptance of the goals of this process and methods of its achievement. A consequence of the growing misunderstanding among the population of the goals of integration is a gradual decrease on their part of the level of support and approval of this process.

On the whole, the continued functioning of the EU as a stable socio-economic and political integration testifies to the dominance of centripetal forces over existing contradictions and the desire of the leadership to find a solution to these problems.

REFERENCES:

1. Butorina O.V.The European Union: a model for assembly // Russia in global politics. 2004.No 6., p.20
2. Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention. Gao Shangquan.2010, New York ,p.4
3. Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention. Gao Shangquan.2012, New York ,p.6
4. European integration: federalist project (historical and legal essay) A. Kovler. And 2016 p. 63
5. Dr Klaus-Dieter Borchardt, «The origins and growth of the European Union»// European Integration. – Luxemburg, 2015. s.45
6. Kargalova M.V. European integration and the construction of a single social space of the EU. M., 2009.p. 75
7. The historical development of European integration, EU, 2018 p.2
8. White Paper from the Commission to the European Council (Milan, 28-29) June 1985
9. The principle of legal certainty in EC law. 2013, Springer.p.28

Economic Relationship between Azerbaijan and Russia: Problems and Prospects

Tao Li

787291151@qq.com

Abstract

Based on the analysis of economic relations within countries around the world, learn about the basic features of economic relations, as well as based on analysis prerequisites for the development of economic relations between Azerbaijan and Russia, specific analysis of the development trend of economic relations of Azerbaijan with Russia, including import and export trade, energy cooperation, tourism development and mutual investment and the labor market between these two countries .Committed to identifying problems and development prospects in the economic relations between the two countries.Although there are some problems in Azerbaijan's economic relations with Russia, the main focus is on natural resources, natural gas and oil, and the two countries have abundant natural gas and oil reserves. At the same time, they have similar markets and competitive relationships. However, the broad development prospects of the two countries are the most important, and they are the current theme of the development of economic relations between the two countries. As we all know, the issue of resources is a key economic issue for a country. The consistency of Russia and Azerbaijan in the direction of resource exports and the coincidence of resources will affect the economic relations between the two countries to a certain extent. However, Russia and Azerbaijan have richer areas of cooperation and friendly exchanges of visits between the leaders of the two countries in recent years, which will give Azerbaijan a brighter prospect for economic cooperation with Russia in the future.

Keywords: economic relationship between Azerbaijan and Russia, prospect, problems

1.1 The structure of exports and imports between the two countries

Russia is one of Azerbaijan's main trading partners, and the trade volume between the two countries has been increasing. Russia is Azerbaijan's main import partner. Trade and mutual investment are one of the main directions of Azerbaijan-Russia relations.Trade between Russia and Azerbaijan for the period December, 2018 - March, 2019 amounted to $800 M.The main turnover occurred in «Vegetable products» (25%), «Base metals and articles of base metal» (13%).In the structure of trade turnover by country at the first place China (16%), in second place Germany (8%). Azerbaijan for Russia is a partner number 45 with a share 0.4%.Since the beginning of the 21st century, the economic and trade relations between Russia and Azerbaijan have made great progress under the promotion of the governments and enterprises of the two countries. In order to promote trade between the two countries, the heads of the two governments have held several meetings and signed a number of economic and trade cooperation agreements. In 2000, 2002 and 2004, the two countries signed respectively.

The Agreement between Russia and Azerbaijan on the Collection of Indirect Taxes in Joint Trade, the Agreement between Russia and Azerbaijan on the Main Principles and Directions of Economic Cooperation, and the Summary of the Phased Cancellation of Free Trade, Laying the Development of Russia-Arab Relations The foundation. From the 2013 to 2018, except for a few years, the trade volume between Russia and Azerbaijan has been on the rise (as mentioned above in chapter 1: 2013-2018 years The trade volume between Russia and Azerbaijan).

In Russia's trade structure with Azerbaijan, Russia mainly exports food ,for example ,wheat(14%), machinery and equipment, metals and their products, wood and pulp and paper products, and chemical products to Azerbaijan. Russia is the top one import origins of Azerbaijan(17%). For example, in 2017 Azerbaijan exports total $200M to Russia, including petroleum coke,which is 7.8% of total import, petroleum gas 7.6%,importantly, 12% pitted fruits and 8.1% lron pipes etc. There is a direct relationship between the underdevelopment of the industry. In addition, Russia imports mineral products, fuel and energy products and textiles from Azerbaijan.

It can be seen from the above analysis that the cooperation between Russia and Azerbaijan in the economic and trade field has been strengthened year by year, and the prospects for cooperation have been widely optimistic. The extensive cooperation in the economic and trade field will also drive deeper cooperation between Russia and Albania in other fields.

Azerbaijan is located on the Caspian Sea and is rich in oil and natural gas resources. In the 1940s, Azerbaijan's total oil production could reach more than 20 million tons, accounting for 70% of the total oil production in the entire Soviet Union. The rich oil and gas resources in the Caspian Sea region are not limited to land, and offshore oil and gas resources are also quite rich. Offshore oil and gas resources began in the 1930s.

In July 2012, under the framework of the Third Azerbaijan-Russia International Regional Forum, Russia and Azerbaijan held a "round table". Azerbaijan’s Deputy Minister of Industry and Energy stated that by 2020-2025, Azerbaijan’s annual production will reach 50 billion 550. One hundred million cubic meters. The meeting focused on strengthening strategic partnerships with Russia. The cooperation between the two countries in the energy field will also be further upgraded and expanded.During the period of the United Nations, Azerbaijan was its main oil producing area. After the collapse of the Soviet Union, the two countries continued to maintain friendly cooperation in the energy fields such as oil and gas.Azerbaijan and Russia have long been linked economically.The Azerbaijani Association of Fruit and Vegetable Producers and Exporters has confirmed that Russia and the CIS countries are currently the country's priority markets for fruit and vegetable exports. So far, the Russian market is the main export direction of Azerbaijan. The Azerbaijani Fruit and Vegetable Producers and Exporters Association was established in August 2016. The main goal of the association is to coordinate the activities of local entrepreneurs in this field, increase production and increase export opportunities.

Separately enumerate Azerbaijan's foreign trade volume for horizontal comparison. According to Azerbaijan Customs statistics, from January to June 2019, the total foreign trade volume of Azerbaijan was 16.995 billion US dollars. Among them, the export value was US $ 9.979 billion, a year-on-year increase of 58.72%. The value of imports was US $ 7,016 million, a year-on-year increase of 41.28%. The surplus was $ 2.963 billion.

From January to June, the main export commodities of Azerbaijan: crude oil (76.87%), petroleum products (2.62%), natural gas (10.50%), electricity (0.52%), fruits and vegetables (3.19%), tea (0.05%), vegetable oil and animal oil (0.08%), sugar (0.11%), alcoholic and non-alcoholic beverages (0.16%), chemical products (0.46%), plastics and their products (1.04%), cotton fiber (0.76%), cotton

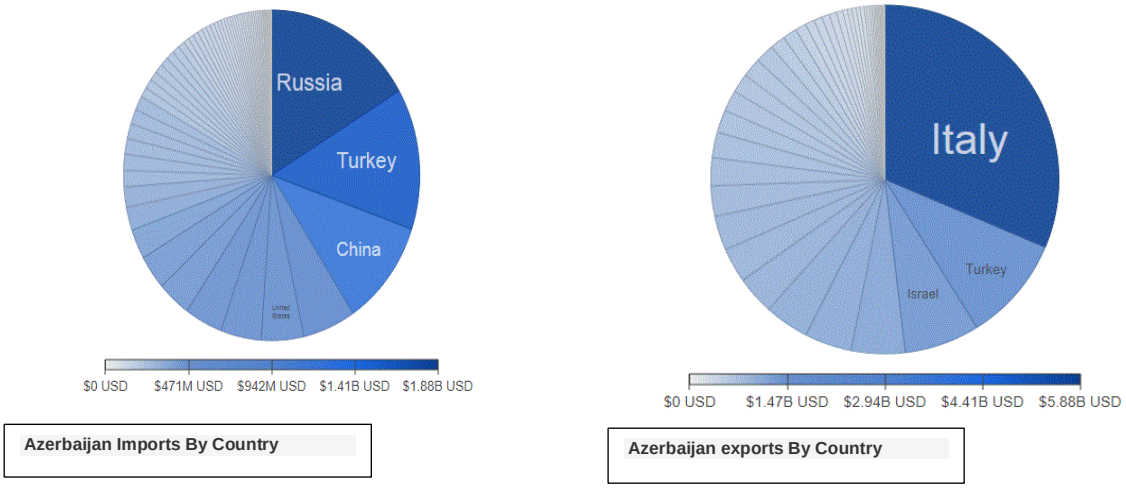
yarn (0.15%)), Aluminum and its products (0.47%), ferrous metal and its products (0.30%).

From January to June, the main import commodities of Azerbaijan: wheat, vegetable oil and animal oil, tea, sugar, fruits and vegetables, butter, milk, meat and food (10.38%), automobiles, mechanical equipment, electrical equipment and aviation equipment (17.85%), Ferrous metals and their products (6.55%), transportation vehicles and their parts (7.65%), plastics and their products (2.59%), pharmaceuticals (1.92%), wood and wooden products (1.87%), clothing and accessories (1.62 %), Fertilizer (0.87%), tobacco and its products (0.73%), furniture (0.69%).

From January to June, the top ten trading partners of Azerbaijan: Italy (17.56%), Turkey (11.25%), Russia (8.13%), China (7.51%), Switzerland (6.37), Germany (5.29%), India (4.06 %), Israel (3.40%), Spain (2.71%), and the United States (2.48%).

The top ten export destinations of Azerbaijan: Italy (28.12%), Turkey (12.36%), China (6.86%), India (6.28%), Germany (5.69%), Israel (5.47%), Spain (4.27%), Russia (3.78), Czech Republic (3.33%), and Georgia (3.17%). The top ten import source countries of Afghanistan: Switzerland (14.38%), Russia (14.31%), Turkey (9.66%), China (8.45%), the United States (5.87%), Canada (5.57%), Germany (4.73%), Iran (4.14%), Ukraine (3.08%), and Australia (2.90%).

Figure 1. Azerbaijan Exports and Import By Country in2018（ in U.S. dollars）



Source: the United Nations COMTRADE database on international trade.

At the same time, in the economic capacity of each country, the factor of natural resource capacity is very important. Natural resources are the backbone of Azerbaijan's trade income. Therefore, Azerbaijan's economy mainly exports these natural resources structurally. Its economic development policy must also distribute export income to other sectors for development. Therefore, Azerbaijani policy makers attach great importance to export-oriented economic growth and formulate corresponding strategies and economic and foreign policies based on this economic reality.

As we all know, Azerbaijan has oil and gas reserves, but what few people know is that it also owns minerals such as iron ore, pyrite, zinc, copper, cobalt and precious metals. And because of its irrigation system, Azerbaijan is also an agricultural base, such as cotton cultivation, grapes, tea, citrus fruits and grains. In the manufacturing industry, the highly competitive industrial production bases in the Soviet era have also been modernized. Azerbaijan ’s export sector is mainly controlled by the public sector, as its main export products are oil, and oil extraction companies are state-owned companies. This fact supports the importance of oil value in trade, including it as a variable in the model. In fact, the government accounts for a very large proportion of trade. According to the census, 98% of individual entrepreneurs and SMEs have not conducted any export transactions, and 92% do not engage in import business.

Azerbaijan's foreign trade structure is fairly single, with natural resource products as its mainstay. The competitiveness of this product lies only in its price. Because resource products have no added value in technology. And Azerbaijan currently does not have enough high-tech to increase the added value of products. This situation can be analogized to most of the products exported by Azerbaijan. It is not uncommon for Azerbaijan ’s exports to be shut out due to inadequate technology. And because of its low technological content, it is difficult for Azerbaijan's products to squeeze into the top ranks

And Russia is the largest country in the world. It is divided into 12 economic zones, spanning all of Asia and Europe. Due to its geographical characteristics, Russia shares borders with many European and Asian countries. According to the basic foreign trade situation at the end of 2019, the proportion of distant overseas countries accounted for 88% of Russia's total foreign trade volume, while the Commonwealth of Independent States accounted for 12% of the total. The country's main trading partners are located in more than 60 countries and regions. Russia is currently a participant in the Free Trade Agreement of the Commonwealth of Independent States.

1.2Features of Azerbaijani-Russian energy cooperation

Russia and Azerbaijan are both major energy producers in the world. For both countries, oil and gas extraction and export are major issues that concern both stability and development. Both countries have an outward-oriented oil and gas policy to meet the needs of their respective countries. In the face of the Caspian oil and gas cake, Russia and Azerbaijan want the biggest piece. Since independence, Azerbaijan has attached importance to developing relations with Western countries and hopes to use its assistance and investment to develop oil fields as soon as possible. They are still holding chips between the two projects of "Nanxi" and "Nabucco." But the difference does not mean opposition. The major companies actively engaged in the oil and gas field in Azerbaijan include Gazprom, Lukoil Luke has the most projects in the Caspian Sea region, and Gazprom has doubled its purchase of Azerbaijan gas. Hah Deniz participating interests are: BP (operator – 28.8 per cent), TPAO (19.0 per cent), AzSD (10.0 per cent), SGC Upstream (6.7 per cent), PETRONAS (15.5 per cent), LUKOIL (10.0 per cent) and NICO (10.0 per cent).Further, the report says that in 2019, SCP spent about $48 million in operating expenditure and about $34 million in capital expenditure in total. During 2019, the daily average throughput of SCP was 29 million cubic metres of gas per day. The SCP Co. shareholders are: BP (28.8 per cent), TPAO (19 per cent), AzSCP (10.0 per cent), SGC Midstream (6.7 per cent), PETRONAS (15.5 per cent), LUKOIL (10 per cent) and NICO (10 per cent).

Table 1. Azerbaijan: Gross fixed capital investment in the oil and gas sector (in US$ billion)

	2014	2015	2016	2017
Foreign investment	5.4	5.3	4.3	3.7
Domestic investment	2.2	1.6	1.1	1.2
Total investment	7.6	6.9	5.4	4.9

Source: Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

Russian and Azerbaijan leaders have expressed their willingness to cooperate with each other. During the 13th OPEC and non-OPEC Joint Ministerial Supervisory Committee meeting in Baku, Azerbaijani Energy Minister Parviz Shakhbazov met with the Minister of Energy of the Russian Federation, Alexander Novak. According to the Ministry of Energy, Azerbaijan News Agency, the meeting discussed measures taken on issues such as the stability of the global oil market within the framework of OPEC + and the implementation of the December decision, and energy cooperation between Azerbaijan and Russia. Alexander Novak spoke of Russia's measures to reduce oil production, and noted that the process of fulfilling its obligations was gradual. Azerbaijani Energy Minister Parviz Shakhbazov pointed out the development trend of the world oil market and emphasized the importance of continued cooperation to maintain price stability. The two sides exchanged views on issues such as the transportation of oil to Russia, the coordination of the energy systems of Azerbaijan, Russia and Iran, the supply of Russian oil to НПЗ Star, and the "Turkish Flow" project. It was decided at the meeting that the relevant ministries and commissions of the two countries signed a memorandum of understanding to strengthen and further develop cooperation.[1] But as wer know, Azerbaijan and Russia both are countries with rich in gas and oil resources. After the disintegration of the Soviet Union, European and American countries have signed joint development agreements with Caspian energy countries. Because the Caspian Sea is located in the hinterland of Eurasia, oil and gas transportation involves many countries, so the laying of transportation pipelines is very complicated. Coupled with ethnic conflicts in the region, regional conflicts and other factors, oil and gas pipeline transportation faces many security issues. The United States has launched the "Caspian Border Initiative." The opening of the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline has challenged Russia's dominance in the Caspian oil and gas transportation. A third of Azerbaijan ’s oil exports pass through Russia, nearly 50% pass through the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline, and 17% -20% are transported by rail. So whether Azerbaijan will compete with Russia in the transit of oil and gas? It will be answer at last part .

At the same time, Russia and Azerbaijan are also deepening cooperation in other aspects. Azerbaijan, Russia and Iran have signed an agreement on joint feasibility studies. The agreement aims to establish a north-south energy corridor connecting the energy systems of Azerbaijan, Russia and Iran. Complete the feasibility study of the power system connection project within one year.

[1] Azerbaijan State News Agency.

The question of connecting Russia, Azerbaijan and Iran's energy systems began in 2005. In April 2018, the Russian, Azerbaijan, and Iranian energy ministerial-level consultations were held in Baku, and then it was decided to set up a tripartite working group to study the feasibility of connecting the three countries' energy systems.

1.3 Economic relations between two countries in tourism sector

In 2013s, Azerbaijan and Russia had signed an agreement on cooperation in tourism sector. The corresponding document which was adopted on the basis of the “program of cooperation in the humanitarian sphere between Russia and Azerbaijan in 2015. In recent years, cooperation between Azerbaijan and Russia has become closer in all areas, including tourism.

Kenan Guluzade, head of the Azerbaijan National Tourism Administration's public relations department, said the Azerbaijan National Tourism Administration is negotiating with Russian partners on the implementation of joint tourism projects.

It is possible options for a joint testing project for the North Caucasus are being considered.

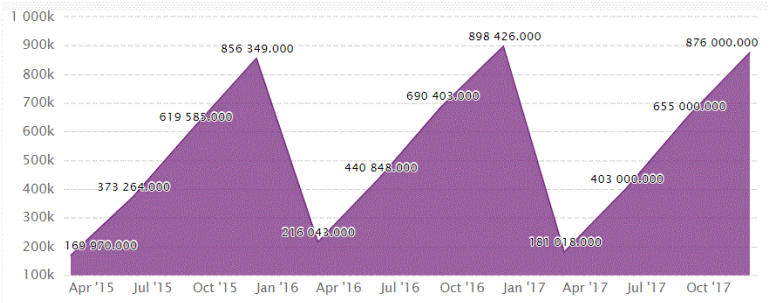
"Our country has great potential for cooperation in the field of tourism, including the exchange of tourists," he said. "During active negotiations with Russian partners, there are also some discussions to facilitate tour group participants through border procedures.

mentioned added that the implementation of the joint project could begin in the coming months of this year.

"Approximately in May or early June, we will announce plans related to the implementation of new joint projects, and we will make concrete achievements in this direction and inform the public," he said.

In summer and winter, Azerbaijan is becoming a recognized tourist attraction for Russian citizens. There are 9 climate zones in Azerbaijan, and tourists can ski in the snow-capped mountains, relax on the fine sandy beaches, and participate in interesting festivals and sports events.

Figure 2.View Russia’s Visitor Arrivals: ytd: Tourism: ow:Azerbaijan from Mar 2015 to Dec 2017 (by quarter)

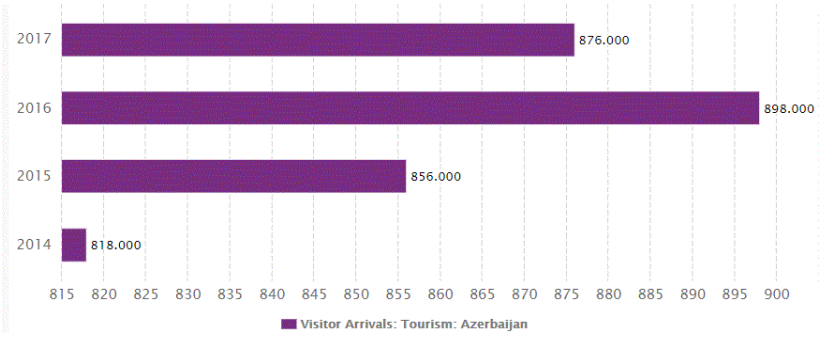


Source: www.CEICDATA.COM|Federal Tourism Agency of Russian Federation

The establishment of the Russian Azerbaijan Tourism Authority will promote Russians to regard Azerbaijan as a tourist attraction. Since December 2018, the official representative of the Azerbaijani Tourism Authority has been operating in Moscow.

In 2018, Russia is a leader in the Azerbaijani tourism market. As a result, during the year, as many as 2,849,600 tourists from 196 countries arrived in Azerbaijan. In this list, Russians make up the largest portion of tourists, with a share of 30.9% (about 900,000).

Figure 3. View Russia's visitor Arrivals: Tourism : Azerbaijan from 2014 to 2017



Source: WWW.CEICDATA>COM|Federal State Statistics Service

Azerbaijan and Russia are establishing active cooperation between Azerbaijan and the North Caucasus ski resorts. The possibility of connecting the Russian Azerbaijan and North Caucasus resorts through a single ski pass was discussed at a business forum entitled `` Investing in the Caucasus " in Grozny in December 2018.

Russia and Azerbaijan also plan to establish trans-Caspian shipping lines and develop cruise tourism in the Caspian Sea.

It should be noted that the simplified transit system between Russia and Azerbaijan will make it possible to establish international tourist routes, which will immediately stimulate tourist exchanges between Azerbaijan and the Russian Caspian Sea region.

There are many reasons why Russian tourists go to Azerbaijan for vacation. A good hotel base, a wealth of excursions and the development of health and spa centres attract tourists. Most tourists believe that the number of hotels in Azerbaijan has not lagged behind Europe.

In addition, direct flights between Azerbaijan and many Russian cities, lack of language restrictions, and the possibility of visa-free travel are important factors in the development of tourism between the two countries.

Azerbaijan aims to develop the tourism sector by all possible means. When it is not possible to rely solely on the oil and gas industry, sustainable development in the non-oil sector, especially the tourism sector, is essential.

1.4Features of investment interaction between Azerbaijan and Russia

1.4.1 Investment environment in Azerbaijan

To attract more foreign direct investment to develop the country's real economy and promote the competitiveness of local manufacturing industries, the Azerbaijani government has adopted a number of incentive measures. Foreign-funded enterprises established in the Azerbaijani Industrial and Technological Park can enjoy preferential policies for exempting profits, property and land taxes for 7 years. At the same time, machinery and technical equipment imported by foreign-funded enterprises for production will not be subject to value-added tax or customs duties. In addition, in order to build an important trading, transportation and manufacturing center, a free trade zone in Azerbaijan will also begin to officially operate.

According to the "Business Environment Report 2019" released by the World Bank, Azerbaijan's business environment ranks 25th out of 190 economies, which has climbed 32 places compared to last year. According to the report, Azerbaijan is also one of the 10 economies with the most significant improvement in the business environment in the world, with a record number of reforms implemented and helping it become a 2017/18 business-friendly economy. In the Business Environment Report released this time, Azerbaijan's rankings have improved on several parameters, including obtaining building permits, registering property rights, obtaining credit, paying taxes, cross-border transactions, and labor market supervision.

Infrastructure is also one of the main components of building a business environment. Currently, Azerbaijan has 6 international airports. The new port of Alat on the Caspian Sea coast 60 kilometers south of Baku is being stepped up. After the completion of the three-phase construction target, the port's annual cargo throughput will reach 21 million to 25 million tons, up to 1 million TEUs. The construction of the railway project from Baku (the capital of Azerbaijan) to Tbilisi (the capital of Georgia) was completed in 2017 and further extended to Kars (the Turkish city). The railway is becoming the main corridor connecting Kazakhstan, the Caspian Sea, Azerbaijan, Georgia, Turkey and southern Europe, connecting China and Europe. At present, this railway can transport 6 to 8 million tons of cargo, and its transportation capacity will reach 20 to 25 million tons in the future.

1.4.2 investment interaction between Azerbaijan and Russia

Azerbaijan is actively cooperating with Russia in the field of investment. In the same time Azerbaijan, Russia have potential to increase investment interaction in recent years.Comprehensive strengthening of cooperation with Russia has been and remains one of the main priorities of Azerbaijani foreign policy. Russia's investment in Azerbaijan is mainly in the fields of energy, infrastructure and agriculture. At present, there are about 600 Russian-funded enterprises in Russia. Azerbaijan's investment in Russia is mainly in the fields of energy, real estate and securities

Azerbaijan is interested in increasing investment and expanding its company's business, overall further increasing trade with Russia and its regions. Today, more than 600 companies with Russian capital do business in Azerbaijan. Russia's recent investments in the country's economy total more than $ 1.8

billion. Leading Azerbaijani company successfully operates in the Russian Federation. Azerbaijan's total direct investment in the Russian economy exceeds US $ 1 billion over the past decade. And the State Oil Fund of Azerbaijan has deposited about $100 million in Gazprombank and $500 million in the capital of the VTB Bank, and added that SOFAZ has acquired a trade and retail center in Moscow worth $133 million. In addition, there are twinning agreements between number of cities and regions of Azerbaijan and Russia. Russia invites Azerbaijani companies to start operating in Lotus special economic zone (SEZ) in Russia's Astrakhan region. Lotus is ready to provide Azerbaijani investors with the most optimal conditions for doing business. There are already decisions of some of Azerbaijani companies to become residents in this area.

1.5 Economic role of labor migration between Azerbaijan and Russia

Azerbaijan and Russia have cooperation in the area of labor migration. And labor migration between Azerbaijan and Russia plays an essential role in the economy. Compared with Russia, Azerbaijan lack high and new technology and has low salaries, job shortages. In contrast, Azerbaijan also has better living conditions and better investment environment. Because there are many industries to be developed. Now 1.2million people from Azerbaijan lives in others countries ,and 467 thousands people lives in Russia.[2]

Table 2. Departures from the Azerbaijan to Russia for permanent living(person)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Russia	439	443	782	816	920	803
total	781	795	1557	1711	1901	1580
% of total emigrant	562%	55.7%	50.2%	47.6%	48.3%	50.8%

Source: The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

The table above shows from 2013 to 2018 year the quantity of emigrants from Azerbaijan to Russia. From the table it is clear that every year approximately 50% emigrants from Azerbaijan move to Russia. And it can conduct that Russia is most preferred country for Azerbaijan.

The influx of immigrant labor to Russia, the region's largest host country, has various socioeconomic consequences. On the one hand, immigrants have filled many of the non-prestigious barriers in the labor market, which have difficult working conditions that local workers often refuse. In fact, due to the presence of migrant workers, the entire economic sector has developed in receiving countries. A good example is the growth of the construction industry in Russia's big cities, which is largely due to

[2] https://www.gazeta.ru/business/2019/02/21/12198475.shtml

the use of cheap labor from abroad. Konstantin Romodanovsky, director of the Federal Immigration Services, pointed out that the migrant labor force accounted for 8% of GDP in 2011. In addition, migrant workers have contributed to the Russian economy by using part of their income for catering, accommodation and certain services. However, surveys of migrant workers have shown that to save money, they must make great efforts to save money, especially with regard to food. They are on grass food and mainly eat bread, milk, noodles, rice, etc. They rarely buy meat, fruits or vegetables. They prepare meals themselves and often save money to feed a few people, while spending almost no money on entertainment, clothes or shoes. According to official estimates, in 2013, after deducting taxes and travel expenses, migrant workers in Russia had accumulated net salaries of $ 10.5 billion. Assuming they spend 15% of this cost on daily expenses, the total revenue to the Russian economy is about $ 1.6 billion.

On the contrary, well-developed and developing sectors of the Azerbaijani economy as oil and construction sectors attract a great number of those who are looking to move to Azerbaijan from abroad.Arrivals in the country in the last ten years varied from 1,257 people in 2002 to 3,597 in 2008 and 2,172 in 2012. But Azerbaijan also has a labor immigration quota of 11,900 in 2011 and 12,000 in 2012, with the aim of providing work for Azerbaijani citizens. Azerbaijan with its developing construction sector has a high demand for workforce, unlike Europe with the lower scale of construction work. So it attracts many russian moving to Azerbaijan.

Table 3. Arrivals to Azerbaijan from Russia for permanent living(person)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Russia	1098	623	930	910	988	1056
Total	3129	1859	2649	3233	3073	3220
% of total immigrant	35.1%	33.5%	35.1%	28.1%	32.5%	32.7%

Source:The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

As the chart shows that approximately 33% immigrants to Azerbaijan come from Russia. It is a very big portion.

2.Problems and development prospects of economic relations between Azerbaijan and Russia

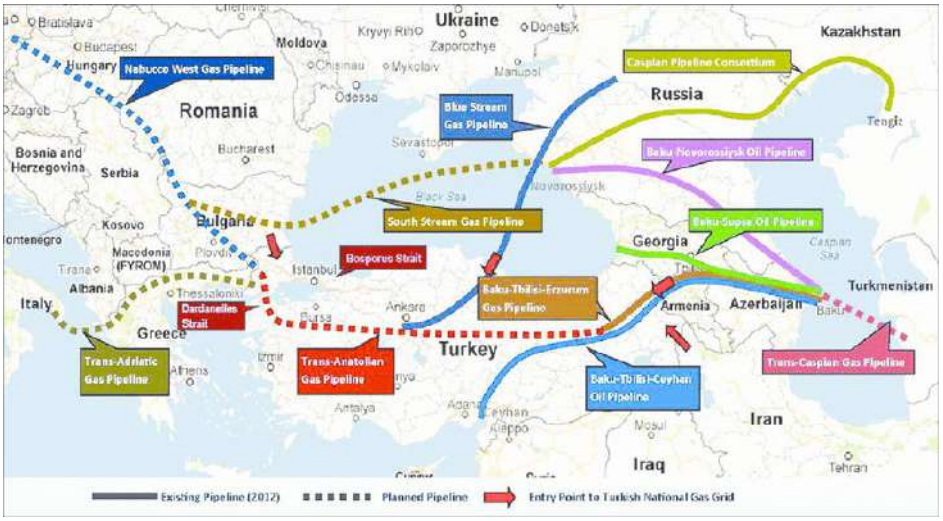
2.1.Problems of economic relation between Azerbaijan and Russia

Although there are some problems in Azerbaijan's economic relations with Russia, the main focus is on natural resources, natural gas and oil, and the two countries have abundant natural gas and oil reserves. At the same time, they have similar markets and competitive relationships. However, the broad development prospects of the two countries are the most important, and they are the current

theme of the development of economic relations between the two countries.

1 In the export of natural gas resources, Azerbaijan competes with Russia in the European market.

Azerbaijan and Russia are both major exporters of natural gas. At the same time, Russia has always been a monopoly in the natural gas market in Europe. But the TANAP and TAP pipelines will challenge Russia's position in the European gas market. . In Azerbaijan, under the guidance of a pluralistic and balanced foreign policy, accession to European integration was clearly the main orientation. To this end, Azerbaijan emphasizes the diversification of energy flows, expresses its willingness to support the EU's energy supply security policy, and actively promotes the construction of trans-Caspian oil and gas pipelines, and strives to build itself into a hub for the supply of Caspian energy from Central Asia to Europe. In December 2011, Azerbaijan and Turkey signed a memorandum of understanding on the construction of the Trans-Anatolian Natural Gas Pipeline (TANAP). The TANAP pipeline connects the eastern and western borders of Turkey and can transport natural gas from Azerbaijan through Turkey to Europe. The European Union subsequently included it in the Southern Gas Corridor program. In June 2012, the governments of Turkey and Azerbaijan finalized a formal agreement based on the memorandum and agreed to cooperate in the construction of the TANAP pipeline. The TANAP pipeline is a special pipeline designed for the second phase of the Shahdeniz gas field in Azerbaijan. It has the capability of reconstruction and expansion and can be used for the transportation of natural gas produced by other projects in Azerbaijan and even Turkmenistan. The project budget is about 7 billion U.S. dollars, and it is planned to start in 2014. The first phase of the project will be completed in 2018. The annual gas transmission capacity is about 16 billion cubic meters, of which 10 billion cubic meters will be exported to the European market. In order to strengthen its comprehensive energy cooperation with Europe, Azerbaijan also launched a power development outbound transport plan. At the beginning of 2013, the “Azerbaijan-Georgia-Turkey Energy Bridge” project that exported electricity from Azerbaijan to Turkey and Europe began to be implemented. At present, it has been confirmed that Azerbaijani electricity will be transferred to Turkey and Greece, and the renovation of power facilities in Afghanistan has been completed. In the battle for the European natural gas market, Azerbaijan is in a competitive position with Russia.



The two great nations are wrestling with each other. In the export of Azerbaijan's oil and gas resources, Russia tends to fall behind.

Azerbaijan has a unique position in the endowment of oil and gas resources in the Caspian Sea and the regional economy. Abundant oil reserves, important geopolitical advantages and good investment prospects have made Azerbaijan the focus of competition between the United States and Russia on Caspian oil. Azerbaijan implements the strategy of building a nation based on oil to revitalize and develop the national economy. Due to the limitation of its national strength and the influence of economic transformation, Azerbaijan has attracted foreign investment since independence, and has received good results in recent years. It has passed four major oil and gas projects and 23 product-sharing contracts. A larger international oil cooperation in the future provides the basis and possibility. At the same time, Russia and the United States and the European Union started a fierce game around the orientation of the Azerbaijani Caspian oil and gas resources export pipeline. The full opening of the BTC oil pipeline initiated by the United States broke Russia's monopoly on Caspian oil exports to Europe. By supporting the construction of the BTC pipeline, the United States competed with Russia to compete for oil and gas resources in Azerbaijan. At present, the BTC pipeline has become the main oil export pipeline in Baku, with an annual oil transportation volume of more than 50 million tons, making Azerbaijan an important part of the EU's energy supply.

As we all know, the issue of resources is a key economic issue for a country. The consistency of Russia and Azerbaijan in the direction of resource exports and the coincidence of resources will affect the economic relations between the two countries to a certain extent. At the same time, on the Naka issue, Russia's support for Armenia also affected the political relations between the two countries, and also had an adverse effect on economic relations. However, Russia and Azerbaijan have richer areas of cooperation and friendly exchanges of visits between the leaders of the two countries in recent years, which will give Azerbaijan a brighter prospect for economic cooperation with Russia in the future.

2.2. Priorities and prospects for the development of economic relations between Azerbaijan and Russia within the CIS

The relationship between Russia and Azerbaijan is a strategic partnership. It is rooted in the long tradition of friendship and good-neighbourliness, equality, respect for each other's interests, shared history and culture, and millions of closely linked lives.

All these factors have laid a solid foundation for building a trust-based relationship between the leaders of the two countries, the government and the parliament. Mutually beneficial cooperation in the areas of trade and economy, investment, energy, transportation infrastructure, the automotive industry and medical care is expanding.

It is also worth noting that cooperation between Azerbaijan and Russia has reached a fairly advanced stage. The 17 constituent entities of the Russian Federation cooperate with Azerbaijani partners to implement trade and economic, scientific, technical and cultural cooperation agreements. In addition, companies and companies from more than 70 Russian regions also trade with Azerbaijan.

At the same time, Azerbaijan and Russia cooperate closely in the South Caucasus, as well as in the CIS countries and major international organizations. They have seen the Trilateral Partnership in the Caspian Sea, especially the five Caspian Sea countries (including Russia, Azerbaijan, Iran, Kazakhstan and Turkmenistan) and developing Iran.

Humanitarian relations play an important role in strengthening friendly relations. In this regard, there is a trend of steady growth in widespread education exposure. Currently, there are about 15,000 Azerbaijani students in Russia, and the branches of Russian universities operate successfully in Azerbaijan.

With the support of the Presidents of Russia and Azerbaijan, the Baku International Humanitarian Forum is a joint project that has proven its relevance and importance as a platform for discussing key issues at the moment. In a relatively short period of time, it has become a major event in regional and international public life.

And the further progress and development of Russia's relations with Azerbaijan is special significance for ensuring regional stability and security, maintaining peace and mutual understanding in the South Caucasus, and exercising the fundamental interests of peoples.

As above (in chapter 2) mentioned,Azerbaijan ranks fifth in Russia's trade with the CIS countries (after Belarus, Kazakhstan, Ukraine and Uzbekistan). At the same time, Russia is a major importer of Azerbaijani goods.

Cooperation between Azerbaijan and Russian non-official enterprises has broad prospects. In recent years, demand for Azerbaijan ’s agricultural products, which has been in strong demand in the Russian market, has increased, and Russia ’s export to Azerbaijan ’s growing fertilizer and agricultural machinery needs to expand. Play an important role in promoting mutual trade.

Many companies from both countries are cooperating. For example, the full implementation of Uralvagonzavod's plan to provide rail vehicles to Azerbaijan, Krasnoe Sormovo's plan to build and deliver two tankers for Azerbaijan's National Caspian Shipping Company, and the development of new drugs in Azerbaijan have involved the Russian R-Pharma Group.

Strengthening mutual trade in services in the areas of transportation, financial sector, insurance, telecommunications, culture and entertainment may become another important way to develop trade and economic links.

Reference

1. E.Allwonh，ed.，Central Asia:1 30 years of Russian dominance，Durham，Duke University Press，1 994.
2. Edited by Boris Rumer Central Asia and the New Global Economy，2000.
3. R.Ebel and Rajan Menon Energy and Conflict in Central Asia and the Caucasus.
4. Feller，Gordon: End Result Is That EU And Russia Need Each Other In Terms Of Natural Gas Pipeline&Gas Journal， Voi.234， I 1(2007).

5. Peter ,E.S. ,An Inquiry into the effect of the 2014 Russian Sanctions on European Gsaoline Markets, University of Tennessee Honors Thesis Projects, [J].2017
6. R.Ebeland Rajan Menon，Energy and Conflict in Central Asia and the Caucasus. Rowman and Little field，2000
7. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017a). Trends in International Migrant Stock: The 2017 revision (United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2017).
8. Российско-Азербайджанские отношения за 20 лет. История и перспективы. Баку, 2011. С.95

Remittances and the economy of Nepal: The impact on emigration

Darshana Gurung

darshanagurung4@gmail.com

Abstract

For a small landlocked economy, Nepal is the nineteenth largest remittance receiver in the world. With the growing remittance income, Nepal is progressing in its economic and social and demographic aspects, however, this phenomenon might have adverse effects on the country's economy and its development. With an increase in remittances, Nepal has been able to reduce its poverty with its illiteracy rate along with the living condition. Despite such progress, Nepal is in the verge of suffering from too much dependency in its remittances where the economy is unable to export but import substantial number of commodities. In addition, brain drain, lack of labour supply, threat to the food security, increase in conspicuous consumption patterns (drinking and partying), inability to develop a culture of saving and a sharp increase in the prices of domestic products can damage Nepal's economy in the long run. These factors can further effect Nepalese intentions to emigrate directly. This study will try to proclaim the good and the bad impacts of remittances in the case of Nepal.

Keywords: Remittance; economic growth; emigration; consumption pattern; savings; Nepal.

Introduction

Nepal is a low-income country with one quarter of all people living below the nation's poverty line. For a poor small land-locked economy, Nepal has suffered greatly from a decade-long Maoist insurgency (1996–2006) that prolonged political instability which led to inefficient bureaucratic governance, slow economic growth rate, open corruption, high unemployment rate, and lack of youth (talent) exposure. In addition, devastating natural disaster of 2015 earthquake, has further led to over pollution, health insecurity and underdevelopment of the country. Presently, it is one of the least developed country of the world, with a population of around 27 million and a per capita GDP of US$707 (World bank,2017)

Due to such circumstances, Nepalese population are compelled to consider international migration as a livelihood strategy, particularly for remittance. (Kunwar,2015)

The nation of 27% million population has sent more than 10 percent of its people to work abroad, who are of productive age group, that is, from 20 to 40 years of age. An official figure shows that a total of 4.8 million Nepali men and women left the country in the fiscal year 2017-2018 (Department of Foreign employment 2018). It can be concluded that the numbers of Nepalese emigrants are more than the official data recorded by the Government of Nepal (Kunwar, 2015). Nepali migrant worker departures plunged 39.2 percent in the first seven months of the fiscal year, compared to a 4.9 percent drop during the same period last year. (Nepal central bank, 2017)

With more than 3 out of every household member working abroad (Taguchi, Lama,2011). Nepal is among the nineteenth largest country to receive remittances. (World bank,2018). Remittance income in Nepal has become a lifeline for economic development. By remittance we mean sending income in

terms of money or goods in home by the migrants or workers who have their earnings outside their home country. Now-adays, this source of foreign income has been growing rapidly in each year with $8.1 billion in 2018 (Nepal Rastra Bank, 2018). Since long time in Nepal, many migrants have been transferring their income through the unofficial channels. Today due to the establishment of different agencies like Western Union, International Money Express (IME) etc. in several district headquarters of the country, the remittance flows have become popular for transferring cash or money in time to the recipients.

The Remittance accounts for an astounding 30.1% of the total GDP, which is higher than all the tax earnings combined at 23.8%. Inward remittance has helped Nepal rebuild itself from the devastating earthquake of 2015.Nepal received approximately US $8.210 Million as Foreign Inward Remittance from around the world in 2018. (Asian Development bank, 2018)

However, it is difficult to calculate the exact size of remittance flows in Nepal due to the emergence of unofficial channels even though it has recorded in balance of payments account. In this regard, it is estimated that unrecorded flows through informal channels are believed to be more than 50 percent of the recorded flows in developing countries (Ratha 2005).

1. Significance of Remittance

1.1. Remittances and Economic Growth

According to the World Bank, remittances are personal transfers or compensation of workers. Remittances constitute an important source of savings and capital for investment in health, education, and entrepreneurship thereby enhancing productivity and employment, which culminate into economic growth. Remittances can also help in enhancing the growth of the financial sector on the notion that some of the remittances are converted and deposited with banks thus making the funds available for lending to the private sector and this, in turn, facilitate economic growth (Aggarwal et al., 2011; Misati and Nyamongo, 2011).

If remittances are large, the recipient country could face an appreciation of the real exchange rate that may make its economy less competitive internationally. In case of Nepal, it is the top five recipient smaller economies, along with Tonga, Kyrgyz Republic, Tajikistan and Haiti. (Kathmandu post, 2017). The economic growth rates of some SAARC countries in 2006, found the highest growth rate (8.2 percent) of India and the lowest growth rate (1.9 percent) of Nepal. Sri Lanka has received the second position (7.0 percent) then Bangladesh (6.7 percent) and Pakistan (6.6 percent) (Gaudel,2006). In such a circumstance, Nepal has reached the insignificant growth rate because of prevalence of the political conflict, unfavourable climate for agriculture and reduction in export of readymade garments and the aftermath impact of the devastating events of the earthquake.

Despite the enormous benefits of remittances on the performance of developing countries, the impact of remittances on economic growth is still ambiguous (Kumar et al., 2018). Some literature noted that remittances exert a positive influence on economic growth (Catrinescu et al., 2009; Jawaid and Raza, 2012; Kumar et al., 2018; Meyer and Shera, 2017; Nyamongo et al., 2012; Pradhan, Upadhyay and Upadhyaya, 2008), other strands of literature emphasized on a negative or zero relationship between remittances and growth (Barajas et al., 2009; Chami, Fullenkamp and Jahjah, 2005; Feeny, Iamsiraroj and McGillivray, 2014; Lim and Simmons, 2015).

1.2. Remittances on Poverty alleviations

Poverty is defined by the World Bank as "encompassing not only material deprivation (measured by an appropriate concept of income or consumption) but also low achievements in education and health" (World Bank, 2000, p. 15; Moser and Ichida, 2001, p. 6). Remittances are typically helpful to meet specific needs of the respondents' family members and thus tend to increase their standard of living. In lower class or poor households, they may finance their remittances to fulfil their basic needs, such as in consumption, housing, children education and health care and to pay for loan. In middle class or rich households, they may provide either loan for individuals going abroad or capital for businesses and entrepreneurial activities. Remittances provide support for the welfare of the relatives left behind thus contributing to the eradication of poverty in the recipient country (Adams and Page, 2005; Gupta, Pattillo and Wagh, 2009).

In a study, Ratha (2013) has shown that migration can have both positive and negative economic, social, and cultural implications for countries of origin. Apart from money benefit, remittances are also associated with more human development outcomes across several areas including education, health and gender equality. Therefore, remittances are a lifeline for the poor people, thus increasing the income for individual and families. It is sensible to assume that the money transfer by the migrants to their family members back home have certain some inclusive effect on poverty alleviation because the poor people directly receives remittances. (Azam, M., Haseeb, M., Samsudin, S 2016). Majority of the international migrants; around 69.7% send their money to meet "the basic needs of the family" (Uruci and Gedeshi, 2003).

Migration and remittances have an overall positive impact on long-run economic performance in the origin countries. (Rapoport and Docquier, 2005). Adams and Page (2005) provide evidence of the positive role played by the international remittances in poverty reduction developing country. Some similar studies include Acosta et al. (2006) in 10 Latin American countries, Adams et al. (2008) in Ghana, and Lokshin et al. (2010) in Nepal found that international remittances diminish poverty. Pant (2008) reveals the remittances have an encouraging effect on the economy including poverty and income distribution. The study of Waheed et al. (2013) shows that remittances play a positive role in poverty reduction in the case of Nigeria. Hongbo, states that migration, if governed honestly, can make an effective contribution to the economic and social development and play a crucial role in alleviating poverty. The World Bank (2013) reveals that remittances are increasingly contributing to foreign exchange earnings, economic growth and poverty reduction throughout the Europe and Central Asia.

The poverty reducing and income distribution effect of remittances is also significant (Barham and Boucher (1998). Most of the recipients of remittances are often low-income families whose offspring left the country to work abroad. In this situation, migration is taken as a response to escape poverty at home and improve the income-earning capacity of the migrant by attempting to enter foreign labour markets in richer countries. Again, remittances assist in alleviating poverty of the family of migrants in the home country by supporting their income through transfers.

2. Literature Review

2.1. Remittance income in Nepal

Initially, remittance in Nepal was introduced with Gurkha remittances. 'The Gurkhas' were renowned for good qualities of soldiers. That is why British India formally recruited Nepalese youth as a regular army, which later divided into British and Indian army. Now-adays, Nepalese going abroad are not only for armies but also spread all over the world for work and mostly they are concentrated in Gulf areas in civilian front (Kshetry 2003). Any Nepali to go for work legally, he/she needs to get permission from the Department of Labour under the Ministry of Labor and Transport of the Government of Nepal (International Labour Organisation, 2017). From the official report of the Labor Department it is known that 107 countries are at the government list where Nepalese can go for work. But still some people are found going abroad without permission and working in the government restricted areas too. Because of this trend, data on foreign employed workers are not available in exact form. Majority of those who have left home for overseas job are eager to earn foreign currency by hard working to support their families.

About the delivery of remittances, the World Bank has expressed the view that the procedure of receiving remittance in Nepal is the best one in compare to others. Remittance Transaction Company cannot receive cash directly from the Nepalese workers remaining outside. The workers must deposit their remittances in foreign commercial banks account and the transaction company through its account delivers the remittance services to the recipients at the cheapest cost (about 1 percent of remittance income) (Gaudel, 2006). Moreover, the Hundi system is almost closed due to the establishment of Remittance Company in Malaysian and Gulf countries. However, the system of Hundi is still working in Japan and Korea where most Nepali workers are living even if their visa date is expired. Over the past 15 years from 1991, international migrants' remittances have become increasingly prominent in our country. The amount of remittances reflects only transfer record in the balance of payments. Unrecorded flows through informal channels are believed to be more than the recorded flows. Regarding the transfer of remittances in Nepal, the record of banking sector showed that Rs.15.9 billion was received in FY.2000/01. However, Hundi operators or money transferring agencies handled the bulk part of remittances. Considering the increasing number of workers, assuming four lakh per year going outside the country in this perspective, remittance received was estimated at Rs.50 billon in FY. 2001/02, (Kshetry 2003). In this regard, it is also estimated that more than 500 people per day are going abroad for foreign employment. From such migrants, about Rs.100 billion per year is expected to enter the country through remittance income only (Annapurna Post, Oct.28, 2006).

To provide access for transferring remittances, Western Union, IME and Prabhu Money Transfers are found active in Nepal. Of these agencies, more than 200 sub-agents of single Hulas remittance including banks, finance companies, trading concerns, enterprises etc. under the province of Western Union, have been opened in five Development Regions of Nepal. These agents deliver remittances to the recipients of local areas within a short span of time.

2.2. Shift from Agricultural economy to Remittance economy

The increasing trend of out-migration and youth reluctance towards farming have caused gradual shifting of the agriculture-based economy of the country to an economy that is based on other sources of income including remittances which ultimately threatening food security and agricultural sector (Gartaula et al 2012). Nepalese economy is, and has always been an agricultural economy. Being an agrarian economy, Nepal still receives 32% of GDP from the agricultural sector. Although agriculture

is the major source of livelihood of around two-thirds of people, its nature is still subsistence type (MoF 2018). About 21.6 percent of the population is still surviving under the poverty line (NPC 2016).

This has lead many Nepalese to choose employment in areas other than agriculture and emigration to other countries for remittance. The increasing trend of Nepalese population to emigrate for cash in other rich countries and decreasing number of people willing to farm has led Nepal's economy to gradually shift to remittance economy which ultimately can threaten

the agriculture sector for food security (Gartaula et al 2012)

2.3. Political and natural disaster in Nepal (1995-2015)

Since the radical leftist group Nepal communist party (Maoist), began insurrection in rural areas aiming to abolish monarch and establish people's republic, sparking conflict in 1995 (that would drag on for over a decade) to the massacre of the entire Royal family (alleged shooting) in June 1st 2001 and a long civil war till 2006, Nepalese population have suffered long and troubling armed conflicts and insecurities.

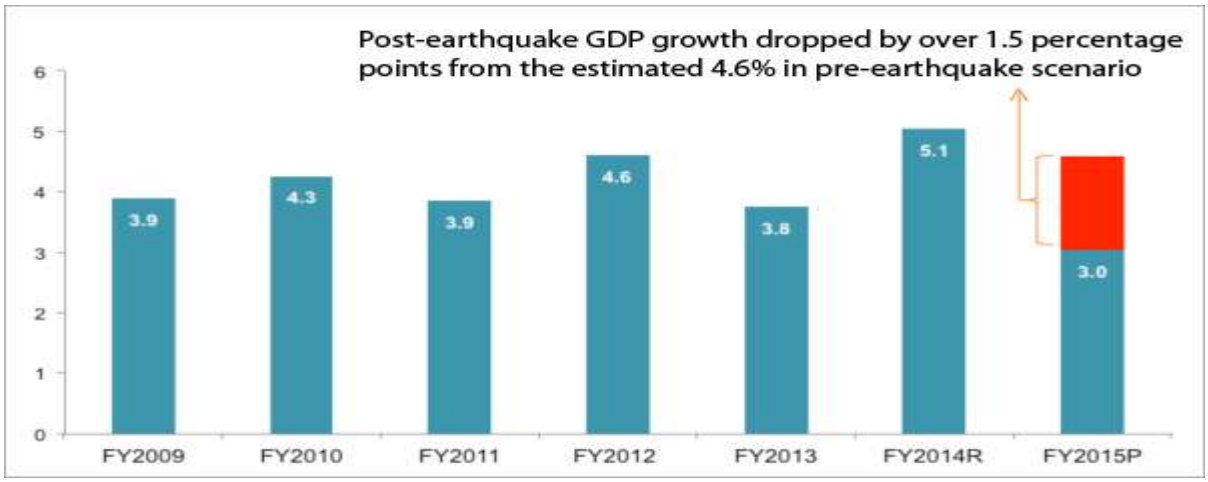
Even long after the end of the civil war, no constitution was ever able to be amended due to instable governance and violent ethnic protests.

For a long period of time Nepal had obstacles to finish drafting its constitutions until recently in 2015 after devastating events of the earthquake.

However, the present government has shown lack of interest in its people's livelihood rather than their own and their family. This has led to rampant open corruption even in high governmental jobs. The inefficiency and ineffective bureaucratic government structure have lost the peoples hope on the country to make any efforts. This has further led to unemployment and job insecurity since the officials only recruit their relatives.

The earthquake (2015) further left the country in devastation dragging back Nepal's development progress 30 years back to 1975. (See figure 1)

Figure 1: The impact of earthquake on economic growth



Source: Asian Development Bank (2016)

3. Methodology

This section will present the research design and method to be used in conducting this study. It will briefly explain how the data is collected and analysed to ensure the reliability and validity of the research under the study.

According to Bryman and Bell (2007), the nature of the deductive approach is to a hypothesis testing. This study approaches a deductive approach to find out how remittance has affected Nepal and how has that impacted the Nepalese citizens. With a deductive stance, research starts with collecting theories, followed by building hypothesis and testing them through gathered theories. The research process starts with finding the research focus, followed by examining existing theories and collecting data.

For enhancing the quality of this research, focus has been given on secondary data, collected through articles, journals and books that are related to Nepalese remittances through databases such as Science-direct, Research gate, Google scholar, social science research network (*SSRN*).

Citation is also another important criterion to consider. All the annual reports used to gather the data from the Nepal department of foreign employment, International labour migration, Nepal department of health services, Nepal Ministry of health and population and World bank have been derived from each of their websites.

To determine the nature and scope of social information, most of the researchers use the content analysis method. Along with the content analysis method, others also used correlation and regression analysis. In this study, content analysis is used in analysing the data collected. Sweeney and Coughlan (2008) define content analysis as a research technique used to indicate the presence or absence of certain words and concepts in the text. Our analysis will be based on the case of patterns of remittance.

The gathered information is secondary data found in the literature. The reports are considered as a reliable source of information, primarily because the information has been analysed, reviewed and published by the scientific publishing agents such as Research gate, Science direct etc.

4. Research Findings

4.1. Positive impacts

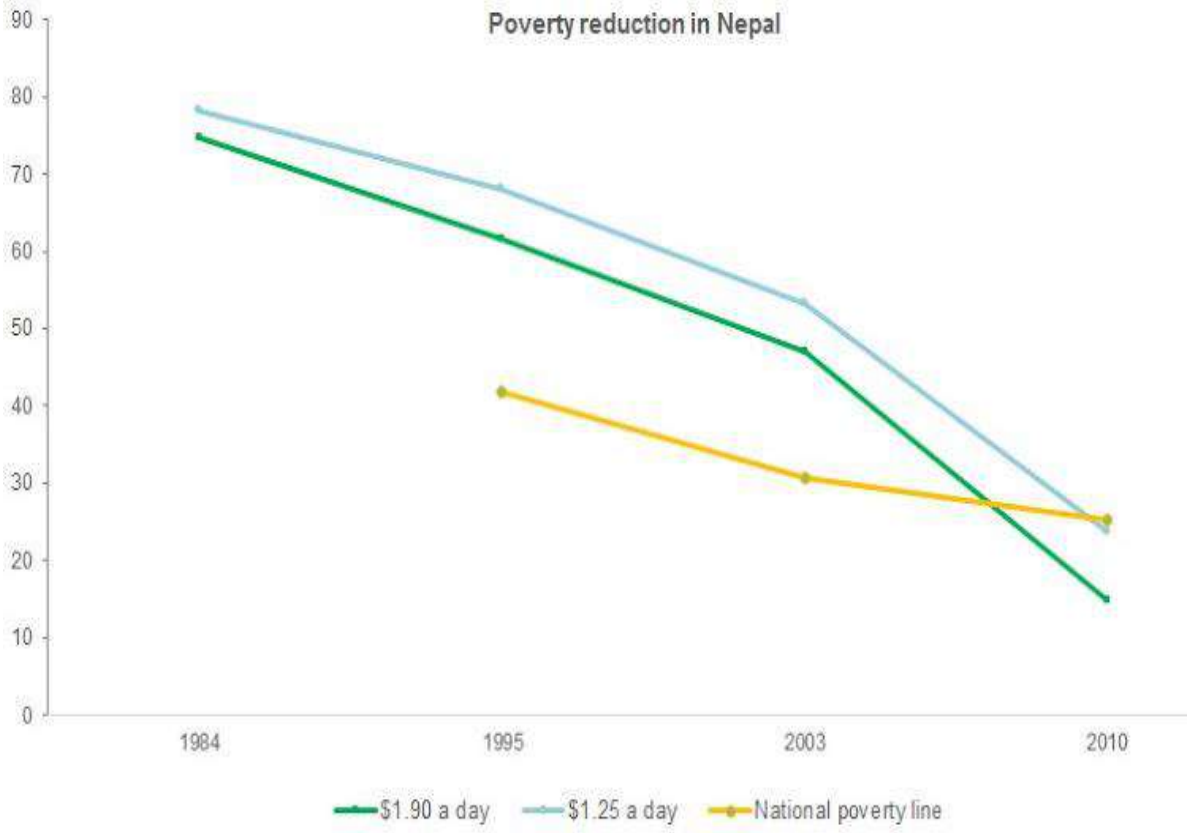
Decrease in Poverty

The growing number of remmittances have helped in the reduction of Poverty in Nepal. Remittances have helped keep current account and BoP in surplus in most of the years since 2000/01 (World Bank, 2006). Most of the emigrants are from a low income family belonging to lower class society, therefore the remmittance sent home are used to finance the family's basic needs for consumption, housing and education. The headcount poverty ratio has declined by 30 percentage points in the 15-year period 1995/96- 2010/11, or by an average of 2 percentage points per year — Increased worked-related migration (internal and international) and remittances sent home are estimated to have directly accounted for 20 percent of the reduction in poverty between 1995/96 and 2003/04, with international migration contributing about 14.5 percent (Lokshin et al., 2007).

The World Bank recently updated its global poverty line, which is now re-estimated at $1.90 a day, up from $1.25 a day earlier. Accordingly, poverty estimates for all countries have been revised, mostly downward.

Nepal's absolute poverty at $1.90 a day stood at 14.9% in 2010, a sharp decrease from 47.1% in 2003 and 61.7% in 1995. Compare this with the estimate based on $1.25 a day (2005 PPP): in 2010 absolute poverty stood at 23.7%, also sharply down from 53.1% in 2003 and 68.0% in 1995. The new poverty benchmark shows a marginal acceleration in absolute poverty reduction, but overall not much difference in rate of decrease over the last two decades.

Figure 2 : Poverty reduction in Nepal



Source : World development Bank

Increased literacy rate

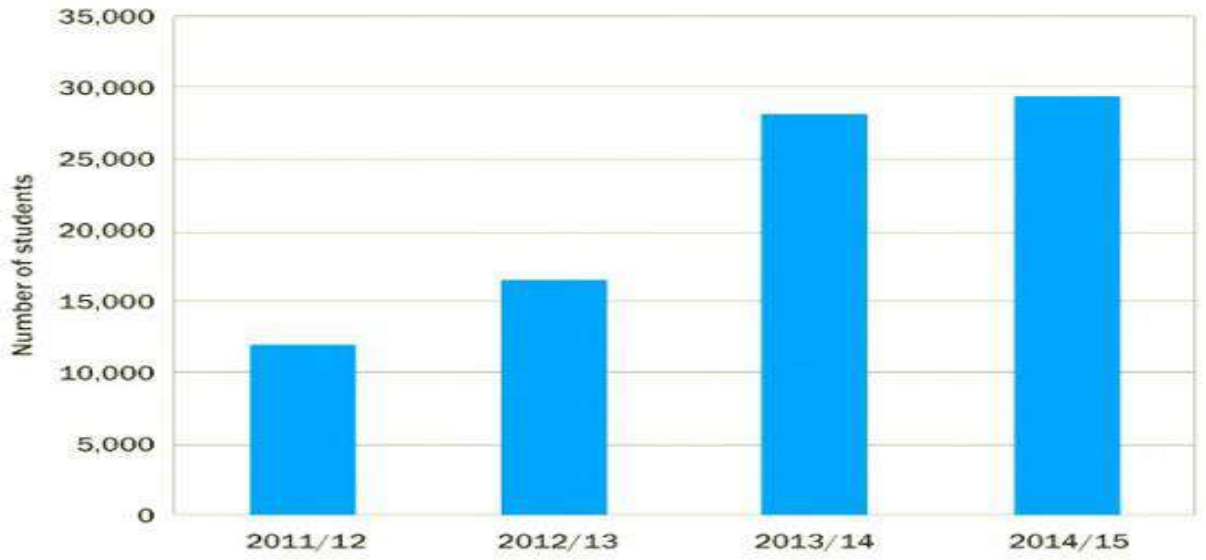
Education is a key determinant of earning potential; educated workers have skills that are more in demand and thus command a higher wage. The study found that only 16 per cent of migrant workers had a high school (i.e. school-leaving certificate) education, while more than half, at 55 per cent, had a lower to secondary level of education (grades 6–10). About 14 per cent of the migrant workers said they were illiterate. (International Labour Migration, 2017)

Gautam (1999) concludes that the literacy and educational status is improving. The social status of the village people has changed. Low caste and lower class people reported that they have now good treatment from the higher caste and class people. It is because they have cash money woth an improved living standards.

The households of emigrant workers were also found to be allocating a significant amount of their income in educational expenses. Consistent with that, study hours at home of their children were also positively affected. This outcome was in contrary with the results some prior studies had revealed that educational efforts of the children of migrant-sending households had adversely affected (Siddhiqi, 2005).

Although the emigrants are mostly illiterate, their remmittance is being used for educating their children abroad. There are almost 1,500 students leaving Nepal for education. The number of Nepali students going abroad for higher education has increased unprecedentedly in recent years,especially in Japan and Austrailia. In Australia, the number of Nepali students grew by just over 50% last year compared to the previous year.Surprisingly, students from Nepal, which has a total population of just 30 million, are now the third largest group of foreign students after the students from India and China, which have huge populations of 1 billion plus. The number of students from Nepal has overtaken the number from Brazil, which was previously the third-largest source for Australia. (Sapkota, 2018)

Figure 3: Ratio of Nepalese students abroad



Source: ICEF Monitor 2015

Increase in Living standards

The income of migrants from the foreign employment has not only increased their personal income but also their social prestige. The rural people lying below the poverty level have succeeded to uplift their economic standard receiving the opportunity of foreign employment.

People working abroad sending remittances to their families have allowed their families to buy certain luxurious items. Even in poor families, they were able to increase a certain amount of their living standards in their day to day lives. (ICEF, 2015)

Economic Impact

Remittance as major component of current account plays a vital role in increasing current transfers in

balance of payments. The basic factors of determining current transfers are grants, workers remittances, pensions and others including excise refund also.

Initially, the share of remittance to GNP was found 1.74 percent in mid-July 1991.This share increased sharply (9.38 percent) after the period of mid-July 1999 and eventually reached to 12.03 percent in mid-July 2005. On average, the share of remittance to GNP was 11.03 percent during the review period from mid-July 2000 to 2005. Under the transfer category of BOP, remittance income increased by 11.65 percent totaling Rs.65.42 billion in 2005 due to the increasing trend of Nepali workers going to Malaysia and Gulf countries for employment (MOF 2006). During that period, the grants and pension also increased by 7.72 percent and 58.06 percent respectively. Thus, from this analysis it is clear that the remittance income has become an important contributor (64.72 percent) to the current transfers in balance of payments of Nepal.

Table: 1 Share of Remittance to GNP (Rs. in Million)

Year		Workers'		GNP at		Share of	
Mid-July	Grants	Remittance	Pensions	Others	Total	Current Price	Remittance to GNP
2000	12874.8	36818.1	5941.0	1318.9	56952.8	392613	9.38
2001	12046.4	47216.1	6309.1	1456.1	67027.7	427447	11.05
2002	12650.5	47536.3	8269.6	1700.9	70157.3	441182	10.77
2003	13842.2	54203.3	7327.3	2392.3	77765.1	472869	11.46
2004	19557.8	58587.6	7906.2	3110.2	89161.8	509700	11.49
2005	21067.2	65416.0	12496.4	2104.8	101084.4	543903	12.03

Sources: Economic Survey (various issues), Ministry of Finance, Government of Nepal.

Main Economic Indicators (May-July), 2005, Monthly Report, NRB: Research Department,

4.2. Negative Impact

Possibility of dutch disease

Taguchi and Lama (2015) research has concluded that Nepal's economy is suffering from Dutch disease; a condition where the economy is too dependent on remittances, lowering the labor force participation, decreasing the competitiveness in the world market, brain drain and slowing economic growth. To a certain extent, remittances have reduced poverty and increased the living standards of people in the rural areas, but there are adverse effects of remittances in Nepal. Nepalese citizens are already suffering from moral hazard problems like increase in conspicuos consumption patterns (drinking and partying), inability to develop a culture of saving, sharp increase in the domestic products, and increase in imports than exports.

The money is being spent on unecessary consumption, and on unproductive culture that does not help

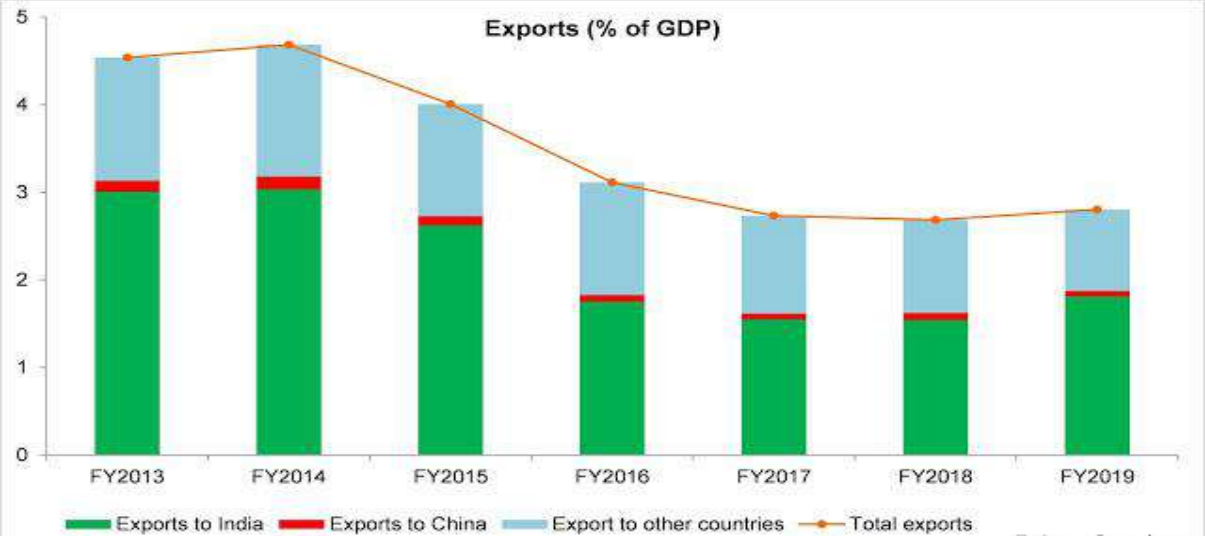
for Nepal's development in any way. A better understanding of their impacts is needed in order to formulate specific policy measures that will enable Nepal to get the greatest benefit from these monetary inflows.

The figure 4 suggests that out of 141 Nepalese working citizens receiving remmitances, 43.3% Nepalese cannot save any amount of money. This pattern suggests that the remmittance income has not been spent productively.

Another common phenomena in Nepal is the excessive drinking and gambling habit from an early age that is deemed as modern Nepali culture. This alarming trend has caused the need to spend money on unproductive things rather than to save.

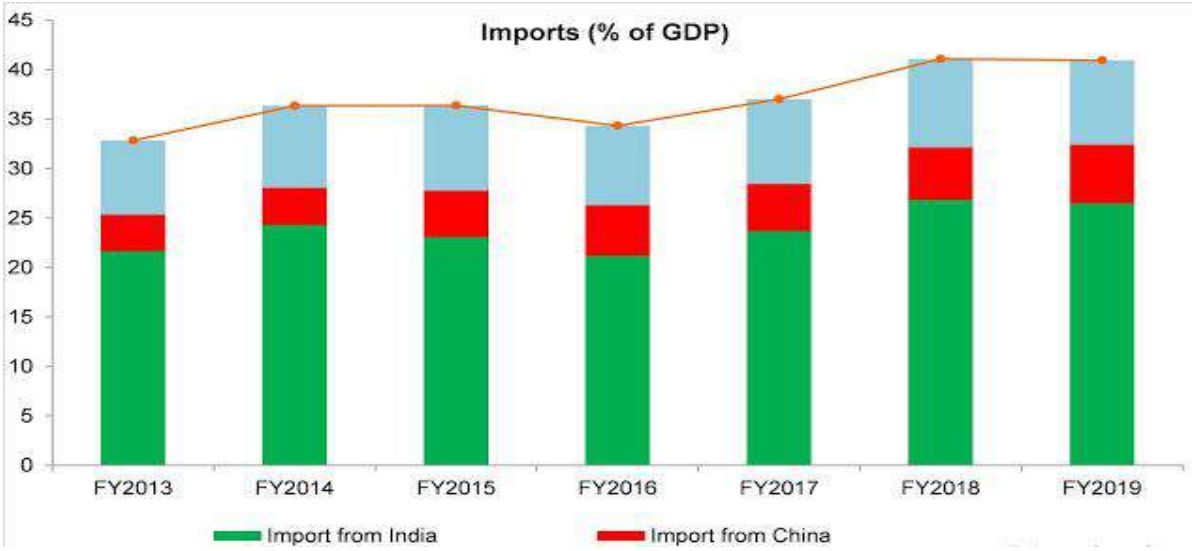
Decrease in Exports and increase in Imports

Figure 4 : Decrease in exports (% GDP)



Source : Nepal foreign trade (2018)

Figure 5 : Increase in Imports (% of GDP)



Source : Nepal Foreign Trade (2018)

This might have an afverse effect on the economy as the remmittance income is being spent on more imports than exports. According to the data from Department of Customs, in US dollar terms, exports increased by 10.3%, reaching US$ 862.6 million. The growth rate of export is lower than last year. Ecports to India exports to China and other countries decreased. Meanwhile, imports gre 5.3%, reaching US$12.6 billion. The growth rate of import is lower than last year, reaching US$11.7 billion.As a share of GDP, exports, imports, trade deficit and total deficit and total trade were 2.8%, 40.9%,38.1% and 43.8% of GDP, respectively. Export to import ration was 6.8.

It implies that half of the additional amount of remittance received by Nepali economy from foreign countries were spent on importing goods. Nepal should reduce import dependency to mobilize remittance in productive sectors that can help to boost economic growth. Its domestic production level needs to be increased through establishment of import substitution industry. At the same time it requires to attract much more remittance. Both policies are vital for achieving desired growth in country's GDP

Brain Drain

Nepal's education ministry data shows that barely 16,504 students had a 'No Objection Certification' letter or NOC, which is required to study abroad, in fiscal year 2013-14. This increased fivefold up to the past fiscal year, 2017-18, with 62,800 students acquiring the certificate to study in 72 different countries.With a lack of specific government records on the number who actually leave the country to study abroad, the NOC is the main reference for statistics. Education consultancies that counsel the students say around 75% who get the NOC actually leave the country.The prospect of a better education and prosperous future is the major reason to leave, the consultancy operators say. But Nepalis also see study abroad as a gateway to working overseas and the consultancies are facilitating this. *(Ghimire, 2019)*

All the young students aged 20-30 leaving the country can cause serious brain drain in the country. Followed by less supply in labour, the country's economy can be seriously affected.

Conclusion and policy recommendations

Through this study, it is clear that Nepal will further increase its remmittance income every year. So far, the advantages of remmittances are progressive for the country's economy, however, the adverse effects are equally dangerous for the country in the long run.

The study shows strong improvements in the living standards of the poor family along with the progress in the eradication of poverty in the country. The remmittance plays a huge role in the balance of payments and settling the indternational credits of the country.

At the same time, it is dangerous for the country's labour supply leading to a slow economic growth. In addition, Nepalese citizens are wasting the remittance income on unnecessary consumption like drinking and partying. There should be a better pattern for the usage of the remittances such as productive investments that can have a positive implication on the country's economy.

If unable to treat the situation, this can further lead citizens to emigrate more. These factors can directly affect the intentions of Nepalese to emigrate.

Without addressing some of the major development challenges facing Nepal, efforts to "channel" remittances or mobilize diasporas will have limited to no impact if the general environment is not considered. While migration offers development potential, it is important that attention to migration and development does not come at the expense of broader development goals and complements replaces these efforts. Thus, government efforts to develop physical infrastructure (such as roads and electricity), combined with the development of education (for example, through an improved technical education and vocational training system) should underpin the more specific recommendations offered here: Develop banking infrastructure, especially in rural areas of Nepal; build confidence in banking systems by offering deposit insurance; pilot incentives to encourage savings.

References

1. 2015. Nepal Living Standards Survey 2010–2011, NLSS III (Kathmandu, Government of Nepal). Available at: http://cbs.gov.np/nada/index.php/catalog/37/download/532 [3 Mar. 2016].
2. Adams, R. H. & Page J. (2005). Do international migration and remittances reduce poverty in developing countries? World development, 33(10): 1645-1669.
3. Aggarwal, R., Demirgüç-Kunt, A. & Peria, M. S. M. (2011). Do remittances promote financial development? Journal of Development Economics, 96(2): 255-264.
4. Asian Development Bank. Basic 2017 statistic. Poverty in Nepal. Asian Development Bank; 2017. https ://www.adb.org/countries/nepal /poverty.
5. Atkinson, A.; Messy, F. 2015. "Financial education for migrants and their families", in OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 38 (Paris, OECD Publishing). Available at: http://dx.doi.org/10.1787/5js4h5rw17vh-en [31 Aug. 2016].
6. Azam, M., Haseeb, M., Samsudin, S. (2016), The Impact of Foreign Remittances on Poverty Alleviation: Global Evidence, Economics and Sociology, Vol. 9, No 1, pp. 264-281. DOI: 10.14254/2071-789X.2016/9-1/18
7. Barajas, A., Chami, R., Fullenkamp, C., Gapen, M. & Montiel, P. (2009). Do workers' remittances promote economic growth? IMF working paper WP/09/153.
8. British Army. Undated. British Gurkhas and GCSPF recruiting (London). Available at: www.army. mod.uk/gurkhas/27898.aspx [10 Mar. 2016].
9. Catrinescu, N., Leon-Ledesma, M., Piracha, M. & Quillin, B. (2009). Remittances, institutions, and economic growth. World Development, 37(1): 81-92.
10. Central Bureau of Statistics (CBS). 2011. Nepal Living Standards Survey 2010/11 (Kathmandu, Government of Nepal).
11. Gaudel, Y. S. (2006). Remittance income in Nepal: Need for economic development. *Journal of Nepalese Business Studies*, *3*(1), 9-17.
12. Ghimire,2019 https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20190301101826555
13. Gibson, J., & McKenzie, D. (2012). The economic consequences of 'brain drain' of the best and brightest: Microeconomic evidence from five countries. *Economic Journal*, *122*, 339–375.doi: 10.1111/j.1468-0297.2012.02498.x.
14. https://kathmandupost.com/money/2019/04/10/nepal-is-19th-largest-receiver-of-remittances-with-81-billion
15. https://www.adb.org/publications/migration-remittances-developing-asia
16. International Journal of Management, Economics and Social Sciences 2019, Vol. 8(2), pp. 116 – 135. ISSN 2304 – 1366
17. International Labour organisation. PROMOTING INFORMED POLICY DIALOGUE ON MIGRATION, REMITTANCE AND DEVELOPMENT IN NEPAL (2017) pp.24-25
18. Kshetry, D.B. 2003. Remittances: Costs and Benefits. Nepal Rastra Bank Samachar 48: 9-12
19. Kunwar, L. S. (2015). Emigration of Nepalese People and Its Impact. *Economic Journal of Development Issues*, 77-82.

20. Lartey, E. K., Mandelman, F. S., & Acosta, P. A. (2012). Remittances, exchange rate regimes and the Dutch disease: a panel data analysis. *Review of International Economics*, *20*(2), 377-395.
21. Lokshin, M., Bontch-Osmolovski, M., and Glinskaya, E. (2010), Work-related migration and poverty reduction in Nepal, Review of Development Economics, 14, pp. 323-332.
22. Ministry of Labour and Employment. (2014). *Labour migration for employment, a status report forNepal*: 2013/2014. Kathmandu: Government of Nepal, Department of Foreign Employment.
23. OECD/ILO (2018) The immigration landscape: Patterns, drivers and policies, In How immigrants contribute to developing countries' economies, ILO, Geneva/OECD Publishing, Paris.,pp. 47-66
24. Pant, B. (2006). Remittance inflows to Nepal: economic impact and policy options. *Economic Review*, *18*, 20-26.
25. Paudel, R. C., & Burke, P. J. (2015). Exchange rate policy and export performance in a landlocked developing country: The case of Nepal. *Journal of Asian Economics*, *38*, 55-63.
26. Rapoport, H. and Docquier, F. (2005), The economics of migrants' remittances, Discussion Paper No. 153, IZA, Bonn-Germany.
27. Ratha, D. 2005. Remittances: A Lifeline for Development. Finance and Development 42: 42-45.
28. Sapkota, C. (2013). Remittances in Nepal: boon or bane? *The Journal of Development Studies*, *49*(10), 1316-1331.
29. Taguchi, H., & Lama, B. (2016). Do Emigrant's Remittances Cause "Dutch Disease"? The Case of Nepal and Bangladesh. *Research in Applied Economics*, *8*(4), 1-14.
30. The good and the bad in remittance flows. IZA World of Labor 2014: 97 doi: 10.15185/izawol.97 | Catalina Amuedo-Dorantes © | November 2014 | wol.iza.org
31. The good and the bad in remittance flows. IZA World of Labor 2014: 97 doi: 10.15185/izawol.97 | Catalina Amuedo-Dorantes © | November 2014 | wol.iza.org
32. Thieme, S., & Wyss, S. (2005). Migration patterns and remittance transfer in Nepal: A case study of Sainik Basti in western Nepal. *International Migration*, *43*(5), 59-98.
33. United Nations (Department of Economic and Social Affairs)2013 International Migration Report 2013. UN Population Division, New York.2016 Transforming our world: the 2030 Agenda for sustainable development. Retrieved from https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld
34. Uruçi, E. and Gedeshi, I. (2003), Remittances management in Albania, Working Papers No 05. Rome: Centro Studi di PoliticaInternazionale.
35. Waheed, O. O., Timothy, A. T., Adebayo, S. M. and Ayodele, O. O. (2013), Effects of remittances on poverty among rural households in Nigeria, European Journal of Sustainable Development, 2(4), pp. 263-284.
36. World Bank. (2011) Large-scale Migration and Remittance in Nepal: Issues, Challenges, and Opportunities (Report No. 55390-NP).: World Bank Poverty Reduction and Economic Management Sector Unit: South Asia Region.
37. World Bank. (WB). (2012). *Global economic prospects: Economic implications of remittances and migration 2012*. Washington DC.
38. Worldbank.org

The Global Indebtedness and Financial Policies of Developed Countries.

Nurana Musayeva

nuranamusayeva96@gmail.com

Summary

An economic crisis is any of a extensive range of situations in which some monetary assets abruptly lose a massive section of their nominal value. In 19th and early 20th centuries, many financial crises were happens which is related with banking panics and recessions encounter these panics. Other situations that are related with financial crisis which are the stock market crashes, bubble economics, currency crisis, sovereign part of the big economic crisis. Nowadays the global financial crisis is more relevant, critical and modern topics for all economists. All countries` economists, financers and others persons do research about this topic. They try to solve challenges of global financial crisis because in money market, banking system and others economic systems shadow economy is existing easily and spreading all other sectors. At the results global economic system is going down.

This note provides an overview of the recent evolution of developing country debt indicators and analyses core challenges to debt sustainability in the context of interrelated systemic issues in the international economy, such as debt-driven global growth dynamics and continued international financial integration. Further, it discusses a range of policy options to mitigate growing debt vulnerabilities in developing economies, at international as well as national levels. These include debt crisis prevention and resolution, where current debt burdens have already become unsustainable. The discussion emphasizes the need for a holistic approach to policy responses at the global and domestic levels, as well as for a differentiated approach to developing countries at different stages of structural transformation.

Keywords: global indebtedness, crisis, developed countries, economic environment, financial policies.

Introduction

UNCTAD estimates that ten years after the global financial crisis, the ratio of global debt to gross domestic product (GDP) at the beginning of 2018 was one third higher than at the beginning of the crisis in 2007/2008, and about four times higher than global GDP1. Although debt growth is a common and global phenomenon, it is the level of debt of developing countries that highlighted future vulnerabilities in terms of debt sustainability. This paper argues that the growing debt of developing countries can only be understood in the context of the conditions and mechanisms created by the global financial system. Although it is generally accepted that the provision of unprecedented levels of liquidity by developed countries to combat weakness and instability in their economy after the global financial crisis of 2007-2008 sowed seeds for the next crisis, making portfolio capital flows to developing countries more attractive; the global financial system that generated the crisis remains in place and continues to influence the debt sustainability of developing countries. Monetary expansion, accompanied by a reduction in the share of borrowed funds in the private sector, weak aggregate demand and volatile financial conditions, contributed little to the growth of private capital. Most of the newly granted loans remained unused or directed to speculative markets. In particular, the lopsided policy response to inadequate demand in the advanced economies made asset markets in developed (and emerging) economies default destinations for international investors seeking higher yields. For some time, this trend encouraged credit expansion in developing countries, appreciated their currencies and propelled commodity prices above the levels justified by market fundamentals alone. These flows have led to increasing indebtedness of developing countries, most notably, emerging market economies, but also some of the poorest countries emerging successfully from the Heavily Indebted

Poor Countries Debt Initiative and the Multilateral Debt Relief Initiative, designed to relieve them from unsustainable debt. In recent years, developing countries have faced renewed financial stress in a context of increased (and, in many cases, premature) connectivity to international financial markets.

It could be argued that the constraints imposed by a world with policy parameters shaped by unregulated international financial markets are particularly binding on developing countries. This point of departure acknowledges that developing countries' vulnerabilities are not due to their failure to organize themselves and to create policy space for themselves; they are largely influenced by global trends over which they have little control. The picture worldwide appears to be one of economic growth that continues to be reliant on debt. This situation is a result of four decades of financial globalization that have undone regulation designed to contain cross-border capital flows, with financial capital chasing existing assets that have little to do with productive investment or employment creation. The returns have increasingly flowed to fewer and fewer multinationals, rather than to households or to the State. Governments have become increasingly diminished in terms of capacity and control, while remaining responsible should debt sustainability become a problem.

While it is unrealistic to expect developing countries to meet their development needs - let alone achieve the Sustainable Development Goals - without recourse to external resources, unregulated capital inflows can lead to exchange rate appreciation, reducing the competitiveness of domestic industry and having.

A negative impact on export earnings. Flows contributing to high levels of indebtedness are associated with increased vulnerability and high precautionary reserve accumulation. These reserves represent forgone opportunities in terms of much-needed investment and social expenditure in developing countries. The inflows to developing countries over the past decade also represent a rise in the accumulation of private, non-financial, corporate debt. The rise in corporate debt in developing countries in the context of liquidity seeking high yields presents a number of complexities for debt sustainability - the productivity of the inflows is questionable - and, given that such debt is contracted at market rates, its serviceability is unknown. When conditions in advanced countries change, developing countries are likely to experience sudden capital reversals.

Global Debt Structure Of World Countries

In recent decades, some emerging economies, particularly those relying on primary exports or low-skill manufactures, have enjoyed export success. However, this success has, in many cases, come at the expense of economic diversification, a key to growth in the long term. Those economies whose export growth is commodity dependent are now beginning to experience severe price shocks, diminishing fiscal and foreign exchange earnings and slower growth; all of which continue to challenge their debt sustainability.

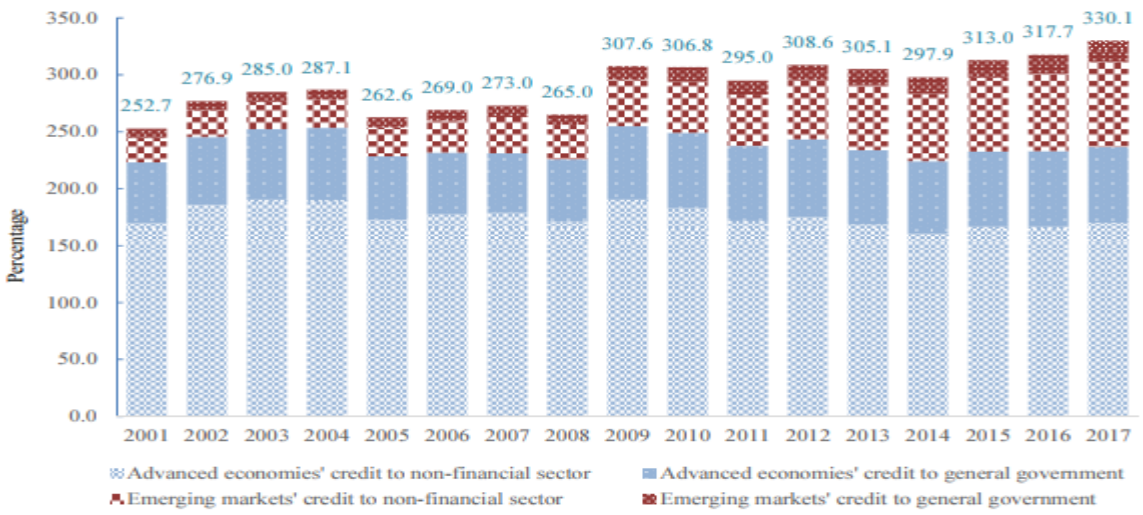
At the international level, what developing countries require most to help with finance structural transformation is long-term access to foreign demand, and thus reliable export markets, to support their emergent domestic growth, and investment to repay external debt. The challenge for the Governments of increasingly vulnerable economies is finding room to manoeuvre to manage debt sustainably, while ensuring growth-inducing expenditure to enhance development. In this report, it is argued that, within the global financial system, developing countries have a limited number of choices, and that, in the

absence of sweeping reform of the global financial system, regional and interregional monetary and financial cooperation and reliance on directed development banking may be a good place to start.

Analysis of debt indicators of developing countries is confounded by poor data availability, quality and country coverage of different debt components and debt financing instruments. Improvement of such data remains an urgent priority, not only to better assess the short- and long-term sustainability of developing country debt, but also to improve debt management strategies and facilitate sovereign debt restructurings.

10 years after the worldwide money related emergency, worldwide obligation levels keep on arriving at new record highs (see figure). The Institute of International Finance gauges that before the finish of March 2018, worldwide obligation stocks had come to $247.2 trillion, up from $168 trillion at the beginning of the money related emergency of 2007-2008 and by almost $25 trillion from a year earlier.2 UNCTAD gauges that the proportion of worldwide obligation to-world (GDP) is about 33% higher than in 2008, with worldwide obligation stocks adding up to multiple occasions worldwide GDP. The high reliance of an unobtrusive worldwide recuperation on obligation reflects fundamental fragilities in worldwide development elements that have continued, notwithstanding the significant stun of the money related emergency. In an arrangement setting where the weight of recuperation has moved to emphatically accommodative money related strategies by national banks in lead economies, worldwide monetary development has remained vigorously dependent on simple financing conditions and transient desires for thanks in resource esteems (Akyüz, 2017: 21).

Figure 1. Global debt by components, 2001-2017 (Percentage of world gross domestic product)



Source: UNCTAD secretariat calculations based on statistics of the Bank for International Settlements; global debt calculated as credit to non-financial sectors from all sectors and credit to general government at market values.

Note: Advanced economies: Australia, Canada, Denmark, euro area, Japan, New Zealand, Norway, Sweden, Switzerland, United Kingdom and United States. Emerging market economies: Argentina, Brazil, Chile, China, Colombia, Czechia, Hong Kong (China), Hungary, India, Indonesia, Israel, Republic of Korea, Malaysia, Mexico, Poland, Russian Federation, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey.

While center financial segments in most created economies have merged their positions and deleveraged generously, administrative escape clauses have encouraged the reappearance of unregulated money related credit default swap (safety net provider) markets "in the shadows", essentially expanding the threat of falling budgetary vulnerabilities in case of a breakdown of hidden markets. All the more for the most part, the financialization drifts that prompted budgetary breakdown 10 years prior – high productivity in money related segments outpacing that in genuine segments, a developing reliance of non-monetary firms on money related exercises for their income streams, the predominance of transient speculation techniques (counting mergers and offer buybacks), just as customer conduct attached to resource bubbles and simple access to credit - keep on flourishing. An extra wellspring of concern is the broadly watched sharp increment in advertise focus in driving non-money related (particularly high-innovation) segments. Together, these patterns result in increased budgetary fragilities, yet in determined descending weights on total interest, pay and business and hence moderate worldwide development.

The bounty of modest credit has supported blasting cross-outskirt private capital streams. Such blasts neglected to help worldwide capital arrangement during the 1990s, and their instability and procyclicality - inflows of modest credit in great occasions and unexpected huge surges of capital whenever there's any hint of potential troubles - were a center reason for creating nation monetary and money emergencies at that point, for example, the Asian budgetary emergency of 1997. The postcrisis period has not seen any improvement in improving the administration of private capital streams for reasons for longer-term profitable venture and advancement. In addition to the fact that private are cross-fringe capital streams today in any event as unstable as during the 1990s, they include bigger extents and progressively articulated inversions. Such inversions - abrupt stops - are progressively determined by outer and worldwide variables, for example, changes to worldwide liquidity and hazard, fixing budgetary conditions and thanks of the dollar, as opposed to by nation explicit elements. By and large, been influenced by private capital stream inversions, regardless of whether Governments advanced solid financial basics, for example, generally low open obligation, little spending deficiencies, low expansion rates and high save possessions.

Simultaneously, the sectoral elements driving expanding obligation weights and potential obligation emergencies have changed. 10 years back, unreasonable family unit obligation in the United States of America and unnecessary getting by budgetary organizations activated calamity. Despite the fact that obligation fuelled family unit utilization is again on the ascent in the United States, this reestablished development of obligation has been quieted by fragmented deleveraging forms from obligation loads collected preceding the worldwide budgetary emergency. The fundamental focal point of stress has rather moved to quick rising non-monetary corporate obligation in created and bigger rising economies, with corporate security markets and non-bank middle people assuming an undeniably significant job. As indicated by Standard and Poor Global, corporate non-money related obligation has become quicker than ostensible GDP for a great part of the previous decade. All around, more than 33% of non-monetary companies are currently profoundly utilized with equipping (obligation to-profit) proportions of or more, up from just 5 percent in 2007, while non-speculation grade corporate securities have quadrupled since 2008. Corporate security markets have become especially quick in enormous rising economies in Asia and Latin America, with around 20-25 percent of corporate

securities at developing danger of default, regardless of still moderately low loan fees (Lund, Woetzel, Windhagen, Dobbs and Goldshtein, 2018: 91).

Financial Condition And Worldwide GDP

This delicate budgetary and financial condition presents genuine difficulties for creating nation obligation manageability. While the main part of worldwide obligation is as yet held in created nations, rising and creating nation obligation rose from just shy of 40 percent of worldwide GDP in 2008 to 93.2 percent in 2017. For creating nations in general, absolute outer obligation stocks are assessed to have come to $7.64 trillion of every 2017, having developed at a normal yearly pace of 8.5 percent somewhere in the range of 2008 and, at least 2017 than 80 percent over the period.

Over a similar period, all out outer obligation stocks expanded from $155 billion to $293.4 billion at all created nations, speaking to a normal yearly development pace of 7.4 percent. Rising economies enrolled a marginally higher normal development rate at 9.5 percent of their outer obligation stocks.

For all developing countries, the ratio of debt to GDP increased from 21.8 percent in 2008 to 25.7 percent in 2017 11. However, this aggregate figure hides more worrying trends in the growing number of developing countries. According to the International Monetary Fund, by 2017, the debt-to-GDP ratio exceeded 70 percent in one fifth of emerging and middle-income countries and exceeded 60 percent in one fifth of low-income developing countries.12 including implicit liabilities such as spending on retirement and health care, these numbers are rising to 112 percent for emerging and middle-income countries and up to 80 percent for low-income countries, respectively. Based on an analysis by the International Monetary Fund of debt sustainability for developing countries eligible for assistance under its trust fund for poverty reduction and Growth14, about 40 percent of low-income developing countries currently face significant challenges. debt, compared with 21 percent in 2013. By mid-2018, the number of low-income developing countries at high risk of or already in the debt crisis increased from 13 in 2013 to 31 (24 high-risk countries and 7 high-debt countries). These categories include 14 of 34 low-income developing countries that have received debt relief through the Heavily Indebted Poor Countries Initiative or the Multilateral Debt Relief Initiative (Greenberger, 2018: 82).

The immediate consequence of the increase in debt ratios is an increase in the debt service burden, even under favorable financing conditions. For developing countries and countries with economies in transition, overall, the ratio of debt to export services rose from 8.7 percent in 2011, the lowest since the global financial crisis, to 15.4 percent in 2016. In 2017, this indicator fell to 13.6 percent, mainly due to the recovery of some commodity prices from mid-2016. In least developed countries, the figure also rose sharply from 4.1 percent in 2008 to almost 10 percent in 2017, while in sub-Saharan Africa it more than tripled from 3.8 percent in 2011 to 12.9 percent in 2017. In poorer countries, interest payments as a percentage of government revenue more than doubled from 5.7 percent in 2008 to 14 percent in 2017 and up to 18.5 percent in sub-Saharan Africa, reaching 30 percent of tax revenue in some Sub-Saharan Africa.

This is approaching debt service burdens last seen prior to the onset of the debt relief initiatives of the early 2000s. Further signs of difficulty include a growing share of short- relative to long-term debt in total external debt stocks, coupled with a significant slowdown in the growth of international reserves.

In addition to the debt relief initiatives of the 1990s and 2000s, growth-oriented macroeconomic policy and public debt management played a role in strengthening external debt sustainability in many developing countries. Equally important were, however, highly favourable external factors, such as low international borrowing costs and booming demand for many developing country exports, allowing Governments to reduce both fiscal and external deficits.

A prominent reform avenue has prioritized improvements to market-based mechanisms already in existence for restructuring sovereign debt, in particular for privately held sovereign bond debt. In addition to State-contingent debt instruments, this debate has largely focused on the increased and more sophisticated use of collective action clauses in sovereign bond issues. These are clauses included in the original debt contract that allow a restructuring to bind all creditors so long as the negotiated agreement receives a threshold level of support specified in advance as part of the contract clause. Other proposals that can be understood as market-based include efforts to clarify the pari passu (equal treatment) provision that came to attention in the context of the litigation of Argentina in United States courts until 2016 (Wheatley, 2018: 57).

Such market-based approaches have the benefit of being voluntary, of being negotiated in advance of any crisis and of allowing for gradual reform, which may be helpful in providing market stability and reducing uncertainty. While this reform avenue targets welcome improvements to private restructuring negotiations, its reach is limited to bond debt and does not apply retroactively to previously issued bonds or address problems of a potential failure in negotiations. Thus, proposals to reform collective action clauses and address the pari passu clause have had little success in limiting the role of uncooperative bondholders (“hold-outs”) and of creditors specializing in distressed debt instruments. While, in the latter regard, some progress has been made at the level of national legislative efforts, this has not extended to the core jurisdictions under which relevant bond contracts are generally issued.

Given these disadvantages, restored consideration has been paid to progressively deliberate ways to deal with changing sovereign obligation rebuilding systems at the multilateral level. UNCTAD has contended since the beginning of the primary significant creating obligation emergencies in the late 1970s and mid 1980s48 that precise exercise systems for sovereign obligation should meet two destinations: They should help forestall budgetary emergency in nations confronting challenges overhauling their outer commitments, and they ought to give components to encourage an impartial rebuilding of obligation that can never again be adjusted by the first agreement. These objectives need not require completely fledged universal liquidation methods, for example, proposed by the International Monetary Fund in the mid 2000 s. A multilateral system for sovereign obligation rebuilding can begin from a couple of fundamental highlights (Cerutti, Claessens and Puy, 2015:86):

(a) A transitory stop for open as well as private obligation, to be proclaimed singularly by the account holder nation and authorized by an autonomous board to stay away from irreconcilable situations;

(b) Standstills ought to be joined by trade controls, including the suspension of convertibility for remote cash stores and different resources held by occupants just as non-inhabitants;

(c) Provision ought to be made for indebted person under lock and key financing, naturally conceding rank status to obligation contracted after the inconvenience of a halt, just as for loaning into overdue debts for financing imports and other essential current record exchanges;

(d) Debt restructuring, including rollovers and write-offs, should take place based on negotiations between the debtor and creditors.

Method

The theoretical and methodological foundations was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Analysis

Due to the growing cases of high debt crisis and default on debts in developing countries, the long-standing debate about the necessary improvements to the existing sovereign debt restructuring mechanisms is gaining new relevance. The existing processes for resolving sovereign debt crises are fragmented, slow and often lead to an unfair distribution of the burden and high economic, social and political costs for the sovereign debtor. Incentives for debtors and creditors alike are such that delaying any official declaration of insolvency as opposed to illiquidity is paramount: Debtor States are reluctant to declare themselves insolvent for fear of triggering a financial crisis at home. Cooperative creditors have an interest in avoiding such havoc to preserve the market value of their assets.

Results

There can be little uncertainty that rising obligation and money related vulnerabilities in the creating scene as of now are quick transforming into an imposing hindrance for manageable advancement all in all, just as for the usage of the 2030 Agenda for Sustainable Development specifically. Enhancement of obligation and monetary pain requires the causes be tended to. Arrangement and administrative estimates that help decrease worldwide capital stream unpredictability and guarantee that outside money can be directed dependably into long haul gainful venture and formative tasks are principal.

Important arrangement conversation and investigation of creating nation obligation maintainability requires an all-encompassing way to deal with change at the global, territorial and local levels. At last, consideration ought to be centered around conditions at all levels that are steady with two fundamental targets: first, to elevate an arrival to positive net asset moves from the created to the creating scene in the short run; and second, to guarantee that, over the long haul, creating nations build up the gainful and fare limits required to decrease their dependence on outer financing and bolster their own improvement procedure. The test of this undertaking is that it requires not just a survey and conversation of a wide scope of approach choices, yet in addition the cautious adjusting of national strategy spaces to react to obligation challenges with universal guideline to help creating nation obligation maintainability.

References:

1. Eichengreen B, Gupta P. and Masetti O, (2017), Are capital flows fickle? Increasingly? And does the answer still depend on type? World Bank Policy Research Working Paper 7972¸B Eichengreen and P Gupta, 2016, Managing sudden stops, World Bank Policy Research Working Paper 7639.
2. Cerutti E, Claessens S. and Puy D., (2015), Push factors and capital flows to emerging markets: Why knowing your lender matters more than fundamentals, International Monetary Fund Working Paper No. 15/127.
3. Cerutti E, Claessens S. and Puy D., (2015), Push factors and capital flows to emerging markets: Why knowing your lender matters more than fundamentals, International Monetary Fund Working Paper No. 15/127.
4. Diez F., Leigh D., and Tambunlertchai S., (2018), Global market power and its macroeconomic implications, International Monetary Fund Working Paper No.18/137; UNCTAD, 2017, Trade and Development Report 2017: Beyond Austerity towards a Global New Deal (United Nations publication, Sales No. E.17.II.D.5), chapter VI.
5. Global Financial Integrity, (2016), Financial flows and tax havens: Combining to limit the lives of billions of people, 5 December, available at www.gfintegrity.org/report/financial-flows-and-taxhavens-combining-to-limit-the-lives-of-billions-of-people/ (accessed 5 July 2018).
6. International Monetary Fund, 2018, Fiscal Monitor: April 2018 – Capitalizing on Good Times, Washington, D.C.
7. International Monetary Fund, 2018, Fiscal Monitor: April 2018 – Capitalizing on Good Times, Washington, D.C.
8. Wheatley J, (2018), Upturn in global debt to pile pressure on emerging markets, Financial Times, 11 July.
9. Amato M. and Fantacci L., (2014), Back to which Bretton Woods? Liquidity and clearing as alternative principles for reforming international money, Cambridge Journal of Economics, 38(6):1431–1452; X Zhou, 2009, Reform the international monetary system, People's Bank of China, 23 March.
10. Greenberger M., (2018), Too big to fail U.S. [United States] banks' regulatory alchemy: Converting an obscure agency footnote into an "At Will" nullification of Dodd-Frank's regulation of the multitrillion dollar financial swaps market. Institute for New Economic Thinking Working Paper No. 74.
11. Reuters S., (2018), Mortgage, groupon and card debt: How the bottom half bolsters U.S. [United States] economy, 23 July.
12. Lund S., Woetzel J, Windhagen E., Dobbs R., and Goldshtein D., (2018), Rising corporate debt: Peril or promise? McKinsey Global Institute Discussion Paper.
13. Lund S., Woetzel J., Windhagen E., Dobbs R., and Goldshtein D., (2018), Rising corporate debt: Peril or promise? McKinsey Global Institute Discussion Paper.
14. Akyüz Y., (2017), External balance sheets of emerging economies: Low yielding assets, high-yielding liabilities, The South Centre; See International Monetary Fund, 2018, External Sector Report: Tackling Global Imbalances amid Rising Trade Tensions, Washington, D.C.

Basic problems of activity SMEs, and the current situation of SMEs in Azerbaijan for small and huge business sectors

Jamila Abdullayeva

djama544@gmail.com

Abstract

This article explores the problems and development of small and medium enterprises in modern economic conditions, recommendations for improving the state support systems for these entities and the role of small business in the case of Azerbaijan. The development of small and medium-sized businesses in Azerbaijan is of particular importance from the point of view of diversifying the economy, increasing import substitution, developing healthy competitiveness, ensuring employment and ensuring economic development. The aim of the study is to support the development of small business in the country by determining the effectiveness of reforms carried out by the government aimed at increasing the activity of small businesses, studying the gaps in the development of small and medium enterprises, identifying weaknesses and the necessary ways to overcome them.

The country is at a new stage in the development of the economy and social life, this is the stage of artificial intelligence, new information systems and automation processes. Identifying weaknesses in SMEs will be the key to overcoming them.

Keywords: Azerbaijan, Business, Small and Medium enterprises.

Introductıon

There is growing recognition of the important role small and medium enterprises (SMEs) play in economic development. Small and mid-size enterprises (SMEs) are businesses that maintain revenues, assets or a number of employees below a certain threshold.

In a civilized market economy, the place and role of small and medium-sized businesses are determined by its functions and real contribution to economic and social development. In the field of small business, most of all innovations are carried out, which contributes to accelerated GDP growth, the creation of additional jobs, and the solution of the problem of the formation of a "middle class", which the most important factor in the social and political stability of society. It is clear that in countries with low per capita incomes, the share of small and medium-sized businesses in GDP is negligible. However, creating an SME does not mean protecting the economy from all risks, because this area includes a wide range of enterprises that differ in their dynamism, technical scope and attitude to risk management issues. Many of them are relatively stable in using technology, in entering domestic and foreign markets, filling important niches in the service sector.

The world experience in market economy clearly demonstrates that the most important condition for the functioning of a mixed market economy is the existence and interaction of small, medium and large enterprises. At the same time, the development of large business is the basis of economic stability through the implementation of fundamental scientific and technological developments. Small business, on the one hand, opposed to big business, overcoming its inherent conservatism, and on the other, it complements and strengthens the large business sector, giving the economy dynamism and flexibility.

Methods

During making this process, based on the analysis and statistical data, it was possible to identify weaknesses in the development of small enterprises, to determine which area attracts investors more to open a new business. The works of economic classics and leading academic economists, laws of the Republic of Azerbaijan, decrees of the President of the Republic of Azerbaijan, as well as orders of the Cabinet of Ministers and other normative documents and statistical data, form methodological basis of the research. With some statistical reports and statistical methods, we have tried to give wide and detailed info about the topic, which included in article. By working out of scientific used general scientific logical methods and methods of research: abstract-logical, functional-structural, economic-statistical, methods of comparative socio-economic analysis. This is the main methods to explain used: exploration method, investigation method, scheduling method.

Analyze

The main reasons for this unfavorable combination of circumstances are economic and administrative barriers. One of them is our often-changing, complicated and extensive legislation. However, we do not have complete information about all changes. You can use the services of professional lawyers, but not everyone in a small business can afford it. Most entrepreneurs are trying to circumvent the already established rules, legislation, from which a deplorable result follows. There are many reasons that can hinder the development of a small business, like any other business. Deciding whether a company is an SME is not as simple as one might think, though.

Significant role is given to SMEs and entrepreneurs in economies all world. They are the crucial generators of employment and income, and drivers of innovation and growth. For example, In the OECD area, SMEs employ more than 50% of the labor force in the private sector. In the European Union, they make up over 99 % of all registered enterprises. Furthermore, 93 % of these enterprises are micro-firms with less than 10 employees (www.statista.com 2018)

One of SMEs advantage over LEs is their flexibility and capability to alter production due to demand. Berry, Rodriguez, and Sandie (2001) argue that in sectors or economies facing rapid changes in the market or economic conditions, such as a sudden macroeconomic downturn, MSMEs are seen as very significant. In Sandie, Addario, and Sulandjari (2000), it is reported that under unpredictable macroeconomic conditions SMEs can be expected to perform better than LEs manufacturing more standardized goods, where it takes time to reorganize the assembly line. Given their significance, they are essential for the economic recovery. Even in non-crisis times governments and regulatory offices realize, that to allow SMEs grow and develop, there must be applied specific set of policies and programs. SMEs have a considerable position as healthy competitors in a country's economy; they promote competition that leads to greater efficiency, lower prices and better-quality goods. (Johnson and Soenen, 2003)

In recent years, various incentive mechanisms have been observed, especially after the post-oil era, in order to improve the business environment in Azerbaijan. In this sense, some small enterprises were established, and improvements noted in the registration and administration of taxes. The number of individual entrepreneurs increased; nevertheless, the role of small enterprises in the country's economy is still limited, and small business does not attach importance to the overall economy. Some restrictions

are associated with the uneven distribution of extra-budgetary funds for informal and technical resources, complex procedures for access to small businesses, such as low-level investment in small businesses, financial and tax issues, financial accessibility, lack of market infrastructure and a number of problems in the current legislation.

In crisis times, these companies are much more vulnerable to economy slowdowns due to following challenges:

1) Difficult to downsize due to already small sizes;

2) Less diversification in their economic activities;

3) Weaker financial structure (i.e. lower capitalization);

4) Lower or no credit rating although they are heavily dependent on credit and they have fewer financing options.

There are two major stress factors for SMEs affecting to financing during crisis: a) increased payment delays on receivables, which caused an internal shortage of working capital and liquidity reduction and b) rise in recorded defaults, insolvencies and bankruptcies.

For example, while short-term solvency problems are experiencing 6-8 percent of the total number of SMEs in Finland during the 2008-2009 world crisis, more than 17 percent of small and micro firms with fewer than 50 employees declared insolvency problems in January 2009. According to ALMI (Swedish State Development Bank), bankruptcies in Sweden rose by more than 50 per cent in the first two months of 2009 compared to the previous year. (The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Responses; OECD, 2009) Increased problems with short-term insolvency lead to difficulties in obtaining financing from bank.

There are many universally recognized advantages of SMEs in economic development. For instance, SMEs are labour-intensive, providing employment opportunities for low-skilled workers, need for countries in transition from an agriculture-based to an industrial and service-based economy, serve as a train for the dissemination of knowledge.

The main goal of the Azerbaijani government is to create conditions for the growth of non-oil and trade spheres; from this point of view, it is important to diversify. The basis for diversification is the creation and promotion of an appropriate environment for entrepreneurship, which is important for Azerbaijan. World experience has a significant impact on small businesses in terms of employment, competitiveness, sustainability and overall economic growth.

Micro business includes enterprises with an average number of employees of 10 people, annual income up to AZN 200 thousand. Small business is considered an economic entity with an average number of employees from 11 to 50 people; annual income ranges from AZN 200 thousand to 3 million. Among the medium enterprises are entrepreneurs whose annual income is from 3 million manat to 30 million manat, the number of employees is from 51 to 250 people.

Table 1: Criteria of determination of small enterprises in Azerbaijan

Entrepreneurship Category in terms of size	Average Number of Employees	Annual Revenue
Small	Up to 25 employees	Up 200 thousand AZN
Medium	Between 25-125 employees	Between 200-1.250 thousand AZN
Large	More than 125 employees	More than 1.250 thousand AZN

Source: AR Cabinet of Minister's order 29th December 2018, www.cabmin.az

The majority of Azerbaijani SMEs are concentrated in relatively low value-added areas such as trade and repair of vehicles, transportation and storage, accommodation and restaurants and other services. This explains their overall low contribution to the economy. A large proportion of enterprises have been involved in wholesale and retail trade, repair of cars and motorcycles, agriculture, forestry and fisheries, construction, processing industry, professional, scientific and technical fields. The centre of diversification is the development and encouragement of an effective atmosphere for entrepreneurship, which is important for many reasons for Azerbaijan. Given fluctuating prices, uncertainty about future of oil and gas output within local economy is increasing.

Azerbaijan's business climate suffers from a large informal economy, widespread corruption, and holding companies that dominate significant portions of the non-oil economy. Small and medium enterprises are often crowded out of the market by larger players who enjoy both economies of scale and privileged access to the government.

Constraints in Azerbaijan in terms of SME development and growth

According to the Islamic Cooperation for Private Sector Development (ICD), access to capital, tax rates and corruption are main constraints to SME growth in Azerbaijan. ICD survey results indicate that access to finance is very critical, and the number of people citing it as a big restriction is 9% higher than the global average, at 16% .(Islamic Corporation for the Development of the Private Sector, 2012)

Another constraint is that majority of SMEs are concentrated in Baku and Absheron district, leaving regional entrepreneurship stagnating and not improved, as compared to Absheron and Baku. Based on the statistics of Ministry of Economy, Baku accounted for nearly 56% of all enterprises in Azerbaijan (Ministry of Economy of the Republic of Azerbaijan report, 2019).

SMEs have little ability to access loans from commercial banks. One explanation for this finding is that banks offer very high interest rates, especially while bank favour short-term loans, which threaten SME's balance of payments. A non-possessory security interest, which allows the creditor an ability to hold equipment and use it as collateral, is a significant aspect of modern secured transaction structures, which in Azerbaijan is undeveloped due to the lack of a collateral register and supporting legal structure. The banks often need collateral in the form of immovable property that hinders the financial situation of SMEs. According to an EBRD survey entitled 'Business Climate and Enterprise Efficiency,' more than 45% of all enterprises in Azerbaijan are discouraged from borrowing. (EBRD, 2014)

There was also observed a tendency of preference to register as individual entrepreneurs. In addition, there are some factors explaining this:

1) The registration process is easier and shorter for individual entrepreneurs;

2) It is cheaper to register as individual entrepreneur, taking into consideration license and permission;

3) Ministry of taxes does not have a list of registered individual entrepreneurs, so tax inspections occur not as often as for SMEs.

Also lack of trust in legislative institutions and high corruption rate in courts play key role in perception of local entrepreneurs of business atmosphere as at very least unfriendly even with all improvements in legal framework made by government. Although recently was introduced e-government, increasing overall transparency of business environment.

Majority of entrepreneurs emerged during first years of independence after Soviet Union collapse. In the beginning of 1990-s privatization process had started. Therefore, former political clericals, directors of factories, restaurants and other wealthy representatives of soviet society, abandoned principles of Marxism-Leninism and entered into possession of respective trade and production objects. Significant national economic transition has led to a strong demand for technical reconversion. Thus, there is a disparity between the demands of the local job market and the labor force's technical skills, resulting in a shortage of sufficiently qualified workers and a workforce that is inadequate for the local and national sector. With no western business education and background, these entrepreneurs have been continuously implementing out-of-date techniques and strategies, what put local entrepreneurship and production output in disadvantage in comparison with imported goods.

Azerbaijan also has a law on insurance, according to which property insurance by both individuals and legal entities is mandatory. Entrepreneurs are insured at a lower cost because they are confident that an emergency cannot happen to their business. They see insurance as an additional financial burden, so they try to minimize their costs. For example, if the real value of his property is 10 million manat, then the amount of insurance premiums should be 20 thousand manat. Therefore, for example, property was insured for 1 million manat and paid instead of 20 thousand manat - 2 thousand in order to receive a document showing it every time during the Ministry of Emergencies inspections, and not be fined. Thus, businesspersons shy away from full compulsory insurance. Insurance companies should not take this lawless step, but must insure the full value of the property, otherwise in case of an emergency the entrepreneur will not be able to compensate for the losses.-(Rashad Hasanov, 2017)

There are also problems in the property system, informational, personnel support of small business. Surplus space, underutilized capacity and equipment existing enterprises are practically not available to small enterprises due to the presence of objective and subjective reasons that impede transfer of this property.

Overview of small-size entrepreneurship policy

Recent country reforms have produced more favourable conditions, relative to previous years, to grow individual and small-scale entrepreneurship. Azerbaijan has adopted a range of legislative acts aimed at regulating small and medium-sized business growth, including a system of economic and legal relations. Example include the Entrepreneurship Law, the Small Business State Aid Law,

The State Registration and State Register of Legal Entities Act, etc. At the same time, several steps have been taken by Azerbaijan to improve the political, institutional and operational framework for SMEs. The Government of Azerbaijan did not have a policy or plan for SMEs until 2016. There was, however, a "Strategic Road Map on Consumer Goods Development at Small and Medium Enterprises in the Republic of Azerbaijan," authorized by the President's decree.

At the same time many state programs, such as the Poverty Reduction Program (2008-2015), the Food Security Program (2008-2015), the Socio-Economic Development Plan of the Regions (2014-2018) were conducted for entrepreneurial growth and related aspects.

Established Agency will play a leading role in excellence in development KOS activities in Azerbaijan. The aim of the new agency will be increase in the number of subjects SMEs operating in Azerbaijan as well as an increase in the share of these business entities in GDP in line with goals set for 2020. (www.cabmin.az)

Azerbaijan has been working over the past few years to improve its regulatory system by introducing a series of reforms in the tax, customs and regulatory systems. A presidential decree in April 2019 launched a series of judicial reforms, which are currently under development. The business community in Azerbaijan reports significant improvements in customs declarations and fees following customs reforms in 2018.

Support services to SMEs in Azerbaijan

There are clearly recognizable sets of organizations such as the Baku Business Training Centre (BBTC) and its seven regional offices, the National

Fund for Entrepreneurship Support, the Export and Investment Promotion Foundation and ASK, promoting small and medium-sized enterprise training to develop SME management skills. Unfortunately, there is no centralization and lack of cooperation between these agencies.

The Ministry of Economy currently oversees a number of SME support initiatives. One of them is the Baku Business Training Centre (BBTC), which provides training and seminars on a range of topics through seven regional centres and organises more than 120 training events and workshops annually, engaging both local and international experts. Moreover, the Ministry of Economy recently opened new business incubators in the Guba-Khachmaz and Aran economic regions. The Ministry of Economy is also in charge of is issuing investment promotion documents, which exempt companies and individual entrepreneurs from a number of tax and custom duties.

Micro, small and medium businesses in Azerbaijan currently use a number of state support mechanisms, including soft loans. The Business Development Fund of the Ministry of Economy, the State Fund provide these loans for Information Technologies Development of the Ministry of Transport, Communications and High Technologies and the Agricultural Credit and Development Agency of the Ministry of Agriculture, along with other strategic directions of development, among our priorities.

The Licences and Permits Portal launched in March 2018, allowing users to apply for licences and permits online. Meanwhile, the Enterprise Azerbaijan portal provides foreign and local investors with

information on investment opportunities, creating the potential for linkages between investors and local SMEs seeking financing.

According to the Business Forum statistics for 2019, the following improvements have been identified:

- Registering property-Azerbaijan made registering property easier and more transparent by increasing the coverage of its cadaster and digitizing cadastral plans. Azerbaijan also made property transfer more difficult by making it mandatory to deposit funds into the notary deposit account.
- Protecting minority investors-Azerbaijan strengthened minority investor protections by imposing liability on directors for unfair related-party transactions. But Azerbaijan made paying taxes more difficult by adding a new labour contribution. The “Paying Tax” indicator includes payments for the firm's compliance with all tax rules (by number per years), time (by hours per year), total tax rate (as a percentage of the profit) and post-filing processes (this includes the amount of time spent on replacements and refunds of VAT payments, and on corporate income tax adjustments). The 2020 report shows that the number of tax payments in Azerbaijan was 9, the time spent 159 hours, the total taxes and their contribution to profits was 40.7%, and the post-process index was 83.8 out of 100 points.-Doing Business report (2019)
- Getting credit-Azerbaijan strengthened access to credit by allowing nonpossessory security interests in one category of movable assets without any restrictions on the use of inventory, including future assets extending automatically to products, proceeds, and replacements of the original collateral.

Conclusıon

Small business is an essential component of the development of economic reforms, designed to become the driving force behind the formation of market relations and influence the socio-economic development of the country. Azerbaijan has worked to improve its regulatory system over the past several years, adopting a series of reforms to the tax, customs, and regulatory systems. The state policy of supporting small business has become an independent systemic direction of the socio-economic policy of the state. It is based on the principle of creating favourable conditions for the development of small business, especially in those areas of activity that give the maximum socio-economic effect.

Thus, in my opinion, the general perspective directions of state activity on support and development of small business should become:

- Formation of the mechanism, promoting the interest of authorities of different levels in the development of this segment of the economy and ensuring the adequacy of the legislative base and taxation mechanism to the current conditions;

- Stimulating the activities of organizations specializing in the creation and introduction of modern investment technologies, providing preferential lending to small and medium-sized enterprises and their collective voluntary associations;

- Development of the infrastructure to support small and medium-sized businesses as part of the implementation of relevant federal programmes;

- Promotion of small and medium business activities by the state mass media or at the expense of state funds.

Activation of sources of growth and competitiveness of the country in the XXI century involves: firstly, the implementation of the scenario of accelerated diversification of the Azerbaijani economy, the main direction of which is the accelerated development of processing sectors (primarily high-tech), the service sector, as well as increasing the degree of processing of raw materials; secondly, the restructuring of industry in order to improve its organizational structure, ensuring the reduction of transaction and administrative costs, working capital savings, the integration of science and production, effective management with the formation of competitive domestic corporations.

References

1. Bayramov V, Hasanov R.,2017.A Comparative Study on Development of Small and Medium Enterprises in Azerbaijan, pp.7-8 , p.1-27
2. Mammadli G. and Stasiak-Betlejewska, Renata,2016. Factors Affecting Success of SMEs in Azerbaijan.
3. Hajiyeva S.,2014.The current state of small and medıum-sızed enterprıses ın the Republıc of Azerbaıjan and theır prospects.
4. Jarvis, R., Kitching, J., Curran, J. and Lightfoot, G., 1996. Performance measures and small firms.
5. Doing Business report,2020 .Economy Profile Azerbaijan
6. Doing Business report ,2019.PwC pp.8-9 ,p 1-24
7. Н. П. Кондраков ,Основы малого и среднего предпринимательства. Практическое пособие.
8. www.stat.gov.az
9. www.president.az
10. www.usitc.gov
11. www.oecd.org
12. www.smb.gob.az

The Primary Determinants of SME Performance in Azerbaijan

Brilyant Humbatova

b.humbatova@gmail.com

Abstract

This paper aims to discover which determinants of SME performance are important in the context of Azerbaijan. The study approached the problem from the perspective of SME owners and a survey was conducted in order to learn their opinion. As the magnitude of the factors impacting SMEs can differ from country to country, this study assessed the situation in the context of a particular country

The survey questions were organized around 6 key factors of SME performance which have been cited in academic research thus far. These factors are regulatory framework, market conditions, infrastructure, access to finance, access to skills and access to knowledge assets. Likert scales have been used to code the responses in a numeric way.

The results indicated that the most important three factors for SME performance in the country are access to financing, market conditions and regulatory framework. Access to skills was given a mediocre rank whereas the existence of infrastructure and knowledge assets was deemed to be of low importance. Hence, whereas all factors are important for the development of SMEs, the opinion of SME owners in the country provided useful insights into which of these factors are considered the most important. The limitation of the study was that it could not include representatives of all industries in the study in order to have more comprehensive information due to time limitations.

Keywords: SME performance, access to finance, regulatory framework, market conditions, access to financing

Theoretical Overview

Factors affecting SME performance in theory/Generic approach

The research paper aims to determine which factors in Azerbaijan determine the successful performance of SMEs.

Creating a conducive environment for the development of SMEs has become one of the priority areas for many governments (Koirala, 2018). This is particularly the case for developing nations as SMEs contribution as an incubator for innovation is well-known. Various theoretical frameworks have been analyzed in conjunction with practical observations so that key factors shaping up SME performance can be determined. However, these factors are rather broad and cannot be applied to every country and context (Schaper & Balckburn, 2012).

To summarize briefly, such elements as the ownership type, the characteristics of entrepreneurs running the business, skillset of employees, access to financing, regulatory environment in the country, the adoption and successful application of information communication technologies and many others might affect the success of SMEs (Koirala, 2018).

Nevertheless, these factors have been discussed broadly in the literature and their importance varies depending on a country (Fischer & Reuber, 2000). Therefore, it is necessary to test the importance of factors affecting SME performance for the country assessed. In this study, the performance of SMEs in Azerbaijan has been investigated from the perspective of SME owners.

Model of SME performance

The following model of SME performance has been adopted from academic literature and this framework encompasses a comprehensive set of factors impacting SME performance. Based on each

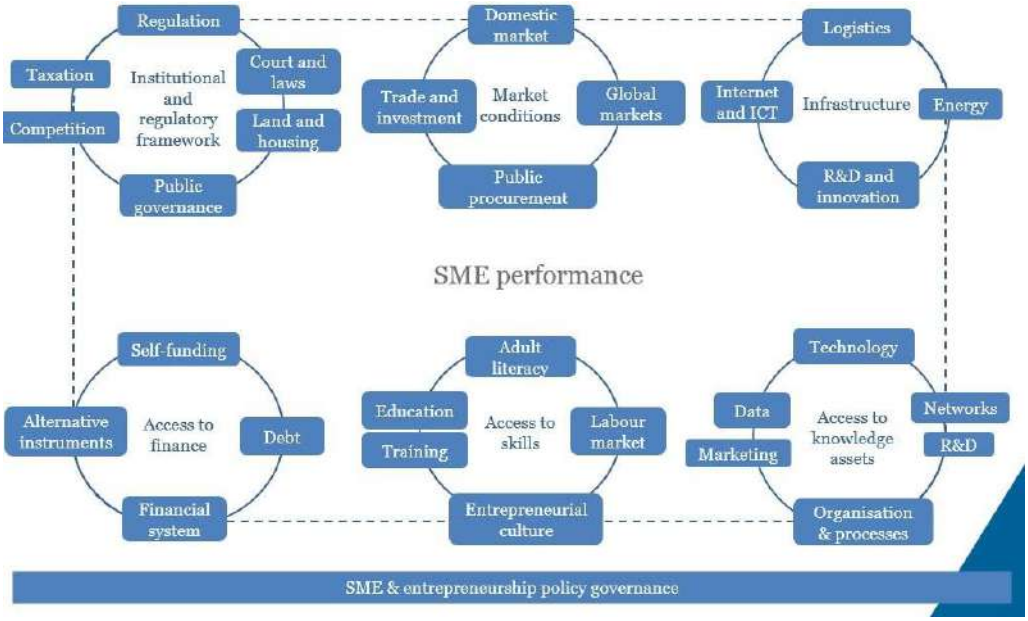
of these factors, the survey questions have been developed and distributed among respondents as will be discussed in the methodology section.

The model is composed of 6 circles or 6 groups of factors that together constitute the performance of an SME.

The first circle contains the element of public governance which includes such factors as court system in the country, its regulations and competition (Koirala, 2018).

The second circle is made up of market conditions which are domestic and global market conditions that might have an impact on SME performance (Karami, 2007).

Model 1. Factors affecting SME performance



Source: OECD SME and entrepreneurship outlook

Yet another group of factors is infrastructure. Indeed, R&D, logistics and ICT are among the most important resources for businesses to survive and SMEs are no exception. Hence, the existence of an effective infrastructure in place would boost the performance of SMEs (Fischer & Reuber, 2000).

Furthermore, access to finance is one of the challenging areas for SME performance and granting an access to sufficient sum of investments can be an important step in the success of any SME (Schaper & Balckburn, 2012).

Access to skills is often vital as human resources determine the success or failure of SMEs in many instances (Harvie & Lee, 2002).

Knowledge assets are usually accumulated over years but some SMEs can make important leaps in R&D and become the pioneers in their industries (Karami, 2007). Thus, the necessity of access to knowledge assets is often a crucial factor for SMEs.

A combination of several of the mentioned factors usually impacts the success of an SME depending on industry, country and many other variables (Schaper & Balckburn, 2012).

This research will investigate the impact of these factors on the performance of SMEs in the context of Azerbaijan.

Methodology Of The Research

Strategy of the research

The research has been conducted in accordance with a survey strategy. Survey questions have been developed in line with the Model 1 demonstrated above. Questions about all 6 elements of SME performance have been included in the surveys in order to determine which of them have an important influence over the performance of SMEs.

Data collection and sampling

Data have been collected from a group of SMEs from different types. The researcher used her contacts/network to contact various SME owners from different industries in order to distribute the questions of the survey. Hence, the research was conducted from the perspective of SME owners in Azerbaijan. As people who are directly in business, they are in the best position to express their opinion regarding which factors are most important for the performance of their business.

Regarding sampling, convenience sampling has been used in order to select the sample from the most available group to the researcher due to the impracticality of searching for many SME owners with whom the researcher has no acquaintance. In sum, 45 SME owners have filled the survey questions and their input has been used in drawing conclusions.

Results And Findings

Firstly, the questions in the survey about the importance of various factors affecting SME performance were expressed in Likert scale and questions asked how important the factors were. The answers to the questions were one of “Very important”, “Important”, “Neutral”, “Low importance” and “Not at all important”.

Table 1. The importance of factors affecting SME performance in Azerbaijan

	Average
Regulatory framework	4.0
Market conditions	4.2
Infrastructure	2.5
Access to finance	4.7
Access to skills	3.9
Access to knowledge	2.5

The mean scores from the answers to the survey questions have been presented in Table 1 which shows the importance of various factors. It can be seen that the most important factor in SME financing has been access to financing. Survey participants have particularly highlighted the necessity of gaining an access to a secure source of funding for the success of their firm.

Secondly, market conditions such as the general state of economy has been emphasized as very important for SME success. A possible negative impact of macroeconomic instability on small businesses can be acute and entrepreneurs are aware of this.

Regulatory framework has come third in importance as this factor determines policy support for SMEs and general macroeconomic conditions in the country.

Access to skills has also been indicated to be important for SMEs and many SME owners highlighted that this element will be even more crucial in the future.

The importance of infrastructure and knowledge assets has been given rather low ranks by the respondents.

Limitations

It should be emphasized that the research would be more informative if the survey results were used in the regression and performance variables such as ROE, ROA and net profit margin were included in the regression model in order to find out how the identified important factors by SME owners can indeed affect the financial performance of SMEs. However, a lack of data on the performance of these SMEs and unwillingness of SMEs to provide this data impeded the conduct of the research in this manner.

Conclusion

In summary, the research has determined that access to finance, general market conditions and macroeconomic factors in the country and regulatory framework are the most determinants of SME performance in Azerbaijan. Furthermore, access to skills has been ranked as a factor with mediocre level of importance.

References

1. Fischer, E., & Reuber, R. (2000). *Industrial Clusters and SME Promotion in Developing Countries.* Commonwealth Secretariat.
2. Harvie, C., & Lee, B.-C. (2002). *Globalisation and SMEs in East Asia, Volume 1.* London: Edward Elgar Publishing.
3. Karami, A. (2007). *Strategy Formulation in Entrepreneurial Firms.* London: Ashgate.
4. Koirala, S. (2018). *SMEs: Key Drivers of Green and Inclusive Growth.* London: OECD.
5. Schaper, M. T., & Balckburn, R. A. (2012). *Government, SMEs and Entrepreneurship Development: Policy, Practice and Challenges.* London: Gower Publishing.

Aqrar Sahədə İnnovasiyalardan İstifadə Meylləri

Məlahət Rəhimova

rehimova77@list.ru

Xülasə

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində innovasiya tətbiqi məhsuldarlığı və mənfəəti artırdığından, istehsal olunan məhsullarla yeni bazarlara daxil olma və mövcud bazarların böyüdülməsi təmin edildiyindən o həm də əhəmiyyətli rəqabət vasitəsi kimi çıxış edir. Xüsusilə qlobal rəqabət mühitində innovasiya bütün iqtisadi proseslərə müsbət təsir etdiyindən müəssisələri ciddi üstünlüklərlə təmin edir. Kənd təsərrüfatında innovativ fəaliyyət yeni tədqiqatların nəticələrinin istehsalata tətbiqinə əsaslanan istehsal sferasının formalaşdırılmasını və onun davamlı olaraq təkmilləşdirilməsini, texnologiyaların, idarəetmə sistemlərinin inkişafı üçün müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. İnnovativ yanaşmanın köməyi ilə istehsal və texnoloji gerilikləri aradan qaldırmaq, səmərəli iqtisadi artım yolu ilə bütövlükdə aqrar sferanın rəqabət qabiliyyətini təmin etmək mümkündür. Aqrar sferada innovativ resurslardan istifadə mövcud analoqlara

nisbətən funksionallığın əhəmiyyətli dərəcədə artmasına gətirib çıxarır. Yeniliklərin yaradılması və təkmilləşdirilməsi, bir məhsul və ya ümumilikdə istehsal prosesində daimi bir inkişafdır. Aqrar sferada yeniliklərin təsnifatı və istehsalata tətbiqi kənd təsərrüfatının xüsusiyyətləri ilə yanaşı innovasiya prosesinin məzmunu, şərtləri və müddəti ilə əlaqəlidir. Bu amili nəzərə alsaq innovasiya prosesini yeni proseslərin, məhsulların, təşkilati strukturların və idarəetmə metodlarının axtarışı, inkişafı və təkmilləşdirilməsi kimi xarakterizə etmək olar.

Açar sözlər: innovasiya, keyfiyyət, qiymətləndirmə, stimullaşdırma, təkmilləşdirmə.

Giriş

Müasir dövrdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafında innovasiya amili mühüm rol oynayır. Bu baxımdan hazırda aqrar sahənin inkişafının başlıca istiqaməti innovasiyaların istehsalda payının əhəmiyyətli dərəcədə artmasının təmin edilməsidir. Belə bir istiqamətin müəyyənləşdirilməsi və istehsalatda innovasiya tətbiqinin genişləndirilməsi aqrar sahənin dayanıqlı inkişafını şərtləndirməklə məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına, rəqabət qabiliyyətli istehsala və bütövlükdə müəssisələrin rəqabətə davamlığının yüksəldilməsinə zəmin yaradır. Ölkəmizdə aqro-sənaye sferasında innovasiya prosesinin tətbiqi inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə müəyyən qədər ləng gedir. Bu isə aqrar sahənin inkişafına və onun səmərəliliyinə mənfi təsir etməklə aqrar sahədə məhsuldarlığın aşağı düşməsinə və istehsalın azalmasına səbəb olur.

Aqrar sferanın iqtisadi inkişafının təmin edilməsi bu sahənin innovativ resurslarla səmərəli şəkildə təmin olunması və innovasiya potensialının gücləndirilməsi strategiyasının hazırlanmasını tələb edir. Bu baxımdan texniki yeniliklərin yaradılması və istehsalatda geniş istifadəsi, elmi potensialın inkişafı, o cümlədən elmi-tədqiqatların genişləndirilməsi və nəticələrinin istehsala tətbiqi prioritet təşkil edir. Qeyd edilən istiqamətlər hesabına kənd təsərrüfatı müəssisələrinin keyfiyyətcə modernləşdirilməsi və innovativ inkişaf yoluna keçməsi bütövlükdə aqrar sferanın strateji inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirir.

Kənd təsərrüfatının uğurlu inkişafının təməli uzunmüddətli əsaslara söykənən ardıcıl dövlət dəstəyi ilə bağlıdır. Bu baxımdan kənd təsərrüfatının innovativ inkişafa keçidi dövlət tərəfindən müvafiq infrastrukturun inkişaf etdirilməsini, istehsalçılar üçün məsləhət və məlumatlandırma sisteminin formalaşdırılmasını, mütəxəssislərin hazırlanması və yenidən hazırlanmasını, habelə innovativ inkişaf edən təsərrüfatçılıq subyektlərinin iqtisadi dəstəyin effektiv formaları ilə təmin edilməsini tələb edir. Ümumi formada innovasiya sisteminin inkişafı elmi və texniki siyasətin tərkib hissəsini təşkil edir və bu sistemin əsas məqsədi intellektual potensialdan səmərəli istifadə və dayanıqlı iqtisadi inkişaf əsasında əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasıdır. Əhalinin həyat səviyyəsini müəyyən edən əsas amillərdən biri isə məhz insanları zəruri məhsullarla təmin edən kənd təsərrüfatı sahəsidir. [4]. (Алексеева, 2018).

Aqrar sferada innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsində əsas məsələlərdən biri elmi-tədqiqat sektorunun strukturunun və inkişaf tempinin kənd təsərrüfatının və ayrı-ayrı seqmentlərin yeni texnologiyalara artan tələbatını tam şəkildə ödəməməsidir. Eyni zamanda, təklif olunan elmi nəticələr əksər hallarda istehsal strukturlarının innovasiyalara aşağı həssaslığı, gəlirlərinin aşağı səviyyəsi səbəbindən lazımınca istifadə edilmir [5]. (Асаул, Перевязкин, Старовойтов, 2008).

Qeyd etmək lazımdır ki, innovasiya tətbiqi kənd təsərrüfatının orta və uzunmüddətli iqtisadi inkişafında strateji baxımdan əhəmiyyətli rol oynamalıdır. Çünki yalnız innovativ yanaşmanın köməyi ilə istehsal və texnoloji gerilikləri aradan qaldırmaqla, səmərəli iqtisadi artım yolu ilə bütövlükdə aqrar

sferanın rəqabət qabiliyyətini artırmaq mümkündür. Məlumdur ki, dövlət bu problemlərin həllində, innovativ inkişaf üçün hərtərəfli proqram hazırlamaqda, prioritetləri müəyyənləşdirməkdə və birbaşa və dolayı tənzimləmə tədbirləri sisteminin qurulmasında fəal rol oynamalıdır. Eyni zamanda, kənd təsərrüfatının inkişafı üçün struktur baxımdan yenilikçi strategiya aqrar sferanın elmi-texnoloji sisteminin inkişafı üçün prioritet istiqamətlərlə birləşdirilməlidir.

Aqrar sahənin inkişafında elm sahəsində qazanılan müsbət nailiyyətlər öz sözünü deyir. Aparılan elmi-tətqiqat işlərinin nəticəsi bir daha göstərir ki, dövlətin bu sahəyə dəstəyi artmaqdadır. Tədqiqatların elmi cəhətdən əsaslandırılmasında əsas istinad mənbəyi kimi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Elm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu və digər müvafiq qanunvericilik aktları, Dövlət Proqramlarında, o cümlədən IV "Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramı"-nı, və Azərbaycan Respublikasında "Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi" ni göstərmək olar. (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Proqramı [AR], 2016), (ARDP, 2019), (Azərbaycan Respublikasının Qanunu [AR], 2016,)

Bu sənədlərdə ölkənin aqrosənaye sektorunda innovativ inkişafın təmin olunması üçün aşağıdakı problemlərin həll edilməsi əsas məqsəd kimi qarşıya qoylmuşdur.

1. aqrar sahədə elmi tədqiqatların prioritetlərinin müəyyən olunması və nəticəyönümlüyünün artırılması;
2. elmi tədqiqatların aparılmasının təşviqi mexanizminin işlənib hazırlanması;
3. aqrar sahədə profilli elmi tədqiqat institutlarının müasir laboratoriya, cihaz və avadanlıqlarla təminatının yaxşılaşdırılması;
4. aqrar sahənin ehtiyaclarına cavab verən informasiya-məsləhət xidməti şəbəkəsinin formalaşdırılması;
5. elmi tədqiqatların nəticələrinin informasiya-məsləhət xidmətləri vasitəsilə fermerlərə ötürülməsinin təmin edilməsi;

Araşdırmalar göstərir ki, yüksək texnologiyalara və elmi təcrübəyə əsaslanan innovativ fəaliyyət kənd təsərrüfatının iqtisadi dayanıqlığının əsasını təşkil edir və kənd təsərrüfatı istehsalının artım tempi bu sahədə elmi və texnoloji nailiyyətlərin tətbiqi səviyyəsindən bilavasitə asılıdır. Bunlar onu deməyə əsas verir ki, ölkənin ərzaq məhsullarına tələbatının səmərəli şəkildə ödənilməsi və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması kənd təsərrüfatındakı innovativ qaynaqlar hesabına mümkündür və kənd təsərrüfatı texnologiyalarının texniki-iqtisadi parametrlərinin yaxşılaşdırılması istehsalın artırılmasının təməlində durur. Bununla əlaqədar olaraq təcrübədə aşağıdakı sahələrin inkişafı prioritet olaraq müəyyən edilir:

1. bütün növ mənbələrdən istifadənin səmərəliliyinin artırılması;
2. texnika və texnologiyalardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması;
3. toxum seleksiyasının və yetişdirilməsinin genişləndirilməsi;
4. inteqrasiya olunmuş bitki və heyvanların sort və cins tərkibinin yaxşılaşdırılması sisteminin tətbiqi;
5. kənd təsərrüfatı elminə, tədqiqatlara və innovativ kənd təsərrüfatına dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi.

Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının iqtisadi səmərəliliyinin artırılması istehsalın intensivləşdirilməsi, yeni texnika və texnologiyaların, innovativ resursların istehsalata cəlb edilməsi hesabına istehsalının həcminin artırılması, keyfiyyətli və müxtəlif sahələrin davamlı istehsalı

şəraitində mümkündür. Müasir şəraitdə aqrar sferanaın dayanıqlı inkişaf tempinin təmin edilməsi məhz elmi və texnoloji tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsalata tətbiq edilməsindən, qabaqcıl təcrübədən, istehsalın təşkili metodlarının, əməyin, idarəetmənin, istehsal münasibətlərinin davaml olaraq təkmilləşdirilməsindən bilavasitə asılıdır

Metod

Tezisdə aqrar sahənin inkişafında istifadə edilən metodlar iki yerə – ümumi və xüsusi metodlar sisteminə ayrılır. Ümumi metod elmi biliklərin və ictimai həyatın bütün sahələrində tətbiq edilir. Ümumi metodlara kompleks halında yanaşma, tarixi yanaşma, xalq təsərrüfatının sahələrarası mövqeyindən yanaşma, optimallaşdırma, ümumiləşdirmə, müşahidə, təhlil, deduksiya və induksiya, mücərrəd təfəkkür metodunu aid etmək olar. Aqrar sahənin inkişafında inzibati və iqtisadi metodlardan geniş istifadə edilir. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı elminin bir sıra konkret tədqiqat üsulları mövcuddur. Burada təhlil, sintez, induksiya və deduksiya, iqtisadi-statistik üsulu(monoqrafiya), eksperiment üsulu, konstruktiv hesablama (variant), balans, məqsədli, kompleks-proqram üsulları və s. misal göstərilə bilər. Bu metodlar ümumi, spesifik, xüsusi və iqtisadi metodlar olmaqla hadisə və konkret sahələr üzrə inkişaf qanunauyğunluqlarına uyğun öyrənilir və tətbiq edilir. Məqalədə aqrar sahənin inkişafında planlaşdırma və idarəetməni təkmilləşdirmək məqsədilə, hadisə və proseslərin modelləşdirilməsi üçün iqtisadi-riyazi, analiz, sintez, statistik tədqiqat metodundan istifadə əsas cəhətlərdən biridir.

Analiz

Kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafı aqrar yönümlü ölkələrin iqtisadiyyatında strateji mövqe tutur, çünki kənd təsərrüfatı əhalinin ərzaq və digər zəruri məhsullara tələbatının fasiləsiz ödənilməsini təmin edən əsas istehsal sistemi rolunu oynayır. Bu tip ölkələrdə kənd təsərrüfatının inkişafını dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin açarı hesab edilir. Kənd təsərrüfatının rolunun əsas göstəriciləri həm kənd təsərrüfatında işləyən fəal əhalinin, həm də ümumi daxildə bu sferanın xüsusi çəkisi ilə xarakterizə olunur. Qeyd edilən parametrlər kənd təsərrüfatı istehsalının yerləşmə vəziyyətini də əks etdirir. Hazırda ölkə əhalisinin 36%-i kənd təsərrüfatı istehsalı ilə məşğuldur, ümumi daxili məhsulun isə 5-6%-i iqtisadiyyatın bu mühüm sferasının payına düşür. Kənd təsərrüfatının rəqabət qabiliyyəti istehsalın iqtisadi inkişafının müəyyən şərtlərlə mövqe qazanmasını tələb edir. Çünki istənilən istehsal sahəsinin rəqabət qabiliyyətini artırmaqda başlıca məqsəd daha çox mənfəət əldə edilməsi ilə yanaşı əhalinin həyat səviyyəsini və həyat keyfiyyətini artırmaqdır. Kənd təsərrüfatının rəqabət qabiliyyətinin artırılması isə innovativ inkişaf yolundan keçir.

Beləliklə, resursaların məhdudluğu şəraitində ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və idxalı ixracla əvəzetmə siyasətinin həyata keçirilməsi üçün kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətinin aktiv artımına xidmət edən innovativ yeniliyin daha da inkişaf etdirilməsinə ehtiyac var. Bunu statistik məlumatlara nəzər saldıqda əyani şəkildə görmək mümkündür.

İstehsalın intensiv, yaxud ekstensiv yolla artımının müəyyən edilməsində ən mühüm göstərici məhsuldarlıqdır. Araşdırmalar göstərir ki, kənd təsərrüfatı bitkilərinin və çoxillik əkmələrin məhsuldarlığında illər üzrə müəyyən dəyişikliklər baş vermişdir. Belə ki, 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə pambıq, tütün və meyvədən başqa (müvafiq olaraq 1,7%, 26,4% və 5,6% azalma qeydə alınmışdır) digər məhsul növləri üzrə məhsuldarlıq göstərici artımla nəticələnmişdir. Digər məhsul növlərində - dənli və dənli paxlalıların məhsuldarlığı 26,1%, kartofun məhsuldarlığı 12%, tərəvəzin məhsuldarlığı 6,6%, ərzaqlıq bostan bitkilərinin məhsuldarlığı 21,7%, şəkər çuğundurunun 12,2%, dən

üçün günəbaxanın 19,1%, üzümün 12,5% və çayın məhsuldarlığı 9,9% artmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, pambıq və tütünçülükdə məhsuldarlıq azalsada istehsalda əhəmiyyətli artım baş vermişdir. Deməli, bu məhsul növlərində ekstensiv inkişaf üstünlük təşkil edir. Əslində digər məhsul növlərində məhsuldarlığın 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə artması hələ bu göstəricinin qənətbəxş səviyyədə olmasını göstərmir. Belə ki, dənli və dənli paxlalılar üçün ən yüksək məhsuldarlıq göstəricisinin 30 sent/ha, kartofun 150 sent/ha və s. olmasını müsbət nəticə kimi qəbul etmək düzgün deyil [cədvəl 1]. Bu isə məhsuldarlığın yüksəldilməsi istiqamətində zəruri tədbirlərin görülməsinə ehtiyacın olduğunu təsdiq edir.

Cədvəl 1: Kənd təsərrüfatı bitkilərinin məhsuldarlığı, sent/ha

Bitkilərin və çoxillik əkmələrin adları	İllər					2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə, %
	2014	2015	2016	2017	2018	
Dənli və dənli paxlalılar	23,8	31,5	30,6	29,8	30,0	126,1
Pambıq	17,9	18,8	17,3	15,3	17,6	98,3
Tütün	25,8	25,4	15,2	16,6	19,0	73,6
Kartof	133	136	140	150	149	112,0
Tərəvəz	152	158	159	155	162	106,6
Ərzaqlıq bostan bitkiləri	157	174	176	187	191	121,7
Şəkər çuğunduru	312	380	490	316	350	112,2
Dən üçün günəbaxan	17,3	17,7	20,8	20,1	20,6	119,1
Meyvə	72	71,4	65,7	68,4	68,0	94,4
Üzüm	82,5	86,6	74,4	84,1	92,8	112,5
Çay	10,1	12,4	14,1	11,1	11,1	109,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi**,** www.stat.gov.az (20.11.18)

Nəticə

Son illər respublikamızda kənd təsərrüfatı elminin innovativ fəaliyyətdə rolunun artırılması istiqamətində müəyyən tədbirlər həyata keçirilsə də mövcud innovativ potensialdan hələ də lazımi istifadə olunmadığını qeyd etmək olar. Nəticədə, bir çox elmi və texnoloji ideya və yeniliklər innovativ məhsula çevrilmir və ya istehsalatda tətbiqini tapmır, innovativ yönümlü elmi-tədqiqatların nəticələri aqrar sfera tərəfindən tələb edilmir. Ona görə də effektiv innovativ inkişafın formalaşmasında yeniliyə tələbatın öyrənilməsi, bu istiqamətdə marketinq tədqiqatlarının aparılması ən vacib məsələlərdən biri kimi özünü göstərir. Qeyd etmək lazımdır ki, müasir şəraitdə marketinq xidməti elmi-tədqiqat və innovativ inkişaf üçün sifarişlərin formalaşmasında ayrılmaz bir elementə çevrilməyib, təcrübəvi yönümlü elmi-tədqiqat istiqamətləri müəyyənləşdirilərkən kifayət səviyyədə dərin iqtisadi təhlillər aparılmır, fəaliyyət və risk göstəriciləri lazımi səviyyədə qiymətləndirilmir, nəticələrin istehsalatda tanıdılması işlərinə yetərincə diqqət yetirilmir və s.

Göstərilənlərə əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, müasir şəraitdə innovativ fəaliyyətin yaxşılaşdırılmasına müsbət təsir edə bilən informasiya və məsləhət xidmətlərinin rolu xeyli artmışdır.

Bu, olduqca vacib məsələdir, çünki kənd təsərrüfatı istehsalçılarının elmi nailiyyətlərə həssaslığının hazırda aşağı səviyyədə olması innovasiyalarla bağlı geniş təşviq tədbirlərinin həyata keçirilməsini tələb edir. Beynəlxalq təcrübə sübut edir ki, məhz belə tədbirlər innovativ məhsulların bazarda uğurla reallaşdırılmasının başlıca vasitələrindəndir.

Məlumdur ki, kənd təsərrüfatının elmi cəhətdən əsaslandırılmış innovativ inkişaf istiqamətlərinin formalaşdırılması bitkiçilik və heyvandarlığın spesifik xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması şərtilə mümkündür. Araşdırmalara əsaslanaraq bitkiçilikdə innovativ proseslərin yönəldilməsi vacib olan aşağıdakı istiqamətlərini qeyd etmək olar: torpağın münbitliyinin artırılması, məhsuldarlığın yüksəldilməsinə və məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına əsaslanan istehsal həcminin artırılması; təbii mühitin qorunması və yaşıllaşdırma məqsədli istehsalın artırılması; enerji istehlakının azaldılması; məhsuldarlığın təbii amillərdən asılılığının azaldılması və risk amilinin təsirinin aşağı salınması; suvarılan və qurudulmuş torpaqlardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması; xərclərə qənaət edilməsi və s. Bu baxımdan bitkiçilik məhsulları istehsalı sahəsində innovasiya siyasəti seleksiya metodlarının təkmilləşdirilməsinə - yüksək məhsuldar potensiala malik yeni bitki növlərinin yaradılmasına, əkinçilik və toxumçuluğun elmi cəhətdən əsaslandırılmış sistemlərinin formalaşdırılmasına istiqamətlənməsi vacib məsələlərdəndir.Göründüyü kimi bu konsepsiyada aqrar iqtisadiyyatın innovasiya yönümlü inkişafa keçid xüsusiyyətləri nəzərə alınmış, ən vacib inkişaf prioritetləri, ölkənin innovativ inkişafının uzunmüddətli perspektivdə həyata keçirilməsi mexanizmləri, beynəlxalq səviyyədə elmi və texnoloji inkişafında yaranan meyllər, mövcud intellektual və elmi-texniki potensial nəzərə alınmaqla formalaşdırılmışdır.

Beləliklə, innovasiyaya ictimai və iqtisadi inkişafı təmin edə biləcək ən əhəmiyyətli vasitələrdən biri kimi də baxmaq olar [8]. (Такер,P., 2006). Aqrar sferada innovasiyalar vasitəsilə yalnız istehsala istiqamətlənmiş fəaliyyətin artırılması deyil, təbii ehtiyatların səmərəli istifadəsini təmin etmək mümkündür. İqtisadi və ekoloji şərtlərdən asılı olaraq, innovasiyalar vasitəsilə istehsal olunan məhsulların emalı, qablaşdırılması, saxlanması, çatdırılması, paylanması və bu kimi digər tədbirlərdə yüksək səmərə əldə etmək mümkün olur. Nəticədə, kənd təsərrüfatında texnologiyaların istifadəsi iqtisadi proseslərlə birlikdə istehsal prosesini təmin edərək dayanıqlı inkişafı təmin etmək iqtidarına malik olur. Texnologiya istifadəsinin və innovasiyanın yekun təsiri də kənd təsərrüfatının bütün sahələrinin inkişafı təmin edilir. Aparılan araşdırmalarda belə nəticəyə gəlmək olar ki, aqrar sahədə innovasiyaların daha geniş tətbiqi ücün aşağıdakı problemlərin həlli daha məqsədəuyğundur.

1. innovasiyaların yaradılması, inkişafı və istehsala tətbiqi ilə bağlı mövcud hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;
2. innovasiya fəaliyyətində risklərin sığortalanması sisteminin beynəlxalq səviyyədə istifadə olunan daha səmərəli formalarının tətbiq edilməsi;
3. aqrar sektorda calışan subyektlərin və ya rezidentlərin yeni texnologiya tətbiqiqinə daha çox çəlb olunması;
4. istehsalın səmərəliliyinin artırılması;
5. xarici təcrübənin öyrənilməsi və ölkənin aqrar sənaye kompleksinə cəlb olunması;
6. yeni texnologiyaların istehsala tətbiqinin maliyələşdirilməsinin güzəştli şərtlərlə kreditləşdirilməsi;
7. vergi güzəştlərinin daha intensiv tətbiqi və. sair

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasında “Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı
2. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 yanvar 2019-cu il tarixli Sərəncamı
3. “Elm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 14 iyun 2016-cı il tarixli Fərmanı
4. Алексеева, М. Б. (2018), Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Москва: 303 с.
5. Асаул, А. Н., Перевязкин, Б. М ve Старовойтов, М. К. **(**2008**),** Модернизация экономики на основе технологических инноваций. СПб: АНО ИПЭВ, 606 с.
6. Новичков, В. И., Калашников, И. Б., (2016), Аграрная политика. Учебное пособие. Издательство Маркетинг . С. 288. 3.
7. Медведев, М. (2017), Альтернативная экономика. Критический взгляд на современную науку и практику. Год выпуска .С. 160.
8. Такер, Р. (2006), Инновации как формула роста. – М. : Олимп – Бизнес, 240 с
9. Папцов, А.Г., Соколова Ж.Е., Шеламова Н.А. ve Медведева, Н.А. (2017), и др. Сельское хозяйство и аграрная политика стран БРИКС. Монография. Издания: ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ - . С. 271.
10. www/stat.com.az
11. www/cbar.az

Aqrar sahədə modernləşmənin istehsalın inkişafına təsiri

Məmmədli Yeganə

ferzeliyeva76@mail.ru

Xülasə

Aqrar sahədə həyata keçirilən yeniliklərlə bağlı istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin davamlı olaraq yüksəldilməsi prosesinin elmi-nəzəri təhlili və qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün zamanların 1 №-li məsələsi sayılan və maddi baxımdan cəmiyyətin layiqli həyatının təşkil olunmasında müstəsna əhəmiyyət kəsb edən ərzaq təminatı və onunla bağlı həyata keçirilən iqtisadi siyasət durmadan artan tələbatlardan yaranmış qlobal problemlərin kəskinləşməsi, daim tükənən və bərpa olunması fövqəladə şəkildə çətin olan, yaxud tamamilə mümkün olmayan maddi sərvətlərin defisit resurslara çevrilməsi şəraitində daha da aktuallaşmışdır. Ərzaq təminatı ilə bağlı yaranan və qlobal iqitsadiyyatın yeni inkişaf strategiyasını müəyyənləşdirən bütün problemlər isə öz ifadəsini təkcə ictimai baxışlarda, tematik diskussiyalarda, yeni tətbiqi eksperimentlərdə deyil, həmçinin elmi-nəzəri tədqiqatlarda tapır. Bu baxımdan da tədqiqat obyekti kimi təqdim olunan elmi problemin fövqəladə aktuallığı üzə çıxır və onun akademik səviyyədə öyrənilməsinin vacibliyi öz təsdiqini tapır. Kənd təsərrüfatı məhsullarının daimi və gündəlik istehlakçıları sayılan 7,6 milyard nəfərlik Yer kürəsi əhalisinin tələbatlarını adekvat şəkildə ödəmək məqsədilə həyata keçirilən genetik və sintetik xarakterli çoxsaylı texniki və bioloji tədbirlərin reallaşdırılması ilə bağlıdır. Azərbaycan Respublikasının durmadan inkişaf edən iqtisadi sistemində xüsusi yeri olan aqrar sektorun davamlı inkişafı, onun Avropa və dünya standartlarına uyğun bir şəkildə modernləşdirilməsi müstəsna əhəməyyət kəsb edir. Bu gün Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatının inkişaf templərini, həmçinin sistematik şəkildə həyata keçirilən yenilikləri müəyyən etdikdən sonra ölkəmizin intensiv inkişaf edən irimiqyaslı aqrar-sənaye kompleksi olması faktı da real təsdiqini tapır. Lakin müasir texniki standartlara cavab verən informasiya-kommunikasiya texnologiyaları, texniki vasitələr və yüksək təşəkküllü insan resursları ilə təchiz olunmuş respublika sənayesi regional və beynəlxalq iqtisadiyyatda özünün yüksək rəqabətlilik qabiliyyəti ilə seçilsə də milli iqitisadiyyatın növbəti, daha yüksək texniki və postindustrial inkişaf səviyyəsinə çıxması üçün aqrar sektorun rolu və əhəmiyyəti çox vacibdir.

Açar sözlər: modernləşmə, aqrar sahə, innovasiya, iqtisadi səmərəlilik, iqtisadi artım.

Giriş

Latın mənşəli söz olan modernləşmə (lat. modernus – yeni, müasir deməkdir) insan həyatının hər hansı sahəsində zamanın tələblərinə uyğun şəkildə həyata keçirilən və iqtisadi, siyasi, elmi texniki və s. yönümlü yeniləşdirmə aktları ilə bağlı olan anlayışı ifadə edir. O, bialvasitə məqsədli, davamlı, nizamlı və sistemli kimi başlıca əlamətləri və keyfiyyətləri ilə seçilir. Beləliklə, modernləşdirmənin əsas və son məqsədi texniki, ideoloji və mənəvi baxımdan köhnəlmiş və istifadə üçün yararlı olmayan obyektin, yaxud bötöv sistemin yeni, bir qayda olaraq, proqressiv tələblərə uyğun şəkildə yeniləşdirilməsini nəzərdə tutur.

“Modernləşdirmə” adlanan və əsas etibarı iıə, sosial-iqtisadi zərurət qismində təzahür edən, əsasən sistemli şəkildə həyata keçirilən və irimiqyaslı reformasiya prosedurlarının külliyyatı sayılan fenomen praktiki cəhətdən texniki resursların və onlarla əlaqəli olan mövcud sistemin dəyişdirilməsi ilə bağlı olur. Məhz bu baxımdan o, sırf tətbiqi xarakter daşıyır. Digər hallarda isə modernləşdirmə aydın ifadə olunan nəzəri məzmun kəsb edir. Qlobal cəmiyyətin ümumi obrazının dəyişdirilməsi ilə bağlı olan özəl situasiyalarda, xüsusilə də bir ictimai-iqdisadi münasibətlər sistemindən digərinə keçid zamanı zərurət kimi ortaya çıxan modernləşdirmə ənənəvi cəmiyyətlərin modern və postmodern cəmiyyətlərə keçidi kimi bütöv makroproses çərçivəsində təzahür edir.

Müstəqilliyin ilk mərhələsində Azərbaycan iqtisadiyyatının istehsal gücünün artırılması və infrastrukturun yenilənməsi dərin modernləşmə tələb edirdi. Odur ki, bazar iqtisadiyyatına keçidin əsasları yaradılmaqla bərabər, eyni zamanda iqtisadi modernləşmənin əsas strateji istiqamətləri müəyyənləşdirildi. Həyata keçirilən təxirəsalınmaz tədbirlər nəticəsində sabitləşmə və dirçəliş mərhələsi başlandı. Nəhayət, keçid dövrünü başa çatdıran və yeni iqtisadi inkişaf mərhələsinə qədəm qoyan ölkəmizin səmərəli bazar mexanizminə malik, özünəməxsus iqtisadi inkişaf modeli formalaşdırıldı. Dövlət özünün tənzimləyici funksiyalarından geniş istifadə etməklə biznesi və cəmiyyətin bütün təbəqələrini yüksək həyat səviyyəsini təmin etməyə imkan verən vətəndaş cəmiyyətinin qurulmasında səfərbər etməyə nail oldu.

Ümumilikdə modernləşdirmənin hansı şəkildə reallaşdırılması haqqında aktiv müzakirələr gedir. İqtisadçı alimlərin qənaətinə görə, müasir qloballaşma şəraitində modernləşdirmə – xammal iqtisadiyyatının innovasiya iqtisadiyyatına transformasiyasını təmin etməklə ölkəni inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisə oluna biləcək yüksək inkişaf səviyyəsinə yüksəldə bilər.

Modernləşmə iqtisadiyyatın əsas problemi olan minimum resurslarla maksimum nəticə əldə etməyə, başqa sözlə iqtisadi səmərəliliyi artırmağa xidmət etməli, daimi xarakter daşımalı, cəmiyyətin siyasi-ictimai, sosial-iqtisadi, mədəni və sivil həyatını əhatə etməli, tarixi inkişaf mərhələlərinə uyğun olaraq formasını dəyişməli, qlobal, regional, milli və lokal səviyyələri əhatə etməli, insan resurslarının kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərinə yol açmalıdır. Bu mənada, aqrar sahədə modernləşmənin rolu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Burada modernləşmə istiqamətlərini yeni aqrotexnologiyaların tətbiqi, yeni texnologiyalara əsaslanan aqroparkların təşkili, məhsuldar toxum və cins mal-qara bazasının yaradılması, kimyəvi gübrələrdən istifadə, yeni texnologiyalara əsaslanan emal sektorunun yaradılması, məhsuldarlığın yüksəldilməsini təmin edəcək yeni üsullardan istifadə təşkil etməlidir.

Hər bir ölkədə kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsi iqtisadi resurslarla təminat, təbii, iqtisadi və sosial şərait nəzərə alınmaqla həyata keçirilir. İqtisadi inkişaf baxımından məqsədə çatmağın əsas vəzifələrindən biri olan kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsi elmin, texnoloji yeniliklərin və informasiya texnologiyalarının istehsalata tətbiqini, bu proseslərin aqrar sferada dərinləşməsinin təşviqini özündə ehtiva edir. Beynəlxalq təcrübədə kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsini təşviq edən tədbirlər təbii resurslardan səmərəli istifadə əsasında dayanıqlı inkişafa nail olmaqla yanaşı ətraf mühitin qorunmasına yönəldilir [9]. (Панин, 2016) Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı istehsalının sürətli inkişafı ənənəvi kənd təsərrüfatı sisteminin modernləşdirilməsindən və rəqabətli kənd təsərrüfatının formalaşdırılmasından keçir. Deməli, istehsalın modernləşdirilməsi ölkənin əsas kənd təsərrüfatı məhsulları ilə özünütəminetmə problemini həll etməklə istehsalçıların daxili və xarici bazarlarda mövqelərini gücləndirməyin və kənd təsərrüfatı istehsalçıları arasında rəqabət üstünlüklərinin formalaşdırılmasının əsas yoludur.

Qeyd edilənləri ümumiləşdirərək modernləşdirmənin mühüm tərkib hissəsi olan yeniliklərin istehsalata tətbiqi səviyyəsinin yüksəldilməsinin və keyfiyyət dəyişikliklərinin prioritetləri sırasında aşağıdakıları məqsədəuyğun hesab etmək olar:

- resurslardan daha səmərəli istifadəni təmin edən və resurslardan istifadəyə qənaət edən texnologiyaların istifadə imkanlarının formalaşdırılması;

- elmin nəticələrinin istehsalata tətbiqinin genişləndirilməsi məqsədilə istehsal və elmi strukturlar arasında səmərəli inteqrasiyanın qurulması;

- innovasiya tətbiqində regional xüsusiyyətlərin nəzərə alınması şərtilə təşviq tədbirlərinin müəyyənləşdirilməsi;

- innovasiya tətbiqini həyata keçirən müəssisələrin stimullaşdırılması tədbirlərinin həyata keçirilməsi.

Metod

Aqrar sahənin inkişafında inzibati və iqtisadi metodlardan geniş istifadə edilir. Burada cəmiyyətin iqtisadi münasibətlərində əsas rolu iqtisadi metod tutur. Buraya inkişafa iqtisadi vasitələr – maliyyə, kredit, qiymət, sığorta, subsidiya, planlaşdırma, idarəetmə, stimullaşdırma və s. daxildir. Aqrar sahənin iqtisadiyyatında mücərrəd-məntiq metodlarından geniş istifadə olunur. Bu metodların vasitəsilə hadisələrin daha xarakterik olanı seçilir və tərkib hissələrə ayrılır, həmin hissələr arasındakı qarşılıqlı əlaqə, birinin digərindən asılılıq dərəcəsi məntiq əsasında qurulur. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı elminin bir sıra konkret tədqiqat üsulları mövcuddur. Burada təhlil, sintez, induksiya və deduksiya, iqtisadi-statistik üsulu (monoqrafiya), eksperiment üsulu, iqtisadi-riyazi və s. misal göstərilə bilər. Bu metodlar ümumi, spesifik, xüsusi və iqtisadi metodlar olmaqla hadisə və konkret sahələr üarə inkişaf qanunauyğunluqlarına uyğun öyrənilir və tətbiq edilir. Təhlil üsulunu tərtib etmədən hər hansı bir hadisəni bütünlükdə dərk etmək çox çətindir. Tədqiq olunan məsələni hərtərəfli araşdırmaq üçün onu ünsürlər üzrə hissə-hissə öyrənmək vacibdir. Sintez üsulu ilə təhlil edilmiş hadisələr ümumiləşdirilir və bunun əsasında öyrənilən məsələ haqqında tam bilik hasil olur.

Tezisdə aqrar sektorun modernləşlməsinin mühüm istiqamətləri və aktual problemləri ardıcıl olaraq tədqiq edilmiş, statistik məlumatlar əsasında təhlillər aparılmış və modernləşdirmənin ölkənin kənd təsərrüfatı istehsalının artırılmasına təsiri əsaslandırılmışdır. Aqrar sektorda maddi-texniki resurslardan səmərəli istifadənin təşkili və təkmilləşdirilməsi məsələlərinə də geniş yer verilmiş və tədqiq olunan məsələlərə dair təkliflər irəli sürülmüşdür.

Analiz

Modernləşmə prosesi kənd təsərrüfatının inkişafını intensivləşdirir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının artımının təmin edilməsində daha ixtisaslı əmək sərfinə investisiya qoyuluşunun daim artması mühüm rol oynayır.

Ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrində olduğu kimi, aqrar sahənin də modernləşməsi və dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi – müasir dövrün ən aktual məsələlərindən hesab olunur. Aqrar sahədə formalaşam tələb-təklifin düzgün müəyyənləşdirilməsi və ona uyğun prioritet istiqamətlərin işlənib hazırlanaraq həyata keçirilməsi çox zəruridir. Aqrar sahənin dayanıqlı inkişafına əsaslanan modernləşmə tədbirləri – müasir şəraitdə iqtisadi subyektin maraq və mənafelərini özündə əks etdirməklə yanaşı, gələcəkdə də bu sahənin ardıcıl inkişafının başlıca məqamlarını birləşdirməlidir. Hazırda bu mühüm sahənin modernləşməsinin ən vacib istiqamətlərindən biri müasir və modern tələblərə uyğun aqrar sektorun inkişaf və investisiya strategiyasının işlənib hazırlanmasıdır. Nəticədə bu strategiyanın reallaşdırılması istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə təsirini daha da gücləndirəcəkdir.

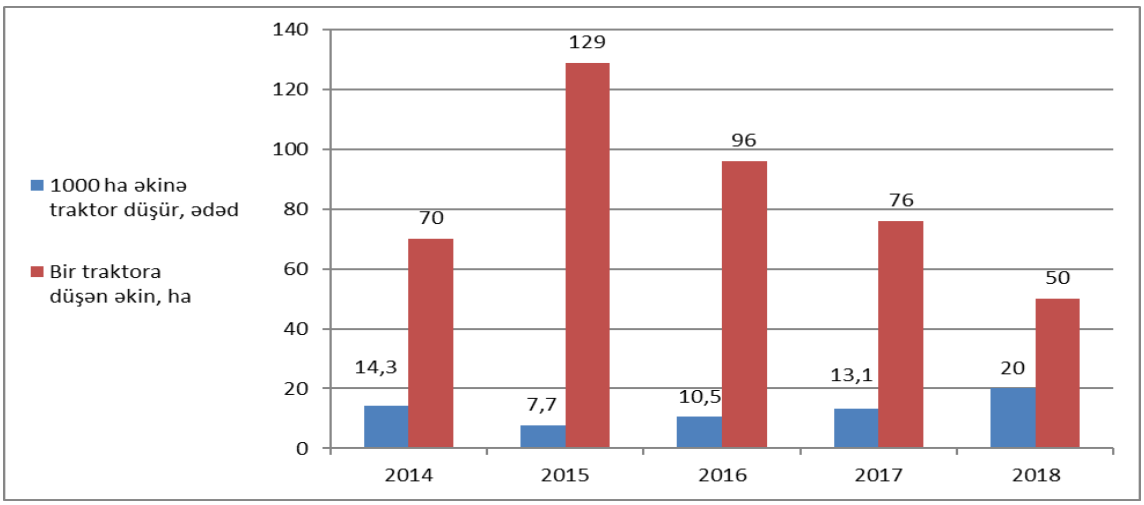
Araşdırmalar göstərir ki, rəqabətqabiliyyətlilik probleminin həlli, habelə ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi aqrar sferanın zəruri innovativ yönümlü texniki və texnoloji bazasının yaradılmasını tələb edir [5] (Асаул, Карпов, Перевязкин, Старовойтов, 2008) Kənd təsərrüfatının innovativ inkişafının əsasını təşkil edən texniki və texnoloji baza məhsul istehsalının həcmini və

keyfiyyət xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirən iqtisadi-sosial yönümlü istehsal sistemidir. Eyni zamanda, kənd təsərrüfatının texniki baxımdan strukturunun modernləşdirilməsinə təkcə texniki bazanın yenilənməsi deyil, həm də resurslara qənaət edən innovativ texnologiyaların istehsalata tətbiqi də aid edilir. Bununla yanaşı, istehsalın modernləşdirilməsi həm xarici, həm də obyektiv amillər tərəfindən məhdudlaşdırılır, bunlardan ən əhəmiyyətlisi daxili və xarici bazarlarda maliyyə mənbələrinə çıxışın məhdud olmasıdır.

Araşdırmalara əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, ölkənin inkişafının mövcud iqtisadi modelinin çatışmazlıqlarına səbəb olan amillər arasında istehsal prosesində elmin nəticələrinin tətbiqinin kifayət səviyyədə olmaması xüsusi yer tutur. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə elmin nəticələrinin tətbiqi hesabına yaradılan dəyərlər 50%-ə çatır. Respublikamızın kənd təsərrüfatında elmi inkişafın 3-4%-i tətbiq olunur. Göründüyü kimi, kənd təsərrüfatı istehsalçıları ilə elmi strukturlar arasında qarşılıqlı əlaqə kifayət qədər effektiv deyil və bu amil toxum sortlarının və damazlıq mal-qaranın tədarükünün xaricdən asılılığının artmasına səbəb olur.

Aqrotexnoloji tədbirlər kompleksini vaxtında və minimum itki ilə həyata keçirmək üçün kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları lazımi miqdarda müasir texniki xüsusiyyətlərə malik kənd təsərrüfatı maşın və avadanlıqları ilə təmin etmək də modernləşdirmə siyasətinin prioritetlərindən hesab edilir. Təhlil göstərir ki, son 5 ildə respublikamızda kənd təsərrüfatının texnika ilə təminatı ilə bağlı müəyyən müsbət dəyişikliklər baş vermişdir. Belə ki, 2014-2017-ci illərdə hər 1000 ha əkinə düşən traktorların sayında azalma müşahidə edilsə də 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə 39,8% artım qeydə alınmışdır. Bir traktora düşən əkin göstəricisi üzrə də müsbət dəyişikliyi görmək mümkündür, belə ki, 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə 28,6% azalma müşahidə olunmuşdur (şəkil 1).

Şəkil 1. Kənd təsərrüfatının texnika ilə təminatı, ədədlə [10] (www/stat.com.az, 2018)



Məlumdur ki, kənd təsərrüfatının texniki bazasının yenilənmə dərəcəsi dövlət tərəfindən kənd təsərrüfatına dəstək tədbirləri ilə birbaşa bağlıdır. Bunu şərtləndirən başlıca amillərdən biri isə müəyyən fəaliyyət sahələrinin bir-biri ilə çoxşaxəli asılılığa malik olmasıdır [6]. (Моногрaфия, 2012) Bu onu göstərir ki, kənd təsərrüfatının inkişafının texniki və texnoloji komponentinin yenilənməsi modernləşmə prosesinin yalnız bir hissəsidir. Odur ki, istehsal texnologiyası və texniki avadanlıqların dəyişdirilməsi iqtisadi modernləşmədə daxili resurslar hesabına bütövlükdə aqrar sferanın rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına yönəldilir.

Aqrar sahənin modernləşməsi ölkənin tədiyyə balansına da öz təsirini göstərir. Belə ki, idxalda aqrar sahə üçün lazım olan əsas və dövriyyə vəsaitlərinin (aqrar texnika, toxum, gübrə, pestisidlər və s.) xüsusi çəkisi artdığı halda, ixracda modernləşmə nəticəsində rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının çəkisi yüksəlir. Digər tərəfdən aqrar sahənin modernləşdirilməsinin tətbiqi ölkədə ərzaq idxalından asılılığı azaldır və bu da öz növbəsində ixrac potensialının stimullaşdırılmasına şərait yaradır.

Qeyd etmək olar ki, aqrar sahənin inkişafında elm və texnikanın genişləndirilməsinə çəkilən xərclər daha üstünlük təşkil etməlidir. Kənd təsərrüfatının modernləşməsi zamanı, xüsusilə infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə diqqət yetirmək və bu yolla kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının mümkün olduğunu qeyd etmək lazımdır.

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın geridə qalması səbəblərdən biri də, qabaqcıl texnologiyaların tətbiqinin olunmamasıdır. Son beş ildə kənd təsərrüfatının texnika ilə təminatı haqqında məlumatlardan göründüyü kimi bu sahədə müəyyən irəliləyiş müşahidə olunmaqdadır. (bax cədvəl 1)

Cədvəl 1. Kənd təsərrüfatının texnika ilə təminatı

	2014	2015	2016	2017	2018	2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə %-lə və ya dəfə
1000 ha əkinə traktor düşür, ədəd	14,3	7,7	10,5	13,1	20,0	39,9%
Bir traktora düşən əkin, ha	70	129	96	76	50	–28,6%
Müvafiq bitkilərin min hektar əkin sahəsinə kombayn (maşın) düşür, ədəd						
Taxılyığan	2,3	0,7	1,4	1,8	3,5	52,2%
Qarğıdalıyığan	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	50%
Kartofyığan	0,6	0,1	0,1	0,2	0,7	16,6%
Çuğunduryığan	1,6	1,2	0,1	0,6	3,6	2,2 dəfə
Pambıqyığan	3,7	4,6	1,7	2,3	3,7	100%
Bir kombayna (maşına) düşən müvafiq bitki əkinləri, ha						
Taxılyığan	434	1369	736	567	286	1,5 dəfə az
Qarğıdalıyığan	5385	18455	17928	17845	3175	1,7 dəfə az
Kartofyığan	1581	15244	12558	4898	1521	–3,8%
Çuğunduryığan	634	820	7061	1740	276	2,3 dəfə az
Pambıqyığan	266	217	577	439	272	–2,3%
100 traktora düşür, ədəd						
Kotan	24	5	6	8	12	2 dəfə az
Kultivator	3	0,4	0,5	1	2	–33,3
Toxumsəpən	9	2	2	3	5	–44,4%
Ot biçən	6	1	1	2	2	3 dəfə az

Qeyd: 2007-ci ildən Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin Baş Dövlət Texniki Nəzarət Müfəttişliyinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Cədvəldən göründüyü kimi kənd təsərrüfatında texnikadan daha səmərəli və məhsuldar istifadə etmək, onların məhsuldarlığını yüksəltmək, digər modernləşdirmə mexanizmlərindən istifadə etmək hesabına 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə kənd təsərrüfatında 1000 ha əkinə düşən traktorun sayı 5,7 ədəd, yaxud 39,9 faiz çox, bir traktora düşən əkin 20,0 ha, yaxud 28,6 faiz az olmuşdur. Müvafiq bitkilərin min hektar əkin sahəsinə düşən kombayn (maşın) üzrə – taxılyığan 52,2 faiz; qarğıdalıyığan 50 faiz; kartofyığan 16,6 faiz; çuğunduryığan 2,2 dəfə çox, pambıqyığan 100 faiz maşın olmuş, bir kombayna (maşına) düşən müvafiq bitki əkinləri üzrə – taxılyığan 148 ha, yaxud 1,5 dəfə; qarğıdalıyığan 2210 ha, yaxud 1,7 dəfə; kartofyığan 60 ha, yaxud 3,8 faiz; çuğunduryığan 358 ha, yaxud 2,3 dəfə,

pambıqyığan 6 ha, yaxud 2,3 faiz, o cümlədən, 100 traktora düşən kotan 12 ədəd, yaxud 2 dəfə; kultivator 1 ədəd, yaxud 33,3 faiz; toxumsəpən 4 ədəd, yaxud 44,4 faiz, ot biçən 4 ədəd, yaxud 3 dəfə az olmuşdur.

Aqrar istehsalın artırılmasında modernləşməni yeni ideyaların axtarışı və onların işlənib hazırlanması, zəruri resursların axtarışı, işlənmiş ideya üzrə müfəssəl planın tərtibi, idarəetmə və nəzarət proseslərin həyata keçirilməsi və s. bu kimi fazalarla sürətləndirmək olar. Aqrar sahədə modernləşdirmənin gücləndirilməsi emal edilməmiş məhsula əlavə dəyər gətirər.

Ölkənin aqrar sektorunun inkişaf etdirilməsində artıq sayda IV "Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın qəbulu və icrası xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir.

Beləliklə, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalında aparılan iqtisadi islahatlar, bütün resurslardan, ilk növbədə kadr potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılmasını tələb edir. Bu problem Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi"ndə xüsusilə vurğulanmış və həyata keçirilməsi öz əksini tapmışdır. Qeyd edilmişdir ki, "Peşə təhsili və təlimi sistemində bir sıra problemlərin mövcud olmasına baxmayaraq, ölkə səviyyəsində aparılan məqsədyönlü islahatlar çərçivəsində, bütövlükdə, ölkə iqtisadiyyatında müşahidə olunan müsbət meyllər peşə təhsili sistemi qarşısında yeni tələblər qoyur. İqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, neft-qaz sənayesi sahələri ilə yanaşı, qeyri-neft sektorunun yüksək əlavə dəyər yaradan sahələrinin inkişaf etdirilməsi istiqamətində görülən tədbirlər əmək bazarında rəqabətqabiliyyətli və ixtisaslı kadrlara tələbatı artırır. Bu baxımdan peşə təhsili və təlimi sistemi əmək bazarının bu cur artan və dinamik dəyişən tələbatını ödəyən qabaqlayıcı kadr hazırlığını təmin etməlidir". Orta təbəqənin məşğul olduğu sahibkarlıq fəaliyyətinə dəstək vermək məqsədilə Kənd yerlərində gənclərin sıfırdan yeni biznesə başlaması stimullaşdırılmalıdır.

Nəticə

Aqrar sahədə modernləşməni sürətləndirmək üçün xarici investisiyaların müvafiq dövlət proqramı qəbul edilməli və xarici investisiyaların regional, sektoral, texnoloji və ixrac amillərinə söykənən müvafiq tədbirləri müəyyənləşdirilməlidir. Azərbaycanda da başqa ölkələrin təcrübəsində olduğu kimi xarici investorların cəlbi üçün regionlar aşağıdakı kimi təsnifləşdirilə bilər: inkişaf etmiş (məsələn, Abşeron iqtisadi rayonu); prioritet regionlar; həmçinin normal regionlar. Üstünlük dərəcəsinə uyğun olaraq xarici investisiyaların cəlbi üçün uyğun miqyaslarda həvəsləndirmə tədbirləri nəzərdə tutula bilər.

Beləliklə, modernləşməni həyata keçirə biləcək xarici sərmayədarları cəlb etmək üçün aqrar sahədə bir sıra həvəsləndirmə təşəbbüsləri gerçəkləşdirilməlidir. Azərbaycanda aqrar sahədə modernləşməni sürətləndirmək üçün xüsusi iqtisadi zonaların (XİZ-lər) inkişaf etdirilməsi və yaradılması zərurətə çevrilmişdir. Aqrar sahədə dəyər zənciri üzrə təkmilləşmələrin yaradılması modernləşdirmənin sürətlənməsi ilə nəticələnə bilər. Regionlara xarici birbaşa investisiyaların cəlbi üçün Rusiya və Qazaxıstanda olduğu kimi təkmilləşdirilmiş inkişaf proqramlarının həyata keçirilməsi və ya Türkiyənin təcrübəsində olduğu kimi, bir çox qabaqcıl bölgədə xüsusi həvəsləndirmə siyasətinin reallaşdırılması nəzərə alınmalıdır.

Nəticələrə görə, kənd təsərrüfatının ixracı gələcəkdə iqtisadiyyatımızın əsas hərəkətverici qüvvəsi olmalıdır. Çünki ixrac ölkəyə valyuta resursları gətirir. Göründüyü kimi, gələcəkdə əsas ixrac sahəsi

aqrar sektor olacaq. Bir sözlə daha yüksək texnologiyalardan istifadə edərək aqrar istehsalın artırılmasına və daha çox məhsuldarlığa nail olmaq mümkündür.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. Aqrar sahə modernləşmə dönəmində: (problemlər və onun həlli yolları), Bakı 2009
2. "Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı
3. "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 yanvar 2019-cu il tarixli Sərəncamı
4. Alıyev İ.H. və Soltanlı İ.Q. "Aqrar sahənin modernləşməsi və rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin olunması problemləri". Bakı; "Avropa" - 2017,428 s.
5. Асаул А. Н., Карпов Б. М., Перевязкин В. Б., Старовойтов М. К. Модернизация экономики на основе технологических инноваций. - СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с.
6. Инноватизация сельского хозяйства. Теоретические основы и практический опыт. Экономический потенциал и перспективы России и стран СНГ. Монография. – Краснодар. «Премьер», 2012. – 214 с.
7. İbrahimov İ.H. "Aqrar sahənin iqtisadiyyatı". (Monoqrafiya). Bakı, 2016, 655 səh.
8. Fikrətzadə F. "Aqroparkların kənd təsərrüfatının davamlı inkişafında rolu və təşkili mexanizmi". AMEA Xəbərləri. İqtisadiyyat seriyası, Bakı №4/2013
9. Панин А.В. Экономический рост в сельском хозяйстве на основе модернизации производства: монография. - М.: Проспект, 2016. 239 с.
10. www/stat.com.az
11. www/cbar.az

Kənd Təsərrüfati Müəssisələrinin Əsas Kapitalının Nəzəri Müddəaları və Onun Statistik Öyrənilməsinin Zəruriliyi

Yusif Babayev

babayev.yusif97@gmail.com

Xülasə

Azərbaycanın iqtisadi potensialının ən vacib amili əsas kapitaldır. Bu, həm milli iqtisadiyyatın yüksəlişinin əsas şərtlərini, həm də yerli istehsalın rəqabət qabiliyyətini müəyyənləşdirən onların vəziyyəti və yenilənmə imkanlarıdır.

Kapitalın mahiyyəti və əhəmiyyəti iqtisadiyyat elminin bütün inkişaf dövründəki əsas problemidir. Mal istehsalında, əsas mənbələrdən biri olan müəssisənin əsas kapitalı mühüm rol oynayır.

Əsas kapital müəssisə istehsalının ən vacib tərkib hissəsidir, istifadəsinin səmərəliliyinin səviyyəsi və dinamikası müəssisələrin fəaliyyətinə təsir göstərir. Kənd təsərrüfatında əsas kapitalın tərkibi və quruluşu iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqlənir və iqtisadi və təbii bir çox spesifik amillər çoxalma prosesinə və ondan istifadənin səmərəliliyinə təsir göstərir. Kənd təsərrüfatı müəssisələrində əsas kapitalın çoxalmasının ən vacib cəhətlərindən biri təhlükəsizliyin optimal nisbətinə və əsas kapitaldan səmərəli istifadəyə yönəlmiş tədbirlərin əsaslandırılmasıdır. Bu problemin həlli əsas kapitalın rasional tərkibi və quruluşunu formalaşdırmaqdır.

Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin əsas kapitalı istehsal fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinə görə mürəkkəb tərkibə malikdir. Əsas kapitaldan istifadənin səmərəliliyi təkcə iqtisadi deyil, həm də təbii amillərlə də müəyyən edilir.

İqtisadi islahatlar prosesində inflyasiya ilə əlaqəli bir çox müxtəlif problem, kənd təsərrüfatı və onun məhsulları üçün ehtiyatların qiymətindəki uyğunsuzluq, aqrar-sənaye kompleksinin inkişafına dövlət dəstəyinin demək olar ki, tam olmaması kənd təsərrüfatında təkrar istehsal proseslərinin aparılmasınıvə istehsal bazasının azaldılmasını mümkünsüz etdi.

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində əsas kapitaldan istifadənin hesablanması yollarının elmi işlənməsinə ehtiyac vardır, məqalənin tədqiqat mövzusunun aktuallığını müəyyənləşdirir.

Açar sözləri: kənd təsərrüfatı, kapital, sənaye

Giriş

Kapital-əmsal nisbəti və kapital avadanlıqları əmtəə dövriyyəsi prosesində əsas vəsaitlərin orta işçi heyətinin müvafiq işçi qrupunun bir işçisinə nə qədər sahibdir? Əsas kapitaldan istifadənin səmərəliliyi müəssisə mənfəətinin göstəricilərindən birinin satışdan əldə olunan mənfəət, maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətindən əldə olunan mənfəət, ümumi mənfəət, xalis mənfəətin əsas vəsaitlərin orta illik dəyərinə olan nisbəti ilə də müəyyən edilir. Bu göstərici əsas kapitalın rentabelliyi adlanır.

Kapitalı Ümumi Anlayışı

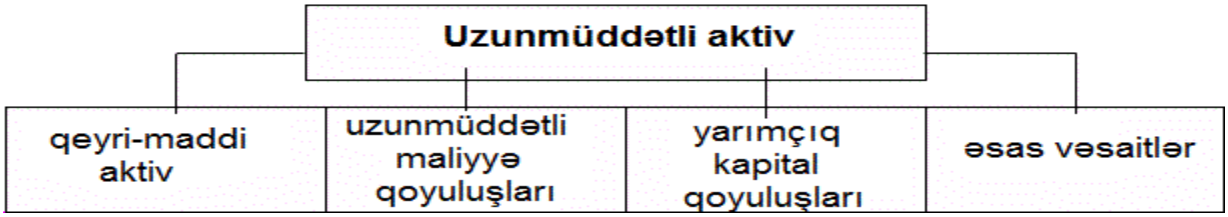
Müəssisə kapitalı ümumi anlayışına əsasən bir çox olan müxtəlif növləri başa düşülür.

Sxem 1. Kapital növləri

Mənbə: Cabbarova A. İ. (2011) Beynəlxalq statistika fənnindən metodik göstəriş. Bakı, 317 s.(28.03.2020)

Əsas kapital müəssisənin istifadə etdiyi kapitalın yalnız əsas vəsaitlərə deyil, bütün növ uzunmüddətli aktivlərə qoyulan hissəsidir.

Sxem 1. Uzunmüddətli aktivlər



Mənbə: Cabbarova A. İ. (2011) Beynəlxalq statistika fənnindən metodik göstəriş. Bakı, 317 s.(28.03.2020)

Qeyri-maddi aktivlər gələcəkdə qazanc əldə etmək hüququdur. Bu aktivlərin fərqli bir xüsusiyyəti (təkcə onlar üçün xarakterik deyil) onların fiziki forma almamaları və gözlənilən qazancdan asılı olmasıdır. Qeyri-maddi aktivlərin əsas kateqoriyaları:

- şirkətin xeyirxahlığı;
- patentlər, müəllif hüquqları və ticarət nişanları;
- icarəyə götürülmüş əmlaka sahiblik və onun yaxşılaşdırılması;
- təbii ehtiyatların inkişaf hüquqları və inkişaf xərcləri;
- düsturlar, texnologiyalar və nümunələr (məsələn, proqram təminatı);
- texniki, texnoloji, idarəetmə, kommersiya və digər dəyərlər, texniki sənədlər, təsvirlər, toplanmış istehsal təcrübəsi şəklində tərtib edilmiş, yenilik mövzusu olan, lakin patentləşdirilməmiş bir şey;
- əmtəə nişanı - müəyyən edilmiş qaydada qeydiyyata alınmış gerbi, rəqəm və ya simvol; müəyyən istehsalçıdan malların digər oxşar mallardan fərqləndirilməsinə xidmət edən;
- lisenziyalar;
- şirkətin digər oxşar əmlak növləri.

Bundan əlavə, qeyri-maddi aktivlər təşkilati xərcləri (təsisçilərin nizamnamə (səhmdar) kapitala töhfəsi kimi təsis sənədlərinə uyğun olaraq tanınan hüquqi şəxsin yaradılması ilə bağlı xərcləri də əhatə edə bilər (Cabbarova, 2011: 39).

Qeyri-maddi aktivlər mühasibat uçotu və hesabatlarında satın alınma, istehsal xərcləri və planlaşdırılan məqsədlər üçün istifadəsi üçün yararlı olduqları vəziyyətə gətirilməsi xərclərinin məbləğində əks olunur. Qeyri-maddi aktivlərə (aylıq) istehsal dəyəri və ya bölüşdürmə xərcləri ilə qurulmuş yararlılıq müddəti əsasında təşkilat tərəfindən müəyyən edilmiş dərəcələrlə ödənilir. Faydalı ömrünü müəyyənləşdirmək mümkün olmayan qeyri-maddi aktivlər üçün, dəyərin köçürülməsi üçün standartlar on il ərzində (lakin təşkilatın fəaliyyət müddətindən çox olmamaq şərtilə) müəyyən edilir.

Uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları digər müəssisələrdə səhm iştirakının, uzunmüddətli əsaslarla səhmlərin və istiqrazların alınmasının dəyərini əks etdirir. Bunlara firmanın törəmə və filiallarında, eləcə də digər təşkilatlarda investisiya qoyuluşları, 12 aydan çox müddətə təşkilatlara verilən kreditlər, maliyyə lizinq hüququ ilə uzunmüddətli icarəyə verilən əmlakın dəyəri (yəni əmlak almaq və ya almaq hüququ ilə) daxildir.

Maliyyə qoyuluşları investor üçün faktiki xərclər miqdarında nəzərə alınır. Dövlət qiymətli kağızları üçün dövriyyə dövrü ərzində faktiki əldəetmə xərcləri ilə nominal dəyər arasındakı fərq bərabər (aylıq) təşkilatın maliyyə nəticələrinə və ya büdcə təşkilatı tərəfindən maliyyələşmənin (vəsaitlərin) azalmasına aid edilir.

Tamamilə ödənilməyən paylar, aktivin balansında tam alış dəyərində göstərilir, investorun dividend almaq hüququ olduğu və bu investisiyalar üçün tam məsuliyyət daşıdığı hallarda kreditorlar maddəsi üzrə ödənilməmiş məbləğin öhdəlik balansında yerləşdirilməsi. Digər hallarda, alınacaq səhmlərin və hissələrin hesabına ödənilmiş məbləğlər debitor borcları maddəsi üzrə balansın aktivində göstərilir. Birjada və ya xüsusi auksionlarda qeydiyyata alınan digər təşkilatların səhmlərinə təşkilatın yatırımları, ilin sonunda illik balans hesabatı tərtib edilərkən balans dəyərindən aşağı olduqda, bazar dəyəri ilə tərtib edilir. Göstərilən düzəliş qiymətli kağızlara qoyulan investisiyaların təminatı üçün ehtiyat məbləğində aparılır (Xəlilov, Şalbuzov, Hüseyn, 2015: 25).

Funksional məqsədi ilə əsas kapital istehsal və qeyri-istehsal bölünür. Sənaye əsas kapitalına istehsal prosesində bilavasitə iştirak edən, onun normal həyata keçirilməsinə şərait yaradan (sənaye binaları, qurğular, elektrik şəbəkələri və s.) və əşyaların saxlanması və daşınması üçün istifadə olunan əmək vasitələri daxildir.

İstehsal olunmayan əsas kapital istehsal prosesində birbaşa iştirak etməyən (yaşayış binaları, uşaq bağçaları və körpələr evi, məktəb, xəstəxana və s.), lakin sənaye müəssisələri tərəfindən idarə olunan əsas vəsaitlərdir.

Mülkiyyətə görə əsas kapital özlərinə və icarəyə verilir.

Əsas istehsal aktivləri, əmək subyektinə təsir dərəcəsindən asılı olaraq aktiv və passiv bölünür. Aktivlərə istehsal prosesi zamanı əmək subyektinə birbaşa təsir edən, onu dəyişdirən (maşın və avadanlıqlar, istehsal xətləri, nəqliyyat vasitələri və ölçü və tənzimləmə cihazları) əsas kapital daxildir. Bütün digər əsas vəsaitlər passiv olaraq təsnif edilə bilər, çünki onlar əmək predmetinə birbaşa təsir etmir, lakin istehsal prosesinin normal gedişinə (binalara, tikililərə və s.) lazımi şərait yaradır. Müəssisədəki əsas kapitalın keyfiyyət vəziyyətini təhlil etmək üçün onların quruluşunu bilməlisiniz. Əsas kapital istehsalını (növlərini), texnoloji və yaş quruluşunu ayırd edin.

İstehsal strukturuna əsasən müxtəlif əsas qrupların maddi tərkibi üçün ümumi orta illik dəyərindəki nisbətləri aiddir. Əsas qrupların texnoloji quruluşu onların ümumi dəyərinin faizi kimi müəssisənin struktur bölmələri arasında bölüşdürülməsini xarakterizə edir (Алферьев, 2000: 8).

İstehsalın əsas kapitalı, istehsal prosesindəki rolundan asılı olaraq, aşağıdakı qruplara bölünür.

- bina və tikililər;
- ötürmə cihazları;
- maşın və avadanlıqlar:
- işləyən maşınlar, aparatlar və avadanlıqlar;
- elektrik maşınları və avadanlıqları (maşın generatorları və maşın mühərrikləri);
- ölçmə və tənzimləmə alətləri və cihazları, laboratoriya avadanlığı;
- kompüter texnologiyası;
- nəqliyyat vasitələri;
- alət, istehsal və məişət texnikası;
- digər əsas vəsaitlər.

Əsas kapitalın belə bir qruplaşdırılmasına təsnifat deyilir. Mühasibat uçotunu və planlaşdırmanı asanlaşdırmaq üçün əsas olanlara yalnız xidmət müddəti bir ildən çox olan və ya vahid üçün ən az 30 baza dərəcəsi olan əmək vasitələri daxildir.

Əsas kapitalın quruluşu hər bir qrupun ümumi dəyərində xüsusi çəkisi ilə xarakterizə olunur. Struktur - müəssisənin texniki inkişafının göstəricisidir. Bu məhsulların xarakterindən, homojen məhsulların istehsal miqyasından, ixtisas dərəcəsindən və digər amillərdən asılıdır.

Yaradılmasından çox əvvəl məlum olan maliyyə menecmentində ən çox istifadə olunan iqtisadi kateqoriyalardan biri olan kapital, ölkənin bazar münasibətlərinə keçməsi kontekstində yeni məzmun aldı. Müəssisənin yaradılması və inkişafı üçün əsas iqtisadi baza olması, fəaliyyət göstərməsində kapital dövlətin, sahibkarların və işçilərin maraqlarını təmin edir.

Müəssisənin kapital dinamikası onun iqtisadi fəaliyyətinin səmərəliliyi səviyyəsinin ən vacib barometridir. Öz kapitalının yüksək templə özünü artırma qabiliyyəti müəssisə mənfəətinin yüksək səviyyədə formalaşmasını və səmərəli paylanmasını, daxili mənbələrdən maliyyə tarazlığını qorumaq qabiliyyətini xarakterizə edir. Eyni zamanda, kapitalın azalması ümumiyyətlə müəssisənin səmərəsiz, zərərsiz fəaliyyətlərinin nəticəsidir.

Müəssisənin iqtisadi inkişafında kapitalın yüksək rolu və dövlətin, sahibkarların və işçilərin maraqlarının təmin olunmasını təmin etmək, onu müəssisənin maliyyə idarəetməsinin əsas obyekti kimi müəyyənləşdirir və ondan səmərəli istifadəni təmin etmək maliyyə idarəetməsinin ən məsuliyyətli vəzifələrindən biridir (Балабанов, 2016: 102).

Əsas kapitalın təhlilində anlayışlar mövcuddur: qabaqcıl (tətbiq olunan) və istehlak edilmiş (əslində istifadə olunan) mənbələr. Ayrıca ani və dövr orta (interval) göstəricilərdən istifadə edir. Bütövlükdə əsas kapitalın və onun ayrı-ayrı növlərinin mövcudluğu tarixdə və dövrdə müəyyən edilir. Birinci halda, göstəricilər ani, ikinci halda dövr üçün orta və ya aralıq adlanır. Qabaqcıl mənbələrin miqdarı dövr ərzində ortalama (məsələn, orta illik) dəyəri, yəni orta xronoloji an seriyasının düsturu ilə hesablanan orta balansı ilə ifadə olunur:

$$\bar{F} = \frac{\frac{X_1}{2} + X_2 + \cdots + \frac{X_n}{2}}{n - l}$$

Əsas kapitalın istehlak ölçüsü amortizasiya, pul ifadəsi hər istehsal dövrü və ya müəyyən bir dövrdə hazır məhsula (əmtəə dövriyyəsi prosesi) köçürülmüş əsas kapitalın dəyərinin bir hissəsi olan amortizasiyadır. Təcrübədə amortizasiya məbləğləri aylıq hesablanır və xərclərə daxil edilir (Белобжецкий, 2012: 364).

Ümumiləşdirici göstəricilər bütün əsas vəsaitlərin istifadəsini və fərdi növlərinin fərdi istifadəsini əks etdirir. Kapitalın istifadəsinin ən çox yayılmış ümumi göstəricisi aktivlər üzrə düsturla hesablanan gəlirdir:

$$H = \frac{N^p}{\bar{F}}$$

Burada N^p - satış həcmi (istehsal olunan məhsullar sənayesində, o cümlədən davam edən işlər);

$\bar{F}$- dövr ərzində əsas vəsaitlərin orta dəyəri.

Bu göstərici əsas kapitalın vahid dəyərinə satılan malların (istehsal olunan məhsulların) sayını və ya bir müəssisənin əsas vəsaitlərin vahid dəyərindən nə qədər istifadə etməsini göstərir. Əsas vəsaitlərin ümumi dəyərindən onu hesablayarkən "Balans hesabatına əlavə" formasına uyğun olaraq icarəyə götürülən əşyaların dəyərini çıxarmaq məqsədəuyğundur. Bu istisna icarəyə verilən əsas vəsaitlərin mal satışında iştirak etməməsi ilə əlaqədardır (Белый, 2013: 17).

Kapital məhsuldarlığının artması obyektlərin istifadəsinin səmərəliliyinin artması deməkdir və əksinə. Bütün əsas vəsaitlərin kapital məhsuldarlığı onların aktiv hissəsinin qaytarılmasına və əsas kapitalın ümumi dəyərindəki payına bağlıdır. Təhlildə, aşağıdakı modeldən istifadə edərək bu amillərin aktivlərinə gəlirin təsirini müəyyənləşdirə bilərsiniz:

$$H_e = \frac{N^p}{\bar{F}_e}$$

Burada $\bar{F}_e$- dövr ərzində əsas fondların aktiv hissəsinin dəyəri.

Əsas vəsaitlərin aktiv hissəsinin xüsusi çəkisinin dəyəri nisbətlə hesablanır:

$$d_e = \frac{\bar{F}_e}{\bar{F}}$$

$$H = H_e d_e$$

Aktivlərin geri qaytarılması kapitaldan istifadə səviyyəsinin birbaşa ölçüsüdür. Kapitalın intensivliyi, aktivlərin gəlirliliyi göstəricisi:

$$h = \frac{\bar{F}}{N^p}$$

Bu göstərici satış vahidinə düşən əsas kapitalın həcmini (sənayedə istehsal həcmi) müvafiq dövr üçün istehsal gücü əks etdirir. Əsas kapitalın əmsalına da deyilir.

Aktivlərin qaytarılmasını müəyyənləşdirməkdə, kapitalın intensivliyini hesablamaqda əsas vəsaitlərin dəyəri icarəyə verilən obyektlərin miqdarına nisbətən azaldılmalıdır. Bir dövrün sonunda və əvvəlində kapitalın intensivliyini hesablayarkən, orta məlumatlar əvəzinə an göstəricilərindən istifadə etməyə icazə verilir.

Müəssisənin maddi-texniki bazası da kapital-əmək nisbəti və kapital avadanlığı göstəriciləri ilə qiymətləndirilir. Kapital-əmək nisbəti əsas fondların aktiv hissəsinin orta illik dəyərinin ticarət müəssisələrinin (satıcılar, kassir-nəzarətçilər, bölmə müdirləri, ticarət mərtəbə inzibatçıları) və ya əsas istehsal işçilərinin orta sayına nisbəti ilə tapılır. Kapital bütün əsas kapitalın orta illik dəyərini işçilərin ümumi orta sayına bölməklə müəyyən edilir (Бирюков, 2016: 199).

Bir çox təşkilatda, özlərinin əsas kapitalına əlavə olaraq, dövriyyə sahəsindəki müəssisələr, otel və turizm müəssisələri və kifayət qədər öz əmlakına sahib olmayan kiçik firmalar üçün xarakterik olan icarəyə götürülmüş aktivlərdən istifadə edirlər. Əsas vəsaitlərdən fərqli olaraq icarəyə götürülmüş aktivlər balans hesabatında uçota alınır və onlardan istifadənin əsas dəyəri köhnəlmə nəticəsində çıxılan dəyər deyil, icarə haqqıdır. Buna görə, icarəyə götürülmüş əsas vəsaitlərin təhlilində ümumiyyətlə müəssisənin ərazisinin ölçüsü və saxlama qabiliyyəti ilə əlaqəli göstəricilərin yalnız bir hissəsi istifadə olunur. Öz əsas vəsaitlərin təhlili bu sənəddə göstərilən bütün göstəricilər üçün hesablamalar aparmağa imkan verir.

Sənaye müəssisələrinin istehsal aktivlərinin tərkibinə maddi məzmunu müvafiq olaraq əmək vasitələri və əmək obyektlərindən ibarət istehsal vasitələri olan sabit və dövriyyə fondları daxildir (Боброва, 2015: 67).

Əsas Kapitalın İqtisadi Mahiyyəti

Əsas kapitalın iqtisadi mahiyyəti, əsas vəsaitlərin maddi istehsal sahəsində olan, maddi malların (maşın, avadanlıq və s.) istehsalında birbaşa iştirak edən, istehsal prosesinin həyata keçirilməsi üçün şərait yaradan əmək vasitələrinin tərkibinə daxil edilməsidir. Əsas kapitaldan əlavə sənayenin əsas kapitalına sənaye tərəfindən idarə olunan belə qeyri-istehsal müəssisələri (yaşayış binaları, uşaq bağçaları və körpələr evləri, məktəblər, xəstəxanalar və digər sağlamlıq və mədəniyyət müəssisələri) daxil olan qeyri-istehsal aktivləri də daxildir.

Əsas kapital - iqtisadiyyatda dəfələrlə və ya daim eyni təbii-maddi formada istifadə olunan, tədricən yaradılan məhsul və xidmətlərə öz dəyərini köçürən sosial əməyin yaratdığı milli mülkiyyətin bir hissəsi olan istehsal aktivləridir.

Maddi əsas kapital var: binalar (mənzil istisna olmaqla), maşın və avadanlıqlar, nəqliyyat vasitələri, alətlər, istehsal və məişət texnikası, heyvandarlıq, çoxillik əkinlər; həm də qeyri-maddi - mineralların kəşfiyyatı xərcləri, proqram və kompüter məlumat bazalarının dəyəri, onların təkrarlanması üçün əsas olan maddi və bədii əsərlərin orijinalları (Бор М., 2017: s.28).

Əsas vəsaitlərin fiziki və mənəvi köhnəlməsinin pul ifadəsi statistikada amortizasiya adlanır. Əsas vəsaitlərin istehsal prosesində itirdikləri və istehsal olunan məhsula köçürdükləri dəyərin həmin hissəsini xarakterizə edir. İllik amortizasiya miqdarı (A) aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$A = \frac{F_{tam} - F_l + KR}{T}$$

Burada F_{tam} - əsas vəsaitlərin tam ilkin dəyəri; F_l qalıq dəyəri; KR - əsaslı təmir üçün və amortizasiya dövründə hesablanmış xərclərin ümumi məbləği; T - amortizasiya dövrünün illərlə müddəti.

İllik amortizasiya dərəcəsi (N_a):

$$N_a = \frac{A}{F_{tam}} * 100\%$$

burada A - illik köhnəlmə miqdarı; F tam - əsas vəsaitlərin tam ilkin dəyəri.

Əsas kapitalın statistikasının vəzifələri - əsas kapitalın həcminin, tərkibinin və dinamikasının, onların vəziyyətinin, hərəkətinin və istifadəsinin təsviridir.

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Araşdırılmış ədəbiyyatlar vasitəsilə sonda kənd təsərrüfatı müəssisələrinin əsas kapitalının hesablanması üzrə istiqamətlənmiş modern vəziyyət müqayisə ediləcəkdir. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Məqalənin yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Kapital sahibkarlıq şirkətinin yaradılması və inkişafı üçün əsas iqtisadi əsasdır, çünki aktivlərin formalaşmasına qoyulmuş pul, maddi və qeyri-maddi formalarda vəsaitlərin ümumi dəyərini xarakterizə edir. İşləmə müddətində kapital, şirkətin sahibləri və işçilərinin maraqlarını təmin edir.

Nəticə

Bir çox təşkilatda, özlərinin əsas kapitalına əlavə olaraq, dövriyyə sahəsindəki müəssisələr, otel və turizm müəssisələri və kifayət qədər öz əmlakına sahib olmayan kiçik firmalar üçün xarakterik olan icarəyə götürülmüş aktivlərdən istifadə edirlər. Əsas vəsaitlərdən fərqli olaraq icarəyə götürülmüş aktivlər balans hesabatında uçota alınır və onlardan istifadənin əsas dəyəri köhnəlmə nəticəsində çıxılan dəyər deyil, icarə haqqıdır. Buna görə, icarəyə götürülmüş əsas vəsaitlərin təhlilində ümumiyyətlə müəssisənin ərazisinin ölçüsü və saxlama qabiliyyəti ilə əlaqəli göstəricilərin yalnız bir hissəsi istifadə olunur. Öz əsas vəsaitlərin təhlili bu sənəddə göstərilən bütün göstəricilər üçün hesablamalar aparmağa imkan verir.

Müəssisənin kapitalı yalnız çoxşaxəli xarakteri ilə deyil, həm də fəaliyyət göstərdiyi müxtəlif cəhətlərlə də xarakterizə olunur. “Müəssisə kapitalı” ümumi anlayışı hal hazırda bir neçə onlarla terminlə xarakterizə olunan ən müxtəlif növlərinə aiddir. Bütün bunlar istifadə olunan terminlərin müəyyən bir sistemləşdirilməsini tələb edir.

Ədəbiyyatlar

1. Cabbarova A. İ. (2011) Beynəlxalq statistika fənnindən metodik göstəriş. Bakı, 317 s.
2. Xəlilov H., Şalbuzov N., Hüseyn R. (2015). Ölkə hesabatı: Azərbaycan. Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı ET İnstitutu.
3. Алферьев, В.П. (2000) 0 совершенствовании организации поставок техники селу Текст. /В.П. Алферьев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий - с. 8-10.
4. Балабанов, И.Т. (2016) Риск менеджмент Текст. / И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 239 с.
5. Белобжецкий, И.А. (2012) Основные средства предприятия: учет, оценка, контроль Текст. / И.А. Белобжецкий //Финансы., 688 с.
6. Белый, Ю.Н. (2013) Развивать отношения лизинга Текст. / Ю.Н. Белый // М.:АПК: Экономика, управление. 57 с.
7. Бирюков, В.В. (2016) О проблемах привлечения инвестиций в агропромышленный комплекс Текст. /В.В. Бирюков//Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 911 с.
8. Боброва, Н.В. (2015) К переоценке основных фондов Текст. / Н.В. Боброва, М.Н. Гордонов, А.В. Цвейбак // Экономика и жизнь, 1314 с.
9. Бор, М. (2017) Планирование эффективности общественного производства Текст. / М. Бор, Н. Якунина // Плановое хозяйство. 107 с.

Biznes Proseslərin Yenidən Qurulmasının Bankın İdarəetmə və Fəaliyyət Səmərəliliyinin Artırılması üsulu kimi

Həmidə Oruczadə

hemide47@gmail.com

Xülasə

Dəyişən iqtisadi vəziyyət şəraitində biznes-proseslərin reinjinirinqi köhnəlmiş proseslərin radikal və inqilabi restrukturizasiyasını nəzərdə tutur və bank fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması üsullarından biridir. Hal- hazırda fəaliyyət sahəsinin genişlənməsi və bu səbəbdən xərclərin artmasına məruz qalan qabaqcıl kommersiya bankları müştərilərlə münasibətləri davamlı etmək, rəqabət şəraitində bazarda fəaliyyət göstərə bilmək üçün dəyişimlər aparmalı olduqlarını və bu sahədə strategiya qəbul etməli olduqlarının zəruriliyini qəbul edirlər. Yeniliklərin üstünlüklərindən faydalanmaq üçün bank yalnız məhsul yeniliklərində deyil, həmçinin biznes modelinin və müştərilərin texnoloji ehtiyaclarının inkişaf etdirilməsində uğur qazanmalıdırlar. Tədqiqatın əsas məqsədi müştəri yönümlü bankda kəmiyyət göstəricilərinə (prosesin davam etmə vaxtı , əməliyyata sərf olunan zaman, əmək haqqı sifarişləri , nağd hesablaşmalar , balansdan kənar mədaxil və məxaric orderləri) nəzarət etməklə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmağı təmin edən biznes-proseslərin müəyyən edilməsidir. Bankda BPR-in əsas məqsədi biznes əməliyyatlarında prosesin vaxtının azaldılmasıdır.Bu kontekstdə bank daxilində biznes proseslərinin optimallaşdırılması metodologiyasını müəyyənləşdirməklə yanaşı, biznes-proseslərin reinjinirinqinin nəticələrini də uğurla həyata keçirmək lazımdır. Mövcud və potensial müştərilərlə uzunmüddətli əlaqələrin qurulmasının ən perspektivli strategiyası müştərilərlə münasibətlərin idarə edilməsi konsepsiyasına (CRM) əsaslanan strategiyadır. Əsas məqsəd bank xidmətlərinin təqdim edilməsi yolu ilə bankın müştərilərinin tələbatının ödənilməsinə yönələn məhsullar və qabaqcıl bank xidmətləri təklif etməkdir. Müştəri yönümlü strategiyanın işlənib hazırlanması zamanı istifadə olunan məqsəd və vəzifələrin həyata keçirilməsi bankın əsas biznes proseslərinin müştəriyə istiqamətləndirilməsi yolu ilə restrukturizasiyasını nəzərdə tutur. Texnologiya sahəsindəki nailiyyətlər, bankların müştərilərə daha rahat bir şəkildə xidmət göstərməsinə təsir göstərir. Bu konsepsiya bank biznesinin strateji istiqamətlərinin məhsullardan və bankın daxili quruluşunun xarakteristikasından müştərinin tələbatına istiqamətlənməsini nəzərdə tutur.

Açar sözlər : **Reinjinering,İdarəetmə,Biznes Prosesləri,CRM**

Giriş

Müasir iqtisadi reallıqlar əvvəlki onilliklərdə bazarda üstünlük təşkil edən bank biznes proseslərinə nəzəri və praktiki yanaşmaların əsas istiqamətlərini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Bank və biznes mühitinin dəyişən dinamikası bankları biznesdə fantastik nəticələrə nail olmaq üçün öz əməliyyat prosesini yenidən qurmağa məcbur edirdi. Bankların əməliyyat xərclərinin azaldılması, müştəri xidmətinin yaxşılaşdırılması və gəlirin artırılması kimi qarşıya çıxan məsələlərin həllinə yönəlmiş əməliyyat prosesi biznes-proseslərin reinjinirinqi yolu ilə innovativ bank təcrübələri tələb edir. Rabitə sahəsində sürətli texnoloji irəliləyişlər, sənaye dövrünün sonu və qloballaşma konsepsiyasının üstünlük təşkil etməsi tədqiqatçıların və menecerlərin diqqətini istehsal proseslərindən, məhsullarından istehlakçıya və onun ehtiyaclarına əhəmiyyətli dərəcədə yönəltmişdir. Son illərin iqtisadi böhranı faktiki olaraq göstərdi ki, kommersiya bankının ən güclü rəqabət üstünlüklərindən biri onun müştərilərlə uzunmüddətli münasibətləridir. Beləliklə, müştəri yönümlü fəlsəfəni yeni bazar paradiqması, iqtisadi qeyri-sabitlik şəraitində inkişafın ən yaxşı amillərindən biri olan müştərilərlə münasibətlərin idarə edilməsi üzrə növbəti strategiya hesab etmək olar. Lakin uğurlu müştəri yönümlü biznes-modelin inkişafı rəqabət üstünlüyünü təmin etmək üçün kifayət etmir, çünki imitasiya tez-tez və asan olur: diferensial və çətin təqlid edilə bilən biznes modeli daha effektivdir həm də , mənfəət əldə etmək üçün daha çox şansa malikdir. Nəzərə alsaq ki, bu model həm ənənəvi operatorlar, həm də yeni iştirakçılar üçün kifayət qədər diferensiallaşdırılmış və

çətin şəkildə təkrarlana bilər, bu səbəbdən biznesin innovasiya modeli özlüyündə rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üsulu ola bilər. Texnologiyadakı hər hansı bir dəyişiklik müştəri münasibətinin və dəyərlərinin dəyişməsi ilə müşayiət olunmalıdır, çünki BPR maraqlı tərəflərə yüksək keyfiyyətli xidmət göstərməyi təmin etmək üçün təklif olunan prosesidir. Müasir vəziyyətdə tədqiqatın əsas məqsədi problemin təsviri, biznes modelinin nəzəri və praktiki aspektlərinin qiymətləndirilməsidir.

Biznes proseslərinin yenidən qurulması (BPR) ilə bağlı mövcud ədəbiyyatı araşdırılır. BPR-ni müəyyənləşdirir və digər dəyişiklik proqramları arasında fərq yaradılır. BPR-yə ümumi yanaşma təsvir olunur və bu yanaşmanın banka tətbiqinin nəticələri təsvir olunur. Avropaya inteqrasiya prosesi şəraitində kommersiya bankları geniş rəqabət üçün innovasiya sistemi müəyyən etməli, onu təkmilləşdirərək inteqrasiya üçün xüsusi sistem tətbiq etməli və rəqabətə davamlı hala gətirməlidir. Bankın idarəçilərinin məqsədləri əgər ilk növbədə mənfəəti ikiqat artırmaqdırsa deməli, daha böyük risklərin olmasını nəzərə alır və onların minimuma endirilməsinə əsaslanan inkişaf strategiyasının təmin olunmasını tələb edir, bu strategiyanın tətbiqi ilə mənfəət daha aşağı, lakin daha risksiz olacaqdır. İstənilən bir təşkilat daxili və xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqədə olaraq fəaliyyət göstərir , həmçinin banklar fəaaliyyət sahələrində həm idarəetmə, həm inkişafla bağlı olaraq digər təşkilatlarla qarşılıqlı münasibətdədirlər. Bu baxımdan XXI əsrdə Biznes modelinin inkişaf tendensiyaları olan biznesin davamlı inkişafı və korporativ idarəetmə bütün təşkilatların mənimsəməyə çalışdıqları aspektlərdir. Xüsusilə Avropa İttifaqına inteqrasiya olunmuş xüsusi bazarlarda effektivliyin artırılması üçün banklar ən yaxşı təcrübə ilə bağlı diqqətli olmaq məcburiyyətindədir. Həm də bu bazarlarda rəqabətin artması yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi bankın öz üzərinə götürdüyü risklərin artmasına gətirib çıxarır. Bu kimi səbəblərdən müəlliflərin bank biznes modellərinin hipotezlərinin öyrənilməsinə marağı genişləndi, nəticədə BRP-nin təşkilati səmərəliliyi ilə BPR komandası idarəetmə qabiliyyətinə malik oldu və bu ümumi proseslərin dəyişdirilməsi üçün kömək oldu. Güclü BPR və IT dəstəyi olan təşkilatların daha keyfiyyətli və müştəriyə yönələn imici var. BPR və təşkilati səmərəlilik müsbət korrelyasiya asılılığındadırlar, çünki zamanla biznes əməliyyatlarının yenidən işlənməsi sonradan səmərəli performans nümayiş etdirməsinə zamanla isə onun gücləndirilməsinə gətirib çıxarır. BPR həyata keçirilməsi təşkilatın işinin effektivliyinə ilk zamanlar mənfi təsir göstərir, çünki məlum məsələdir ki, biznesdə yeni proseslər həmişə problemlərlə üzləşir. Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, inteqrasiya edilmiş biznes modelinin yaradılması vacibdir və bank üçün sərfəlidir, lakin hər bir bankın öz modelini sıfırdan qurmağı asan olmayacaq. Hər bir bank unikaldır, onların öz fərqləri və rəqabət üstünlükləri var, lakin bütün kommersiya bankları idarəetmə və istehsalda ümumi elementləri müəyyən edə bilər.Bütün maliyyə sektoru və bank sektoru ümumi şəkildə qəbul etdiyi standartlar, iş prinsipləri və uğurlu praktiki qərarlar var. Beləliklə, kommersiya bankları üçün tipik inteqrasiya edilmiş biznes modeli mövcuddur. Kommersiya bankının tipik inteqrasiya biznes modeli effektiv informasiya və bank fəaliyyətinin formalaşdırılmasının metodoloji aləti hesab olunur. Bunu formalaşdırmağa başlayan banklar üçün biznes proseslərinin təsviri tətbiq edilir və davam edən bankların fəaliyyətinin artıq təsvir edilmiş biznes proseslərini deyil, digər biznes elementlərini də formalaşdırımağa başlayır. Tipik inteqrasiya edilmiş biznes modelinin tətbiqi banklara sadalananlara imkan verir: 1) təşkilat strukturunun layihəsini formalaşdırmaq və optimallaşdırmaq üçün vaxt və xərclərin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması 2) məhsulların, xidmətlərin və yeni biznes proseslərinin daha sürətli və səmərəli layihələndirilməsi; 3) Bankın uğurlu fəaliyyətinin və təcrübəsinin tətbiqi; 4) Bank məhsul, xidmətlərinin və daxili əməliyyatların keyfiyyətinin artırılması 5) Qərarların qəbulunun, idarə edilməsinin effektivliyinin və keyfiyyətinin artırılması. (Postolache, 2017).

Metod

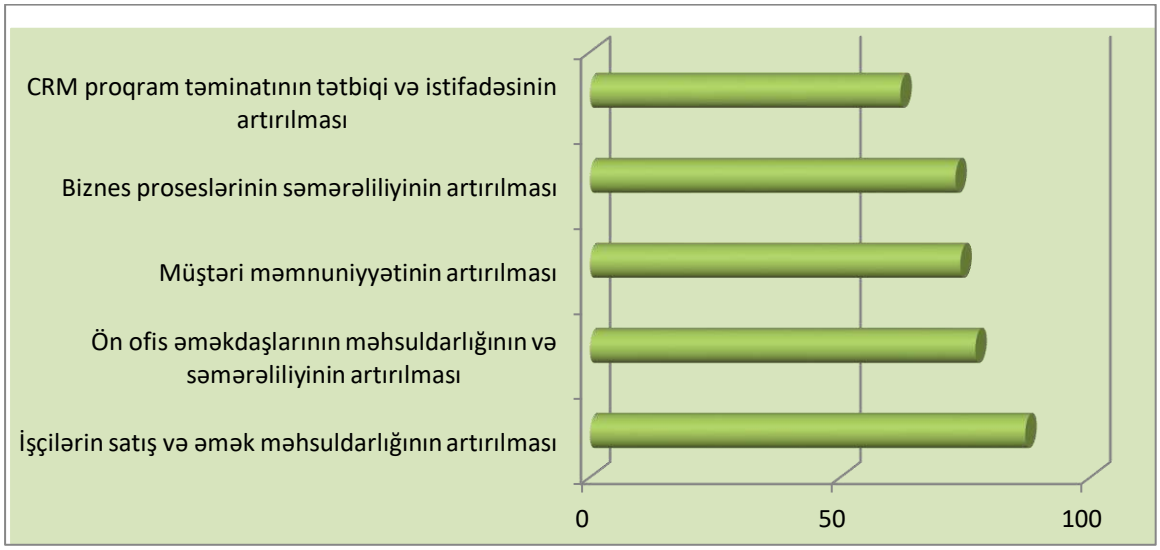
Biznes proseslərinin reinjinirinqinin tədqiqi metodologiyası sistemli yanaşmaya əsaslanır. Universal elmi metodların-analizin, sintezin, analogiyanın və modelləşdirmənin tətbiqi prosesin öyrənilməsini asanlaşdırır. Bu tədqiqat CRM-in effektivliyini müəyyən etməyə və empirik sınaqdan keçirilmiş CRM modelini yaradaraq, bu prosesdə boşluqları müəyyən etməyə çalışır. Tədqiqat məqsədləri üçün analitik və təsviri tədqiqat növləri aparılmışdır. Araşdırmaların əksəriyyəti əsas məlumatlardan istifadə etməklə həyata keçirilir. Əsas məlumatların toplanması üçün sadə təsadüfi nümunə üsulundan istifadə olunub. Tədqiqatın aparılması üçün nümunə elmi olaraq seçilib. Tədqiqat zamanı müştərilər və bank işçilərindən məlumat toplamaq üçün iki sorğu dəsti istifadə edilmişdir. Məlumatların toplanması, təhlili və təşkili prosesində tədqiqat, induksiya və istifadə üçün həm aşkarlanmaya, həm də aqreqasiyaya yönəldilmiş deduksiya, kontent-analiz və müqayisəli təhlil metodlarından istifadə olunub. Xidmətlər banklar tərəfindən təklif olunduğundan, CRM - in effektivliyinin 100% göstəricisi hesab olunur. Müəllifin Unibank KB ASC –də apardığı sorğu əsasında işçilərin ümumi orta qiymətləndirməsi CRM-in effektivliyi kimi nəzərdən keçirilir. Sorğu nəticəsində müştərilərin CRM elementlərini 84% səviyyəsində effektiv qəbul etdiyini göstərir. Bu faiz fərqi CRM-in həm effektiv tərəfini, həm də bu prosesdə boşluqları aşkar etməyə imkan verir. Bankın inkişafı və tədqiqat məqsədləri üçün seçilmiş məlumatların aktuallığı müştəri konsepsiyalarının mövcud aspektləri və uğur üçün cari strateji əhəmiyyət daşıyır. Əsas məqsəd bank məhsullarının inkişaf etdirilməsi və müasir bank xidmətlərinin təqdim edilməsi yolu ilə bankın müştərilərinin tələbatlarının ödənilməsinə yönəldilmişdir. Banklar CRM prosesində boşluqları aradan qaldırmaq və CRM-in tam effektivliyinə nail olmaq üçün konkret strategiyalar tətbiq etməlidirlər. Bu tədqiqat aydın şəkildə göstərir ki, banklar qarşısında duran real vəzifə işgüzar münasibətlərə əsaslanan münasibətləri müəyyən bir müddət ərzində psixoloji cəhətdən əlaqəli və məqsədyönlü münasibətlərə çevirməkdən ibarətdir. Tədqiqat zamanı banklar üçün CRM model təklif olunur hansı ki, bu da yeni müştərilər əldə etməyə və artıq mövcud olanları saxlamağa imkan versin.

Analiz

Bank sektorunun liberallaşdırılması və yüksək texnoloji potensialın inkişafı ona gətirib çıxardı ki, maliyyə xidmətləri şöbələri proseslərin reinjinirinqi ilə məşğul olmağa məcbur oldular. Reinjinering dəyər, keyfiyyət, sürət və xidmətdə kəskin təkmilləşdirmələrə nail olmaq üçün biznes proseslərinin radikal bir şəkildə yenidən qurulmasıdır. BPR şirkətin bazarda daha güclü və uğurlu rəqib ola bilməsi üçün biznes proseslərində ciddi təkmilləşdirmələr etmək strategiyası ilə biznes innovasiyalarının təşviq edilməsi strategiyasını birləşdirir. Bankda müştəri yönümlü strategiyanın həyata keçirilməsi zamanı tənzimləmə üzərində işləmək lazımdır. Reinjinering təşkilatın missiyasının, strateji məqsədlərin və müştərilərin ehtiyaclarının qiymətləndirilməsi ilə başlayır.(Hammer,1993). Bəzi əsəs suallar verilir, məsələn, " Bizim missiyanı yenidən nəzərdən keçirmək lazımdırmı? Strateji hədəflərimiz bizim missiyamızla uzlaşacaqmı? Müştərilərimiz kimlərdir?". Təşkilat xüsusilə müştərilərin istək və ehtiyacları baxımından şübhəli fərziyyələr üzərində işləyir. Təşkilat yalnız nə etməli olduğunu yenidən düşündükdən sonra bunu ən yaxşı şəkildə necə yerinə yetirəcəyi qərarını verə bilər. Biznes vizionunun və prosesin məqsədlərinin işlənib hazırlanması: biznes-proseslərin reinjineringi biznes-vizyon əsasında həyata keçirilir hansı ki, xərclərin azaldılması, vaxtın azaldılması, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi, iş həyatının keyfiyyəti kimi konkret biznes-məqsədləri nəzərdə tutur. Biznes proseslərinin yenidən qurulması işçilərin iş proseslərinin necə dəyişdirilməsinin açarıdır. Bunlar proseslərdə kiçik dəyişikliklər kimi görünə bilər, lakin pul

mübadiləsi, xidmət göstərilməsi və müştəri məmnuniyyəti kimi sferada müsbət nəticələrə səbəb ola bilər. Biznes proseslərinin sənədləşdirilməsi aktının özü, bir qayda olaraq, təşkilatın effektivliyini 10% artırır. Biznes prosesləri çərçivəsində əməliyyat prosedurları, prosedur sisteminin hazırlanması, bankın bölmələrinin qarşılıqlı fəaliyyətinin reqlamenti və alqoritmləri bir qrup strategiyaya əsaslanır, eləcə də arxa və ön ofisin bütün prosesləri arasında qarşılıqlı fəaliyyətə əsaslanan məntiqi bir zəncir qurulur. Proseslərin hər biri üçün bir reqlament formalaşdırılır və onun strukturu biznes analitikləri tərəfindəndən tövsiyə olunur. Texnologiya sahəsindəki nailiyyətlər, bankların müştərilərə daha rahat bir şəkildə xidmət göstərməsinə təsir göstərir. CRM-sistemlər seçilmiş biznes inkişaf strategiyasından asılı olmayaraq aktualdır. CRM proqramı hazırda dünyanın ən böyük proqram bazarıdır, 2025-ci ilə qədər CRM-in gəlirlərinin 80 milyard dollardan çox olacağı gözlənilir. CRM indi artan hər bir biznesin mərkəzində yerləşir. 2019-cu ildə CRM proqramından mobil qurğularda daha geniş istifadə olunduğunu gördük. Mobil biznes - proqram istifadəçiləri 74% müştəri məmnuniyyətinin artması, satışların 87% yaxşılaşması və biznes-proseslərin səmərəliliyinin 73% artması ilə üzləşiblər. Marketinqçilərin 81%-i hazırda bir neçə cihazdan CRM platformalarını idarə edir. İstifadəçilərin 87% - i öz mobil qurğuları vasitəsilə alış-veriş edir və brendlərlə qarşılıqlı əlaqə yaratmaq üçün müxtəlif kanallardan istifadə edir. Forester şirkətinin statistikası göstərdi ki, komandaların 50%-i mobil CRM sistemindən istifadə edərək məhsuldarlığı artırmışdır. Nucleus Research hesabatında deyilir ki, mobil CRM istifadə edən şirkətlərin 65%- i satış planlarına çatır. Eyni zamanda həmin tədqiqat göstərdi ki, CRM üçün xərclənmiş hər bir Dolları 8,71 dəfə artığını qaytarır. İstehsal modelində əməliyyatlar, proqram vasitələri, xüsusilə prioritet məhsulların satışı artırılır, mütəri yönümlü strategiya halında isə daha müxtəlif vəzifələr müəyyən edilir. CRM-in tətbiqi istehsal modelindən bank biznesinin müştəri yönümlü biznes modelinə gedən yolda ilk addımdır.

Qrafik 1. Mobil Biznes proqramlarından istifadə üstünlükləri



Mənbə : https://financesonline.com/crm-statistics-analysis-of-trends-data-and-market-share/ (07.01.2020)

Müştəri yönümlü bankda bütün bölmələrin fəaliyyəti bir əsas məqsədə-müştərilərə sürətli, keyfiyyətli xidmət hesabına satışın artırılmasına tabedir. Belə bir təşkilatın nəzdində əsas funksiyaları yerinə yetirən bölmələr üfüqi texnoloji zəncirin halqaları olmaqla yanaşı satış bölmələrinə xidmət vəzifələrini yerinə yetirərək bir-biri ilə əlaqədədir. Bu prinsip strukturun müəyyən edilməsi və nəticələrin bir bölmədən digərinə ötürülmə formasının təkrarlanmasının qarşısını almaq üçün idarə

məsuliyyətinin hüdudlarını dəqiq müəyyən etməyə imkan verir. Qeyd edək ki, banklarda CRM-sistemlərin tətbiqi prosesi kifayət qədər mürəkkəb inteqrasiya prosesi ilə bağlıdır. Günümüzdə müştərilər geniş seçim nəticəsində hansı bankla əməkdaşlıq etmək istədiklərini müəyyən etmək hüququna malikdirlər. Buna görə də mövcud müştəri bazasının qorunması, eləcə də yeni müştərilərin cəlb edilməsi banklar üçün ciddi qayğıdır. Müştəri məmnuniyyəti bankın marketinq idarəçiliyində qiymətləndirmədə və nəzarətdə mühüm bir dəyişəndir. Müştəri məmnuniyyətinin aşağı olması müştəri loyallığının azalmasına gətirib çıxarır və rəqiblərin təkliflərin nəzərə alaraq, müştərilər öz banklarını asanlıqla dəyişə bilərlər. Banklar müştərilərlə əlaqələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərməlidirlər və bütün təşkilat çərçivəsində müştərilər haqqında məlumatlardan ağıllı şəkildə istifadə etməlidirlər. Son illərdə bank sektorunda rəqabət texnoloji dəyişikliklər və sənayedə tənzimləmə kimi inkişaflara görə daha da güclənmişdir. Ənənəvi bank kanalı tədricən elektron bank xidmətlərinin daha geniş istifadəsi ilə tamamlanır. Hazırda bankların bir çox müştəriləri filiala getməmək üçün bankomatlardan və ya internet-bankinqdən istifadə etməyə üstünlük verirlər. Müştərilər haqqında məlumat bankların ən böyük aktivlərindən biridir. Onlar bu qiymətli aktivdən istifadə edə və ən yüksək gəlirlilik və sabit dəyər ilə xarakterizə olunan müştəri qruplarını tutmaq üçün əsas rəqabət üstünlüyü kimi istifadə edə bilərlər. Banklar bank bölmələri, Bankomatlar, elektron bank xidmətləri, internet, köşklər və Çağrı mərkəzləri kimi təmas nöqtələrinin geniş diapazonunda müştərilərlə münasibətləri yaxşılaşdıra bilər. CRM satış potensialını artırmaq və müştəri dəyərini daha da artırmaq üçün istifadə edilə bilən dominant idarəetmə vasitədir. Bir qayda olaraq, CRM Bankın müxtəlif biznes komponentlərini məsələn, satış, marketinq, İT və mühasibat uçotunu əhatə edir. Bu yanaşma Bankın mənfəətini birdən-birə artıra bilməz, lakin müştərilərin banka sadiqliyini mütləq artıracaq. Müasir CRM metodologiyasının əsas məqsədi müəssisələrin müştərilərin davranışlarını daha yaxşı başa düşmək üçün insan resurslarından və texnologiyalarından istifadə etmələrinə kömək etməkdir. Məsələn, banklar öz müştərilərinə doğru zamanda ipoteka kreditləri, kredit kartları və s. kimi müvafiq bank məhsullarını marketinq üçün müştərinin həyat mərhələlərini izləyə bilərlər. CRM hər bir sənayedə vacibdir, lakin xüsusilə bank işi üçün təşkilatlara daha çox müştəri təcrübəsi qazanmağa kömək edir. Maliyyə xidmətləri qlobal araşdırmasına görə, müştərilərin 67% - nin banka yeni üstünlüklər əldə etməsinə səbəb olduğu halda daha çox məlumat verməyə hazır olduqlarını bildirib. Bank sektorunda CRM-in bir neçə üstünlüyü və əhəmiyyəti var : 1. Yeni müştərilərin cəlb edilməsi. 2. Satışlar CRM-in inkişafı ilə bankların əhəmiyyətli bir hissəsinə çevrilmişdir. CRM satış modulunu istifadə edərək satışların idarə edilməsində banklara kömək edir. Tətbiqin digər bir aspekti cross-satışların idarə olunmasıdır. 3. CRM marketinq şöbəsinin səylərini daha məhsuldar edir. Buradakı informasiya vasitəsi ilə marketinq qrupları personalın cəlb edilməsi və saxlanılması üçün yeni marketinq imkanlarını inkişaf etdirə bilərlər. 4. CRM təkrarlanan proseslərin minimuma endirilməsi və ya aradan qaldırılması ilə xərcləri azaldılması ilə məhsuldarlığı artırır. Düzgün texnologiya mövcud olduqda, işçilər daha az vaxt ərzində daha çox müştəri hesablarını idarə edə bilərlər ki, bu da onları daha məhsuldar edir. 5. CRM ilə hər bir müştərinin bir platformada ehtiyacları, üstünlükləri və davranışı haqqında məlumat əldə edə bilərsiniz sonra marketinq strategiyanızı planlaşdırırsınız. 6. Müştərilərlə effektiv ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqələrin avtomatlaşdırılması. CRM həmçinin banklara müxtəlif onlayn mediada marka və məhsullar haqqında söhbətləri izləməkdə kömək edir. 7. CRM müştəri xidmətinin keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa kömək edir. Müştəri sorğularına sürətli avtomatlaşdırılmış cavab verərək, onlara aid olan xidməti asanlaşdırmaqla daha yaxşı müştəri xidməti təmin edir. CRM və Banklar birlikdə müştərilərlə daha yaxşı iş təcrübəsi yaradırlar. 8. CRM bank sisteminin köməyi ilə barmaqlarımızın ucunda çox sayda

məlumat var ki, bu da fərdi xidmətlərin fəal şəkildə təmin edilməsi üçündür. 9. Bütün müştəri məlumatları bir CRM sistemi çərçivəsində mövcud olduğundan, işçilər e-poçt vasitəsilə axtarışa və ya bir suala tez cavab vermək üçün birdən çox platformaya ehtiyac duymurlar. (http://www.xobber.com/importance-crm-education-industry/,02.03.2020). Vahid sistemin köməyi ilə bankın istənilən əməkdaşı hesab üzrə işin gedişatına baxmaq üçün müştəri profilinə daxil ola bilər və bu hər hansı prosesin təkrarlanmasının qarşısını ala bilər. Nucleus Research şirkətinin araşdırmasına əsasən, CRM sistemlərində sosial şəbəkələrin və mobil imkanların istifadəsi zamanı ticarət nümayəndələrinin əmək məhsuldarlığı 26,4 faiz artmışdır. İstifadəçilər həmçinin hər hansı bir cihazdan, notbook, kompüter və ya smartfondan CRM-ə daxil ola bilərlər ki, bu da məlumatları harada və nə vaxt görə biləcəyinizə dair məhdudiyyətlərin olmaması deməkdir.

Nəticə

Bu və ya digər formada biznes modelləşdirilməsi bütün kommersiya banklarında baş verir, fərq yalnız bu işin inkişaf səviyyəsi və dərinliyindədir. Lakin banklar inkişaf etdikcə öz fəaliyyətini formalaşdırmaq və buna görə də inteqrasiya olunmuş biznes modeli qurmaq zərurətini dərk edirlər. CRM-in effektiv funksiyaları banklara öz müştəriləri ilə əlaqə yaratmağa və uzunmüddətli münasibətlər qurmağa imkan verir, onlara rəqiblər arasında seçilməyə kömək edir. CRM sistemlərinin tətbiqi banklar üçün məcburi deyil, lakin onların müvəffəqiyyəti üçün vacibdir. Beləliklə, müştəri yönümlü inteqrasiya olunmuş biznesin qurulması zamanı bankın əldə etdiyi üstünlükləri sayaq. 1. İnteqrasiya edilmiş biznes modeli bankların birləşməsi və satın alınması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bankların birləşməsi zamanı müxtəlif elementləri birləşdirmək və onları yenidən təşkil etmək lazım olur. Və əgər bu elementlər biznes modelləri şəklində formalaşdırılmayıbsa, onda bu vəzifə olduqca çətin olur 2. İnteqrasiya edilmiş biznes modeli bankın fəaliyyətinin inkişafı üçün çox vacibdir. Bir qayda olaraq, uğurlu müasir banklar tipik biznes modeli yaradırlar , onun biznes prosesləri, təşkilati strukturu, İT sistemləri və s. daxil olmaqla törəmə müəssisə əməliyyat resurslarının strukturu, filial və mərkəzi aparatın qarşılıqlı əlaqə sxemi. Beləliklə, inteqrasiya edilmiş biznes modeli yeni törəmə müəssisələrin açılması prosesini asanlaşdırır və sürətləndirir və onların iş keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına səbəb olur. 3. İnteqrasiya edilmiş biznes modeli bankda sifarişin formalaşdırılması vasitəsi kimi xüsusilə effektivdir, əməliyyatların və bankın idarə edilməsinin şəffaflığının artırılmasına dəlalət edir. İnteqrasiya sayəsində biznes modeli, müxtəlif vəzifələr bankın inkişafı üçün tez və asanlıqla edilə bilər: effektiv avtomatlaşdırma, seçim və motivasiya, yeni məhsul, xidmətlərin hazırlanması və işə salınması, biznes proseslərinin optimallaşdırılması, əməliyyat risklərinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi və s 4. İnteqrasiya olunmuş biznes modeli sayəsində bank beynəlxalq reytinqini artıra bilər. 5. İnteqrasiya edilmiş biznes modeli uğurlu reallaşdırmanın əsas amillərindən biridir, çünki strategiyanı bankın bütün elementləri və İdarəetmə Sistemləri ilə birləşdirir (proseslər, heyət, layihələr, informasiya texnologiyaları və s.) 6. İnteqrasiya olunmuş biznes modellərinin, reqlamentlərin mövcudluğundan irəli gələn mürəkkəb biznes modeli menecerləri vaxtında edilməsi və gündəlik funksiyaları yerinə yetirilməsindən azad etməyə imkan verir. Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, inteqrasiya edilmiş biznes modelinin qurulması vacib və sərfəlidir. Amma əgər hər bir bank inteqrasiya olunmuş biznes-modeli sıfırdan qursa, bu o qədər də məqsədəuyğun və səmərəli olmayacaq. Bu tədqiqatda araşdırılan mövzulara görə, prosesin əsasında bir modelin qurulmasını tövsiyyə edirik hansı ki, istehlakçıların tələbləri, məhdudiyyətləri və idarəetmə orqanı nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir. Müştəri yönümlü bankda biznes proseslərinin optimallaşdırılması metodologiyasını müəyyənləşdirmək üçün

bizə bankda biznes-proseslərin səmərəlilik göstəricilərinin təsvirinə əsasən, bankın təqdim etdiyi nəticələrdən asılı olaraq müştərilərə və biznesə xidmətdə olan problemlərini müəyyən etmək lazımdır. Qeyd olunan hədəflərin məcmusuna nail olmaq, davamlı biznesin inkişafı üçün korporativ idarəetmənin əsasını təşkil edən bank biznesi səviyyəsində şəffaflığın olması olmadan mümkün deyil. Bu mənada uğurlu bank biznesini səciyyələndirən aşağıdakı qərarları tövsiyə etmək olar: 1) gəlir və mənfəətin stabil artımı (bank fəaliyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərən xərclərin minimallaşdırılması hesabına: ümidsiz kreditlərə xidmət, bank kapitalından düzgün istifadə) 2) mövcud normativ aktlara uyğun olaraq balansın keyfiyyətinin daim yüksəldilməsi; 3) universal fəaliyyət göstərən bütün kommersiya banklarına tətbiq olunan biznes-modeli müəyyənləşdirəcək zəruri infrastrukturun yaradılması. 4) CRM sistemləri vasitəsi ilə müştərinin banka gələrək edəcəyi əməliyyatlar barəsində bildirişlərin mövcudluğu. Məlumdur ki , müştərilər İnternet Bankçılıqdan istifadə etməklə banka gələrək edilən əməliyyatları minimuma endirə bilirlər. 5) Vahid CRM sisteminin movcudluğu ilə müştəri öhdəlikləri barəsində məlumatların çevik ötürülməsi 6) Kağız daşıyıcıdan istifadə olunaraq olunan əməliyyatların minimuma endirilməsi və tədricən aradan qaldırılması . Bu həm müştərilər, həm əməliyyatçılar tərəfindən sərf olunan vaxt itkisinin qarşısının alınmasına kömək edəcək. Bank üçün biznesi dayanmadan həyata keçiriləcək və yalnız onların fəaliyyət istiqamətlərini deyil, həm də tərəfdaş və müştərilərlə qarşılıqlı əlaqələri özündə birləşdirəcək, qısamüddətli məqsədlərə nail olmaq üçün iqtisadi şəraitdən asılı olaraq strategiyaların dəyişdirilməsinə imkan verən çevik infrastrukturun yaradılması və tətbiq edilməsi vacibdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Hammer M. and Champy J., (1993). Reengineering the Corporations , Harper Business; 4th Printing edition, 27- 48
2. Norah Debora, (2014). Business Process Reengineering practices and Performance of Kenya Commercial Bank. School of Business University of Nairobi, 7-9
3. Reynold E., and Philip, J. L. (2001). Retail Bank and services Strategy. Journal of management Information Systems, No.2, 135-147
4. Topala P. and Postolache V.,(2018). Re-engineering of business processes as a bank efficiency method.IOP Conference Series: Materials Science and Engineering , 3-10
5. Nadeem M. and Ahmad R., (2016). Impact of Business Process Re-engineering on the Performance of Banks in Pakistan. Business and Economics ISSN: 2151-6219 Journal , 2-3
6. Postolache V.,(2017). Optimization of business processes in banks through flexible workflow. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 2-7
7. Al-Mashari M (2001) Process orientation through enterprise resource planning: A review of critical issues. Knowledge and Process Management Journal 8: 175-185
8. Graham, R.S., (2010). Business process reengineering: strategies for occupational health and safety. Cambridge Scholars Publishing, 109- 140
9. Semih Onut İ.E.,(2006) .Customer Relationship Management in Banking Sector and A Model Design for Banking Performance Enhancement. Yildiz Technical University, 2-3
10. Giaglis G.M., Paul R.J., (2012). It's Time to Engineer Re-engineering: Investigating the Potential of Simulation Modelling for Business Process Redesign. Springer Science and Business Media,315-326
11. https//dergipark.org.tr/tr/pub/susead/issue/ , (20.12.2019).
12. https://tallyfy.com/business-process-reengineering/ ,(02.02.2020).
13. http://www.xobber.com/importance-crm-education-industry ,(16.12.2019).
14. https://financesonline.com/crm-statistics-analysis-of-trends-data-and-market-share , (17.03.2020)
15. https://www.ultimus.com/results-case-studies/bank-standardizes-on-ultimus-to-realize-digital-transformation, (12.11.2019).

16. https://www.researchgate.net/publication/287156930_Change_Management_with_the_Aid_of_a_Generic_Model_for_Restructuring_Business_Processes,(07.11.2019).
17. https://www.ukessays.com/essays/marketing/crm-in-banking-sector-new-age-banks-marketing-essay.php,(18.02.2020).
18. https://managementmania.com/en/reengineering ,(01.09.2019).

Qonaqlama Biznesi, Azərbaycanda Bu Biznesin İnkişaf İstiqamətləri və Bu Sahədə Mövcud Olan Problemlər

Ceyhun Ərəbov

iamarabovceyhun@mail.ru

Xülasə

Otel müəssisələri turizm xidmətləri sahəsində turizm sektorunun ən vacib alt sistemlərindən biridir. Əsas məqsədi qazanc əldə etmək, davamlı olmaq və sosial fayda təmin etmək olan bu müddətdə, sektoral dinamik mühitdə keyfiyyətli idarəetmə yanaşması ilə işçi və müştəri məmnuniyyətini təmin etmək lazımdır. Buna görə, otel biznesi menecerləri, tələbatın sürətli dəyişməsi kontekstində qeyri-müəyyənliklərdə qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün lazımi bilik və təcrübəyə sahib olmalıdırlar. Bu gün qonaqpərvərlik sektoruna işgüzar idarəetmə və biznesin idarə edilməsi sahəsində insan münasibətlərini güclü, təcrübəli, yenilikçi və yaradıcı anlayışı olan peşəkar menecerlər lazımdır.

Otelçilik, hostel və qonaqlama biznesində nəzərdə tutulmuş hədəfə çatmaq məqsədi ilə aşağıdakı vəzifələr müəyyənləşdirilmişdir:

- Azərbaycan da otelçilik, hostel və qonaqlamasının mövcud vəziyyətinin təhlili;
- Dövlətin otelçilik, hostel və qonaqlamada həyata keçirdiyi siyasət və proqramların araşdırılması;
- Azərbaycanın otelçilik, hostel və qonaqlamasının beynəlxalq arenada rolu, əlaqələri və təcrübəsinin öyrənilməsi;
- Otelçilik fəaliyyətinin inkişaf etdirilmə yollarının təyin edilməsi;
- Otelçilik fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi.

Yerləşdirmə müəssisələri turistlərin müvəqqəti ehtiyaclarını, yemək və içki, qismən əyləncə və digər sosial ehtiyaclarını ödəyən müəssisələrdir. Başqa sözlə, yerləşmə müəssisələri birinci dərəcəli turizm müəssisələri arasında birinci yeri tutan turistik mal və xidmət istehsalını təmin edən müəssisələrdir. Bunu növbəti hissədə ətraflı müzakirə edəcəyik.

Qonaqpərvərlik sənayesi; Bunlar insanların yerləşdikləri yerlərdən başqa fərqli səbəblərə görə edilən səyahətlərdə birinci planda müvəqqəti yerləşmə, ikinci planda qida və içki kimi ehtiyacları qarşılamaq üçün xammal və ya yarımfabrikatlardan istifadə edərək mal və xidmətlər istehsal edən ticarət fəaliyyətləridir.

Açar sözləri: Otel, hostel, turizm

Giriş

Qədim dövrlərdən bəri müxtəlif səbəblərdən səyahət edən insanlar, orta şərtlərdə olsa belə, yaşayış, yemək, içmək və digər ehtiyaclarını bir şəkildə qarşılamağa çalışdılar. İnsanlar səyahət etdikcə müvəqqəti yaşayış yeri tapmaq zərurəti yaranir. Bu ehtiyacı ödəmək üçün mehmanxanalar yaranmağa başladı.

Bugünkü otellərin qabaqcılları olan bu mehmanxana sahibinin ailəsi ilə birlikdə yaşadıqları evləri idi. Qonaqlar əsas yemək ehtiyaclarını ,dinləmək və qarşılamaq üçün burada qaldılar və eyni otağı heç ziyarət etmədikləri digər səyahətçilərlə bölüşdülər. Otel deyilən mehmanxanalar və sonrakı otellər ticarət, səyahət və sənayeləşmə inkişafı ilə paralel olaraq inkişaf etmişdir.

Turizm Potensiallığı

Azərbaycanın və onun turizm potensialının təbliği məqsədi ilə, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin sifarişi ilə son beş il ərzində ölkənin turizm imkanlarını əks etdirən qırxdan çox reklam-çap məhsulları (nəşrlər, CD və DVDlər) azərbaycan, ingilis, alman, ərəb, yapon və rus dillərində hazırlanmışdır. 2002-ci ilin aprel ayından başlayaraq, keçirilən Bakı beynəlxalq turizm sərgisində 2007-ci ildə 18 ölkədən

60-dək şirkət iştirak etmişdir. Həmçinin 2002-ci ildə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi cəmi 2 beynəlxalq sərgidə iştirak edirdisə, son 5 il ərzində sərgilərin coğrafiyası genişlənmiş və iştirak etdiyi sərgilərin sayı 19-a (London, Nyu-York, Moskva, Berlin, Pekin, Milan, Madrid, Deli, Vyana, Mumbai, İstanbul, Tokio, Əl-Küveyt, Dubay, Kiyev, Tbilisi, Bəhreyn, Daşkənd, Maxaçkala) çatmışdır. 2005-ci ildən başlıyaraq CNN-də, 2007-ci ildən isə National Geographic, Travel Channel, CNN, Euronews televiziya kanallarında Azərbaycanın turizm potensialını əks etdirən reklam çarxları yayımlanır. Həmçinin Austrian Airlines, British Airways və AZAL aviaşirkətlərinə məxsus təyyarələrin bort jurnalarında və ekranlarında reklam çarxıları yerləşdirilmişdir. Bütün bunlar təqdirə layiq olsa da Azərbaycanın turizm brendinin formalaşdırılması istiqamətində işlər davam etdirilir. (http://www.mct.gov.az/?/az/news/view/131/ (18.12.2010)).

Cədvəl 1: Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri

	2011	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	**508**	**514**	**530**	**535**	**536**	**548**	**563**	**596**
Birdəfəlik tutum, yer	**31979**	**32834**	**33951**	**35652**	**37278**	**40042**	**41611**	**46693**
Nömrələrin sayı, vahid	**14815**	**15989**	**16559**	**17363**	**17953**	**20330**	**20778**	**22192**
Gecələmələr üçün çarpayı-sutka təqdim edilmişdir, vahid	**1504312**	**1640863**	**1674065**	**1687457**	**1644056**	**2125266**	**2590641**	**3002959**
o cümlədən:								
ölkə vətəndaşlarına	830501	837774	852513	884908	685117	719002	886187	952949
xarici vətəndaşlara	673811	803089	821552	802549	958939	1406264	1704454	2050010
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı- cəmi, nəfər	**510162**	**624924**	**666348**	**672345**	**838145**	**1122068**	**1212708**	**1749475**
o cümlədən:								
ölkə vətəndaşları	252175	252807	270887	279555	342497	345284	433476	515083
xarici vətəndaşlar	257987	372117	395461	392790	495648	776784	981232	1234392
İşçilərin sayı, nəfər	**6198**	**7321**	**8259**	**9009**	**8364**	**9838**	**10015**	**11407**
Müəssisələrin istismarından daxil olan gəlir, min manatla	114686,1	153980,9	171255,9	181047,3	183055,1	240112,7	284453,9	359453,0
Müəssisələrin istismar xərcləri, min manatla	88680,4	110684,0	145468,3	147068,1	171730,8	204852,3	222192,9	277680,5
Büdcəyə ödənilmiş ƏDV və digər vergilər, min manatla	27966,5	18058,8	29951,3	28201,5	28098,5	38525,7	39040,6	33323,1

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/

Ümumiyyətlə turizm biznesi, sənaye, əmək, təbii sərvətlər və sahibkarlar kimi istehsal amillərindən istifadə etməklə iqtisadiyyatda xidmətlərin dövriyyəsi ilə əlaqəli bütün fəaliyyətlərdir.

Mövzuya görə, turizm biznesinin sənaye sahəsi eyni və ya oxşar xidmətlər göstərən, rəqabət aparan müəssisələrdən ibarətdir. Sənayenin bu sahəsinin tərifi bəzən turizm sənayesi ilə uyğunsuz ola bilər. Çünki turizm sənayesindəki müəssisələr bir-biri ilə rəqabət aparar, ama müstəqil olaraq öz varlıqlarını qoruya və bir-birini tamamlaya bilər.

Turizm sənayesində istehsal olunan məhsul təmiz bir xüsusiyyətə malikdir. Buna görə standartlaşdırma çox çətindir. Bənzər turizm müəssisələri (məsələn, beş ulduzlu yaşayış müəssisələri və ya A qrupu səyahət agentlikləri) arasında istehsal olunan və təqdim olunan məhsullarda eyni xüsusiyyətlərdən daha fərqli (daha çox) xüsusiyyətlər mövcuddur. Hətta iki oxşar müəssisə arasında bu fərqlilikdə insan elementi mühüm rol oynayır (Yeganl, Hacıyev, 2006: 323).

Bütün dünyada qonaqpərvərlik turizm sənayesinin bir hissəsi olan otel müəssisələri istehlakçılara bütün sektorların elementlərin tərəfindən formalaşan və hazırladığı məhsulu təklif edir (Şener, 2010: 79).

Fikrimcə, otel sənayesi turizm sənayesinin ayrılmaz hissəsidir, onun böyüməsi və zənginləşməsi üçün şərait yaradır. Otelçilik müəssisələrinin inkişafı, bu gün Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün xüsusilə vacib olan bir turizm mənbəyinin mövcudluğunu müəyyənləşdirir. Son illərdə Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı haqqında çox şey söylənilir, ölkənin bölgələri üçün müvafiq proqramlar yaradılır və təsdiqlənir, konkret obyektlərin inşası üçün vəsait ayrılır, çoxluq proqramı və turizmin inkişaf planları hazırlanır.

Otel zəncirinin, məqsədi ümumi ortaq səlahiyyətləri formalaşdırmaq olan müəssisələrini və əlaqəli sahələri vahid strateji əməkdaşlıq sisteminə uzunmüddətli qarşılıqlı faydalar əldə etməkdir.

Əməkdaşlığın inkişafı vahid məlumat koordinasiya sistemi və güclü şəbəkə markası əsasında ortaq stratejiya və qarşılıqlı faydalı strateji fəaliyyət təmin edilir. Bu da rəqabət mövqelərinin və otel zəncirlərinin müşayiət olunan sənaye müəssisələrinin markalarının qarşılıqlı möhkəmlənməsini və daxilində əlavə aktivlərin yaradılmasını təmin edir.

Müəssisələr yeni səlahiyyətlərin inkişaf etdirilməsi və bir-birlərinə ötürülməsi üçün biznesə daxil edilir və bu da öz növbəsində otellər biznesinin rəqabət qabiliyyətliliyi üçün ən vacib amillərin yaradılması ilə müşayiət olunur.

Bu şəbəkə marketinqi konsepsiyasının hazırlanması və həyata keçirilməsi, brend mədəniyyətinin populyarlaşdırılması, şəbəkə brendi və otel təklif standartlarının qorunması mexanizmlərinin inkişafı ilə məşğul olan şirkətdən ibarətdir.

Otel zəncirinin mərkəzinin vacib elementi də tez-tez strateji ittifaq daxilində mərkəzi firma ilə qarşılıqlı fəaliyyət göstərən şirkətidir.

İnkişaf etdən şirkət, mərkəzi şirkətlə paralel olaraq, otel biznesinin genişlənməsi üçün yeni bazarlar, istədiyiniz kateqoriyaya aid əmlak, onun alınması problemləri, yeni tikililər və ya köhnə otel biznesinin yenidən qurulması problemlərini axtarır.

Demək olar ki, oxşar strateji birliyin sərhədləri daxilində tərəfdaşlar, otellər biznesinin inkişafı üçün strateji əhəmiyyət daşıyan daşınmaz əmlak idarə olunması ilə bağlı bütün məsələlərdə iştirak edirlər.

Mərkəzi şirkət üçün otellər biznesinə daxil olan bütün otellərin gündəlik idarəetmə problemləri ilə əlaqəli biznesdə avtomatlaşdırılmış məlumat qarşılıqlı əlaqə sistemi olduqca vacib rol oynayır.

Otelçilik işində informasiya texnologiyalarının müasir məhsullarından istifadə edilir. Bu məlumat mübadiləsi sistemləri, dünyada müştərilərin qəbulu və yerləşdirilməsini izləmək, otel biznesi işçilərinin işini kataliz etmək və asanlaşdırmaq, biznesin daxilində xidmətlərini, otaq fondlarını əlaqələndirmək, maliyyə və idarəetmə uçotunu avtomatlaşdırmaq və s.

Mərkəzi şirkətin markasını əhatə edən komponentlər (marketinq komponentləri, Proqram və Təchizat elementləri) biznesin rəqabət üstünlükləri üçün son dərəcə vacibdir.

Üstəlik, bunların hamısı bütöv nəzərdən keçirilməlidir, çünki onlardan hər biri strateji səlahiyyətlərin mənbəyidir.

Bütün bu komponentlərin düzgün birləşməsini tapdıqda otel zəncirinin üstünlükləri olacaqdır. Bəzi hallarda otel zəncirinə iki mərkəzi şirkət daxil ola bilər.

Maksimum səviyyə bir otel zəncirini özündə birləşdirən otel birliyi ola bilər.

Hər hansı bir otel assosiasiyasının təməli, assosiasiyaya daxil olan otel bizneslərinin keyfiyyətli xidmətinə zəmanət verən və bununla da markaların gücləndirildiyi unikal bir markadır.

Sənaye birliyinin “nəzarəti” altında mərkəzi şirkətin ikinci pilləsi - bütün dünyada otellər biznesinə sahib olan otel korporasiyasının özüdür.

Hər bir assosiasiya müəyyən bir konsepsiya üzərində qurulur və otel zəncirində yalnız dərnək konsepsiyasına uyğun müəyyən markalara sahib bəzi otel şirkətlərini dəvət edir.

Ayrı-ayrı ölkələrdə yerləşən beynəlxalq otel zəncirin də əks etdirir. Təşkilati formada fəaliyyətlərini müqavilə idarəçiliyi, françayzinq və ya bu otel üçün mərkəzi şirkətin bölünməz mülkiyyətinə əsaslanan otellər ola bilər.

Dünyanın müxtəlif ölkələrində yerləşən bir çox otellər əlavə olaraq, biznes elementləri mütəmadi və ya müntəzəm olaraq otellər ilə əməkdaşlıq edən, dəyər qazanmaqa töhfə verən təchizatçılardı.

Bunlar həm də məsləhətçi firmalar, avadanlıq tədarükçüləri, maliyyə vasitəçiləri, elektron sifariş sisteminə dəstək verən şirkətlər, müşayiət olunan xidmətlərin təchizatçıları və s. ola bilər (Soltanova, 2013:476).

Birinci dərəcəli otellərin müxtəlif çeşidli xidmətləri və ayrıca hər bir xidmətin mövcud komponentləri (maddi və mənəvi) sayəsində beynəlxalq otel biznesinin təchizatçıların şəbəkəsi olduqca genişlənə bilər.

Beləliklə, otel zəncirlərinə olan ehtiyac bir tərəfdən sənayenin özünəməxsus xüsusiyyətləri, digər tərəfdən son məhsulunun mürəkkəbliyi, təmin edilməsinin sistematik xüsusiyyəti ilə əlaqələndirilir.

Turizm İqtisadi İnkişafı

Son illər ölkəmizdə baş verən mənfi hadisələr nəticəsində, neftin qiymətinin aşağı düşməsi ilə, Azərbaycanın iqtisadi inkişafı yavaşladı, ölkə milli valyutanın 80% -dən çox dəyərdən düşdü. Bununla belə, turizm sektorunda belə 20% artım müşahidə olunur.

Turizm sənayesinin inkişafında əsas məqsəd, birincisi artan istehlak tələbatını, ikincisi bölgələrin sosial-iqtisadi inkişafına mühüm töhfə verə biləcək rəqabət qabiliyyətli turizm biznesinin

yaradılmasıdır. Üstəlik, ölkə iqtisadiyyatına, xüsusilə turizm biznesinə investisiyaların cəlb edilməsi ən vacib vəzifələrdən biridir. Buradan belə nəticə çıxır ki, Azərbaycanda turizmin gələcək inkişafının strateji məqsədi ən son turizm xidmətləri şəbəkəsinin yaradılması, turizm biznesinin inkişafı və investisiya cəlb edilməsi yolu ilə mədəni potensialından istifadə etməkdir.

30 mart 2006-cı ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin sərəncamı ilə "Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti yaradıldı (Bilalov B.Ə., Güləlıyevin, 2015: s.496). Bu gün Azərbaycanda investisiya fəaliyyəti iki qanunla tənzimlənir: Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1995-ci il 13 yanvar tarixli 952 nömrəli fərmanları, "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1992-ci il 15 yanvar tarixli 57 nömrəli fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasının Qanunu Xarici sərmayələrin qorunması üzrə Respublikası. " Bundan əlavə, Azərbaycan Respublikası Hökuməti bəzi ölkələrlə sərmayələrin təşviqi və ikitərəfli qorunması, ikiqat vergitutmanın ləğvi barədə ikitərəfli sazişlər imzalamışdır. Görülən tədbirlər xarici kapital sahiblərinin, beynəlxalq maliyyə və iqtisadi təşkilatların ölkəmizə marağını artırdı." Həm də qeyd etmək lazımdır ki, xarici investisiyaların iqtisadiyyatımıza bu və ya digər şəkildə cəlb edilməsi Azərbaycanın iqtisadi inkişaf strategiyasının zəruri tərkib hissəsidir. Fikrimizcə, son illər yaranmış əlverişli siyasi vəziyyət və dinamik iqtisadi artım xarici ölkələrin Azərbaycan iqtisadiyyatına uzunmüddətli investisiya qoyuluşlarına marağının artmasına səbəb olmuşdur.

Belə ki, təkcə 2015-ci ildə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyaların 15,9 milyard manatı, 44% -dən çoxu xarici investisiyaların payına düşmüşdür. 2015-ci ildə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən bütün xarici sərmayələrin 8,8 milyard manatı qeyri-neft sektorunun inkişafına (55,1%), 44.9-u (44.9%) isə neft sektorunun inkişafına yönəldilmişdir.

Bu gün turizmin və ona xidmət edən infrastrukturun daxil olduğu iqtisadiyyatın real sektoruna qoyulmasını yaşamaq üçün bir məsələ olduğuna xüsusi diqqət yetirməyi zəruri hesab edirik. İnvestisiyaların mövcudluğu real sektorun gələcəyidir və bütövlükdə iqtisadiyyatın gələcəyidir (Candela, Guido, Figini, Paolo., 2012: 607).

Buna əsaslanaraq, əmin olun ki, xarici sərmayə turizm sektorunun inkişafı üçün müsbət şəraitin yaradılmasında zəruri rol oynayır və bunu aşağıdakı sxem 1 də özünü əks etdirmişdi..

Sxem 1. Xarici sərmayə turizm sektorunun inkişafı üçün müsbət şəraitin yaradılması

Mənbə: Bilalov B.Ə., Güləliyevin Ç.G., (2015) "Turizmin əsasları" Bakı, "QHT Nəşriyyatı", 496 səh.

Bununla yanaşı, ölkəmizdə turizm biznesinin xarici sərmayəsi, xarici tərəfdaşlarla əlaqələrin genişləndirilməsi onların menecment, marketinq, kadr hazırlığı və yenidən hazırlanması, daxili əlaqələrin təşkili sahəsindəki təcrübələrinin öyrənilməsində mühüm rol oynayacaqdır.

Xarici kapital turizm biznesinə müsbət təsirindən danışarkən onu da qeyd etmək istəyirik. Bu investisiya növü təkcə turizm biznesinin deyil, həm də multiplikativ effekt sayəsində əlaqəli digər fəaliyyət növlərinin inkişafına öz töhfəsini verəcəkdir.

Buna əsaslanaraq investisiya fəaliyyətinin üstünlük təşkil edən tərəfi bu gün, fikrimizcə, investisiya xərclərinin və nəticələrinin ticari, iqtisadi qiymətləndirilməsinin hüdudlarından kənara çıxaraq, turizm biznesindəki investisiya prosesinə yenidən baxılmasının zəruriliyini diktə edir.

Bundan əlavə, otel biznesinə xarici investisiya kapitalı cəlb etmək üçün aşağıdakılar lazımdır:

- yerli hakimiyyət orqanlarının reklam və informasiya sahəsində təşəbbüsünü artırmaq (otel mediasının ərazi inzibati hissəsinin turizm və rekreasiya potensialının izolyasiyası);

- İnvestisiya təşəbbüsünü təşviq edən hakimiyyət orqanlarının o cümlədən yerli inzibati və vergi siyasətini liberallaşdırmaq;

- turizm müəssisələri üçün sağlam rəqabət mühitinin qorunmasına yönəlmiş yerli hakimiyyət orqanlarının antitrest və kriminal əleyhinə siyasətinin effektivliyini artırmaq (Növrestli, 2010: 298).

Ümumiyyətlə, qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə kifayət qədər əlverişli investisiya mühiti mövcuddur.

Bunu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İ.Əliyevin bəyanatı da təsdiqləyir: "Hazırda Bakıda turizm infrastrukturuna investisiya qoyuluşunda böyük canlanma var. Hər ay yeni beşulduzlu otellərin açıldığını söyləmək olar. Xarici şirkətlərin ölkəmizin turizm sektoruna yatırımlarını məmnuniyyətlə qarşılayırıq."

Beləliklə, "JW Marriott Abşeron", "Jumeirah Bilgah Beach Hotel", "Four Seasons Hotel Baku" otellərinin inşası da investorların Azərbaycana göstərdiyi diqqətin göstəricisidir. Azərbaycan

Prezidenti İlham Əliyevin fikrincə, dünyaca məşhur otel şəbəkələrinin Azərbaycana gəlməsi və fəaliyyətə başlaması Azərbaycanda mükəmməl investisiya mühitinin təzahürüdür.

Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, uzunmüddətli perspektivdə ölkəmiz illik 3 milyona yaxın turist cəlb etmək niyyətindədir. Onları qəbul edə bilmək üçün bu otellərin hər birinin orta hesabla gündə təxminən 70 qonaq qəbul edə bilməsi əsas götürülərək Azərbaycanda otel müəssisələrinin sayı minimum 1300-ə çatmalıdır. Bu gün ölkənin turizm zonalarının ehtiyatı demək olar ki, 20 minə çatdı və 7-10 ildən sonra onların sayı 3-4 dəfə artmalıdır.

Bununla yanaşı, aşağıdakı vacib bir həqiqəti diqqətə çatdırmaq lazımdır: turizmə xeyli pul qazanacaq bir ölkə olmaq üçün turistləri cəlb edəcək, turizm infrastrukturunu daha da inkişaf etdirmək lazımdır.

Yuxarıda göstərilənləri ümumiləşdirərək, Azərbaycanda otel biznesinə qoyulan xarici sərmayələrin üstünlüklərinə xüsusi diqqət yetirmək istərdim:

- birbaşa kapital axınının alınması;
- xarici investisiyaların bütövlükdə iqtisadiyyata müsbət təsiri;
- gələn turist axınının artması hesabına ölkəmizin ixracının artması;
- idxal olunan məhsullara olan tələbatın sabitləşdirilməsi;
- yerli otel biznesinin böyüməsi;
- turizm biznesinin yerli infrastrukturu müəssisələrinin təkmilləşdirilməsi;
- ev sahibi ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi;
- işsizliyin azalması, bölgələrdə məşğulluq səviyyəsinin artması;
- əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması;
- əhalinin mədəni səviyyəsini artırmaq (ölkənin mədəni və tarixi irsi ilə tanışlıq);
- əmək ehtiyatlarının peşəkar inkişafı;
- yüksək ixtisaslı kadrları cəlb etmək bacarığı;
- texnoloji və idarəetmə biliklərinin əldə edilməsi (Салманов , Асадов А, 2013:177).

Metod

Alternativ turizmlə bağlı yerli və xarici alimlərin nəzəri fikirləri, AR Prezidentinin fərman və sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin qərarları, Milli Məclisin və Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarları təşkil edir. Tədqiqat prosesində müqayisəli və sistem təhlil, statistik təhlil, müşahidə və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Bundan əlavə, 2011-ci ildə dünyada turizmin inkişaf tempi cəmi 5-6% təşkil edirdisə, Azərbaycanda bu göstərici 14% -ə yüksəldi. Mədəniyyət və Turizm Naziri Əbülfəz Qarayevin sözlərinə görə, "Yaxın 5 ildə 4 milyona qədər turist qəbul etməyi planlaşdırırıq. Bunun üçün: Azərbaycana ilk dəfə gələn turistlərin sayı 2 milyonu keçdi." (Самойленко , 2006: с.320) 2016-2017-ci illərdə turist axınının kəskin artması Bakıda və Abşeron yarımadasında otel biznesinin genişləndirilməsinə ehtiyac yaratmışdır.

Nəticə

Təqdim olunan tədqiqat işində Azərbaycanın turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi problemi araşdırılmışdır. Əksər statistik məlumatlar 2003-cü ildən sonrakı dövrü, turizm rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi isə son üç ilin məlumatlarını əhatə edir. Tədqiqat işində M.Porterin rəqabətqabiliyyətlilik konsepsiyası və onun bazasında hesablanılan turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksinə təsir göstərən indikatorlar üzrə qiymətləndirmələr aparılmış və tədqiqatın nəticələrinə əsasən turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi üçün sektorun inkişafının strateji planlaşdırılması, viza və sərhəd rejimi, lisenziyalaşdırma və sertfikatlaşdırma sahələrində və regional səviyyədə siyasət təklifləri irəli sürülmüşdür.

Tədqiqat nəticəsində mehmanxana sənayesində mövcud olan müxtəlif problemlər və onların həlli yolları axtarılr. Digər tərəfdən Azərbaycan da mehmanxana sənayesinin inkişafı yollarının düzgün-səmərəli aparılması və bu sahədə mövcud resurslardan məqsədəuyğun istifadə məqamları aydınlaşdırılmışdır. Mehmanxana sənayesində ölkədə olan turist potensialının düzgün qiymətləndirilməsinin turizmə müsbət təsiri təhlil edilmişdir. Eyni zamanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə qiymət amili və keyfiyyətin nizamlanması problemləri də qeyd edilmişdir.

Ədəbiyyatlar

1. Bilalov B.A., (2010) “Turizmin tarixi”, Bakı, “Elm” 254 səh.
2. Bilalov B.Ə., Gülalıyevin Ç.G., (2015) “Turizmin əsasları” Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 496 səh.
3. Yeganlı S.T., Hacıyev E.D., (2006) “Turizm” Bakı. 323 s. Soltanova H.B., (2013) “Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı”. Bakı, AzTU - nun mətbəəsi, , 476 səh.
4. Növrestli T.B., (2010) Azerbaycan turizm potansiyelinin kalkınma amaçlı değerlendirilmesi: doktora tezisi, Türkiye,Dokuz Eylül Üniversites, , 298 s.
5. Candela, Guido, Figini, Paolo (2012) “The Economics of Tourism Destinations” Copyright Verlag Berlin Heidelberg. 607 p
6. Самойленко А. А., (2006) “География туризма”, Москва 320 стр.
7. Салманов А. А., Асадов А.М., (2013) Возможности использования туристического потенциала, Баку: « Авропа » , 177 с
8. whc.unesco.org/en/statesparties/az

Factors Affecting Financial Stability of An Organization

İradə Mustafayeva

irade_mustafayeva@outlook.com

Summary

According to the Financial Markets Supervision Authority of the Republic of Azerbaijan, the assets of the Azerbaijani banking sector had reached AZN 27,921.0 million by 31 December 2017,1 which is 11.2% less than at the end of 2016. The credit portfolio of banks decreased by 28.5% in 2017 compared to the same period of 2016. Since the decline, the credit portfolio of banks in the banking sector has faced the problem of excess liquidity. According to Zakir Nuriyev, president of the Association of Banks of Azerbaijan,2 "currently, the banking sector has liquidity of AZN4 billion, and therefore there is no need to raise funds from abroad. Shortly, the auction mechanism between banks will be involved and liquid funds distributed among the market participants. Solving liquidity problems created an opportunity to lower loan interest," he said. At present, most banks offer short-term trade financing, long-term project financing, mortgage products, and other banking products. The overall lack of medium- to long-term capital is a constraint to financing private business in Azerbaijan.

Additionally, businesses also need necessary tools in order to forecast financial stability. Without forecasting, it is not possible to gain an insight into possible long-term dynamics of the business's operations which puts a particular emphasis on forecasting. Financial reports and other available information on the general economy of a country where the business is located are useful sources for forecasting.

Keywords: finance, organization, forecasting, stability, evaluation, affecting factors

Introduction

Financial stability is defined as a concept that covers many areas of the business. Profitability, liquidity and solvency, for example, are important areas where stability must be achieved so that the business can operate in the longer-term. Financial stability is of high value for business for variety of reasons.

Firstly, most businesses set to operate in the long-term and be profitable for a long period of time. Thus, except for a few short-term projects, businesses aim to be operational in the long-term. Therefore, being profitable for a long period time, in other words, having stable or growing profits is important for a business to stay afloat.

Another reason why businesses need financial stability is related to their liquidity. Liquidity is an ability of a business to pay off it short-term debt with its short-term assets. If this can be done comfortably, a business can operate without an impediment in the short-term.

However, problems with liquidity transform to other areas of the business and although deemed as a short-term issue, liquidity can impede the stability of the business in the long-term as well. Therefore, having financial stability is crucial for a business because it would not be possible to be sufficiently liquid without financial stability.

Another key area which is even more closely related to the stability of a business is solvency or creditworthiness of a business. This is directly related to capital structure of a business. Several key stakeholders are interested in the solvency information about the business. For example, creditors are particularly interested in solvency as a means to get their loans back.

Moreover, creditors might decide to lend to the firm or not based on solvency information of the company.

Public is also interested in solvency of a business in order to assess the reliability of a business as a partner. Members of the public deem businesses more serious and worthwhile of engaging in a debate if these companies are solvent, in other words, are without major problems (Joseph, 2013:13). This also illustrates how important solvency or financial stability of a company is.

In recent years, some other factors have also been found to be important for the stability of companies. These factors are called environmental, social and governance (ESG).

Responsible investment is widely understood as incorporating economic, social and governance cons iderations (ESG) into investment and decision-making processes.

ESG considerations cover a wide range of topics that are not typically part of financial analys but may be financially relevant.
The word ESG was first used in a landmark study called "Who Cares Wins" in 2005. ESG's portfolio today is valued at over $20 trillion in AUM, or about a third of all professionally managed capital ar ound the world, and its rapid growth is focused on the trend for Socially Responsible Portfolio (SRI), which has been much longer around.

Nonetheless, unlike SRI, which is based on ethical and moral principles and primarily uses negative i ndicators such as not investing in alcohol, tobacco or weapons, ESG investment is based on the assu mption that ESG considerations are economically important.

In other words, being environmentally friendly, considerate of social causes as well as having transparent governance are definitely positive factors for businesses in the modern times.

Financial Stability of An Organization

Financial stability of the company can be assessed using the financial statements and annual reports. Annual reports contain financial statements and these statements are used to obtain necessary data for the calculation and comparison of financial condition and performance of a business.

In addition, annual reports also contain information which is non-financial such as disclosures and this information can also be utilized to gain information about the quality of earnings and eventually, financial stability of the company (Brammerts, et al., 2011:45). Therefore, financial reports will be the main source of the analysis for this research.

Financial stability analysis is conducted by using profitability, capital structure (leverage), liquidity and financial leverage effect assessments. Main indicators for each category is to be included in the study.

Forecasting is conducted by businesses to form expectations about the future and plan better both operationally and financially. Therefore, organizations should also engage in forecasting in order to gain insights into the financial stability in both short and long-term.

Some of the key factors that affect financial stability of an organization are summarized below.

<u>Profitability</u>

Profitability is the most watched indicator for businesses which measures the businesses' ability to generate profits from sales and the long-term profitability is an essential component of ensuring that a business stays stable.

Profitability is measured through various means but ratio analysis is the most frequently used tool to assess profitability.

Profitability ratios are a class of financial metrics that are used over time to measure the ability of a c ompany to generate revenue compared to its expenses, operating costs, balance sheet capital, and equ ity of investors, using information from a specific point in time (Brammerts, et al., 2011: 65).

Some of the key profitability ratios are

Net profit margin

Return on assets

Return on equity

Operating profit

Net profit margin is the division of net income of the company by its total revenue which assesses its ability to convert revenues into profits.

If the ratio is small, it means that the majority of the revenue of the business is consumed by its various costs.

Net profit margin=Net income/Revenues

Return on assets is the measurement of the profitable usage of the assets of a firm. If this ratio is high, this indicates that total assets of the company have been used productively (Lee and Lee, 2016). Therefore, this is one of the most observed phenomenon in business.

Return on Assets=Net income/total assets

Return on equity is the measurement of the profitability of the investment of equity holders of a business. This is calculated as a division of net income by total equity and if this indicator is high this translates into a higher productivity of equity investment.

Return on equity=Net income/total equity

Operating profit is yet another profitability indicator of a business. It is the assessment of the profitability of the operations of a business as opposed to total profitability.

Operating profit is calculated as the division of operating income by total revenue of the business and a higher figure for this indicator shows that operations of a business has been high (Joseph 2013:122).

Operating profit=Net income/total revenue

Liquidity

Liquidity is another factor affecting financial stability of a business and this has been proven in the many practical examples from the past in which liquidity crises led to a further full-blown crisis for firms.

If firms cannot pay their short-term debt, this might create a crisis for the business as creditors would enforce their covenants and there would be a demand by everyone to resources of the company due to a fear of further illiquidity and finally, insolvency (Lee, and Lee, 2016: 234).

Liquidity explains how an asset can be traded for money. These possessions, known as liquid assets, can be quickly turned into cash. The word "cash asset" is most commonly associated with stock mark et transactions.

Liquid assets are those where investors willing to pay the market price are ready and waiting. Illiquid capital, on the other hand, are those where there are few buyer. The owner may have to wait with an illiquid asset to find someone willing to buy the property.

Liquidity is measured by various ratios such as quick ratio, current ratio and cash ratio and as these ratios have been defined in the next section, this sub-chapter does not comment on these indicators in a greater detail.

Solvency

Solvency is yet another important element for a business which defines its future stability. Solvency decisions are related to capital structure decisions.

Solvency is directly related to an individual or company's ability to pay
debts, including any related interest.

The value of the assets of an entity, whether in relation to a company or an individual, must be greate r than the sum of itsdebt obligations to be considered solvent.

Businesses can choose from debt and equity sources for financing their operations and depending on the circumstances of a company, one or the other might be more suitable (Lee, and Lee, 2016: 235). However, usually, a mixture of both sources are used for the financing of operations of a business and this has been exemplified in practice as well.

Debt is preferred in many instances due to its protection against interest expenses. Nevertheless, this benefit of debt source of financing should not mean that companies can take on an excessive amount of debt as this might lead to future instability and insolvency for a business.

Equity funding has its own merits and disadvantages as well. Equity is expensive as several intermediaries participate in its raising and each of them charges additional expenses which make it costly for the business raise equity.

Furthermore, equity financing also results in the dilution of ownership for the previous equity holders of a business.

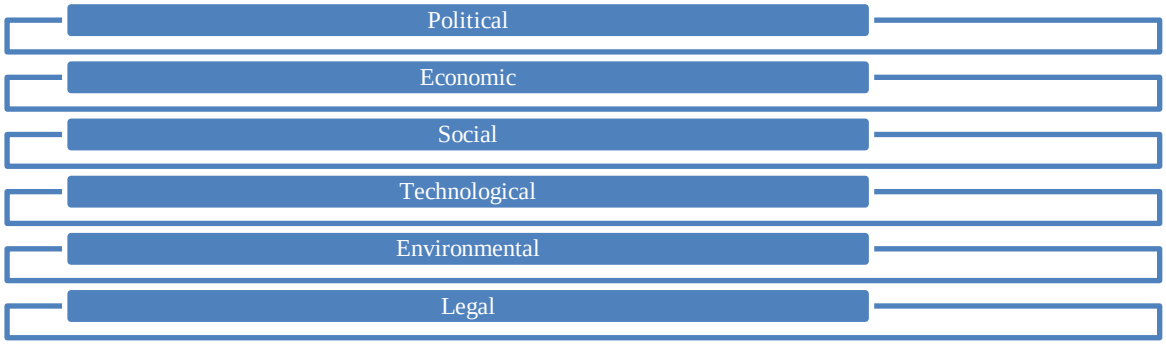
Finally, some private businesses do not want to lose their ownership control of a business and going public means that there will be increased level of scrutiny on a business which will be costly for the company again.

Macroeconomic Factors

Macroeconomic factors or factors that are outside the control of the firm also impact its stability both in the short and long-term due to several factors.

PESTEL analysis has been one of the major tools to assess the external environment of a business which is comprised of the following sub-components:

Chart 1. PESTEL for macroeconomic environment analysis



Source: Campbell (2017)

PESTEL tool demonstrates that such factors as political, economic, social, technological, environmental and legal affect the business and these factors also impact financial stability of a firm.

Political.

These are all about how a state intervenes in the economy and to what degree. This may include gove rnment policy, overseas market political stability or instability, foreign trade policy, tax policy, labor law, environmental law, trade restrictions, and so on.

From the above list, it is clear that political factors often affect organizations and how they do busine ss. Organizations must be able to respond to current and anticipated future laws and adjust their mark eting policies accordingly.

Economic.

Economic factors have a major impact on how business is done by a company and how profitable it i s.

Economic growth, interest rates, exchange rates, inflation, consumer and business disposable income , and so on, are influences.

Social factors

The areas that involve the population's shared beliefs and attitudes are also known as sociocultural fa ctors. Such variables include: population growth, distribution of gender, knowledge of nutrition, job attitudes, etc.

The impact of these variables which are exogenous to our model for the valuation of financial stability, will be considered in various assumptions of the forecasting such as growth rate and discount rates.

Technological factors

We all know how quickly the technical world shifts and how this impacts how our goods are advertis ed. Technical influences have three distinct impacts on advertising and its management

Environmental factors

These factors have only really come to the forefront in the last fifteen years or so. They have become important due to the increasing scarcity of raw materials, pollution targets, doing business as an ethical and sustainable company, carbon footprint targets set by governments.

Legal factors

Health and safety, equal opportunities, advertising standards, consumer rights and laws, drug labelin g and product safety are legal considerations.

Financial stability of the company will be evaluated based on several methods for the evaluation of financial stability.

1. *Assessment of financial stability through the evaluation of capital structure*

One of the categories of assessing financial stability is the assessment of debt and equity and their proportions in the financing of company operations (Campbell, 2017:25). In other words, capital structure of companies gives useful insights into the financial stability of them and therefore makes up a significant part of the analysis of financial stability. That is why, ratios based on capital structure will be used in this research to assess financial stability of Pasha Holding. Some of the key ratios based on capital structure are given below which to be included in the study:

Common equity to total assets =Measured as the division of common equity to total assets;

Debt to assets ratio=Measured as the division of total debt to total assets;

Proportion of current debt=Measured as short-term liabilities to total assets;

Financial stability index=Measured as (Common equity+Long-term liabilities)/total assets;

Long-term stability ratio (solvency) =Measured as Common Equity Divided by Total Liabilities.

2. *Assessment of financial stability through evaluation of liquidity*.

Short-term debt of the company are serviced with current assets. Therefore, the assessment of financial stability of an organization should include the assessment of liquidity as well (Campbell, 2017: p.26). Therefore, this research will assess the liquidity of Pasha Holding using the following liquidity indicators:

Current ratio=Measured as current assets divided by current liabilities;

Quick ratio=Measured as current assets excluding inventory divided by current liabilities;

Net working capital=Measured as current assets minus current liabilities which is considered as net liquidity of the firm.

3. *Assessment of financial stability through evaluation of leverage effect*

Leverage effect is considered as a potential source to improve the performance of an organization and by using it prudently, businesses can obtain long-term performance boost. To assess the effect of it on Pasha Holding, the following approach has been adopted from the existing academic literature.

Financial leverage degree is an important indicator with this regard, and it assesses the change in profitability arising from the use of additional debt (Campbell, 2017: 27). Degree of financial leverage is calculated as the multiplication of the following indicators:

1. The difference between Return on Assets (ROA) and return on debt capital. This difference shows and additional return that can be obtained from borrowing and investing.

2. Debt to equity ratio which demonstrates the financial leverage of the company.

3. Tax coefficient which accounts for tax-deductibility of debt financing.

Hence, multiplication of these indicators show the level of financial leverage effect and this analysis will be applied to Pasha Holding as well.

4. *Forecasting methods*

In order to forecast the future of the state of the company and evaluate its financial stability in a particular point in time in the future, it is essential to use forecasting model.

Method

Theoretical and methodological foundations of the work are based on the theory of the dynamics of financial markets, supervision and regulation of banking, innovations in banking, electronic banking services and so on. The majority of these concepts have been relatively new in science and most of the work refers to real cases of innovations in banking in UAE.

Analysis

In other words, taking various merits and disadvantages of equity and debt financing into account, companies decide which source of funding to use and how to combine them.

Solvency is the result of these decisions and too much of debt in the capital structure might be a burden on the financing costs of a business which in turn, would increase the chances of a future instability for a company.

Results

There are several forecasting models and free cash flow valuation models are among them which is used most frequently. This method enables to build a model of the future state of the company in terms of cash flows and assess whether this future is financially stable or not by applying the techniques that were discussed above for forecasting financial stability.

Free cash flow of a business is a cash remains with the business after considering the cash outflows. The importance of this methodology is that it is based on cash available for business and does not include non-cash items. These items are accounted for by making the necessary adjustment to the cash flows.

In order to understand free cash flows, operating free cash flow should be reviewed. This cash flow is the cash that is ascribable to all providers of capital in the firm. EBIT of the firm is taken and tax expenses as well as non-cash expenses are adjusted for in order to arrive at operating free cash flows.

References:

1. Brammertz, W. et al., (2011). *Unified Financial Analysis: The Missing Links of Finance*. London: John Wiley & Sons. 365 p.
2. Brammertz, W. et al., (2011). *Unified Financial Analysis: The Missing Links of Finance*. London: John Wiley & Sons., 298 p.

3. Campbell, P., (2017). *A Quick Start Guide to Financial Forecasting: Discover the Secret to Driving Growth, Profitability, and Cash Flow Higher.* London: Grow and Succeed Publishing. 412 p
4. Campbell, P., (2017). *A Quick Start Guide to Financial Forecasting: Discover the Secret to Driving Growth, Profitability, and Cash Flow Higher.* London: Grow and Succeed Publishing. 598 p
5. Connolly, M., (2006). *International Business Finance.* London: Routledge. 354 p
6. Coyle, B., (2000). *Corporate Credit Analysis: Credit Risk Management.* London: Global Professional Publishing. 745 p.
7. Dickman, G., (2005). *Financial Forecasting and Data Analysis.* London: Thomson.
8. Dlabay, L. & Burrow, J. L., (2007). *Business Finance.* London: Cengage Learning. 654 p.
9. Gibson, C., (2008). *Financial Reporting and Analysis: Using Financial Accounting Information.* London: Cengage Learning. 541 p.
10. Joseph, C., (2013). *Advanced Credit Risk Analysis and Management.* London: Wiley. 287 p.
11. Lawrence, K. D. & Kimberg, R. K., (2010). *Advances in Business and Management Forecasting.* London: Emerald Group Publishing, 357 p.
12. Lee, J. C. & Lee, C. F., (2016). *Financial Analysis, Planning & Forecasting: Theory and Application Third.* New York: World Scientific Publishing Company. 458 p.
13. Lumby, S. & Jones, C., (2003). *Corporate Finance: Theory & Practice.* London: Cengage Learning EMEA. 532 p.
14. Matz, L. & Neu, P., (2006). *Liquidity Risk Measurement and Management: A Practitioner's Guide to Global Best Practices.* London: John Wiley & Sons. 687 p.
15. McBurney, D. H. & White, T. L., (2009). *Research Methods.* London: Cengage Learning, 365 p.

Financial Decision-Making

Farid Dilavarov

feriddilaverov@gmail.com

Abstract

Many organisations are happened to introduce a centralised online information system to serve all the information business needs of the organisation. A popular belief is a such information systems will solve many business problems. There are some organisations in which an integrated information system is a simple success story. İn any chase, this is not always possible or indeed desirable. For example of an organisation in which the implementation of a centraiised computer-based system, whilst potentialdy desirable, doen't satisfy the short-term information need of the company is given. In this paper examines multinational retail banking and the problems related to gathering and maintaining the information that is need for making business decisions. The banking industry is downstanding a period of rapid intensification of competition and fundamental change where new products and services are both agents and consequences of change. The competitive position of banking sector is under increasingly serious challenge from non-banks offering financial services. Banks are confronted with numerous challenges in order to surivive and indeed make a profit in such a component market where efficient and effective information management is more importance. The importance of the problem is illustrated using the example of Barclays Bank, which has long history of operating in the world. The paper focuses on the problems and challenges of information gathering for the purpose of carrying out the financial strategy of such organisations.

Keywords: United Kingdom, Great Britain Pound, Weighted Average Cost of Capital, Internal Rate of Return, Net Present Value

Introduction

This assignment gives a comprehensive outlook on Barclay's from a financial decision-making stance. The paper is arranged as the following. Firstly, Barclays is presented by analyzing its environment and key internal attributes. Secondly, its financial sructure and risk profile are discussed. Thirdly, a DCF valuation is done for Barclays combined with a sensitivity analysis and an NPV, IRR computation. Lastly, a relative valuation is made to see how Barclays performs compared to its rivals, Lloyds and HSBC. Barclays was chosen as the case study for this paper, becase Barclays is frequently in the news and not necessarily for positive things, but rather for scandals.

Financial services organisations are under an increasingly serious challenge from non-banks offering financial services, Theese organizations have to compete by providing better services and a wider range of products. When financial services organisations are competing on a global multinational market these challenges are often hindered by the complexity of information that they require to monitor progress against their chosen strategies. The process of gathering this sort of information should not be underestimated. Operations in different countries may have different core systems, are serving different customer bases with different products, and are reporting different information to different regulators. The same type of information may be held on a mainframe in one operation, a spreadsheet in another, and hand-written in a third. Therefore, there can be serious problems in communicating data in electronic form to the 'centre' of the operation when the 'centre' needs information for planning or other business decisions. The long-term nature of strategic decisions means that they will be implemented and will operate in a business environment which the organisation cannot fully anticipate. Establishing a strategy which is broad enough to handle the range of differences, but is precise enough to drive the business forward is therefore a further challenge.

Methodology

Effective decision making is critical to maximizing profit/minimizing expenses, return on capital spending, and operational efficiency. For understand the impact of decisions that affect the enterprise, professionals at every level must secure and integrate relevant cross-functional information. Register for this seminar and learn skills needed to base decision making on solid business knowledge and sound financial principles instead of on emotion or "your gut." The instructor walks you through the tenets of structured decision-making and teaches a step-by-step approach to make practical, effective decisions.

Note: Participants are requested to bring a scientific calculator capable of doing exponential calculations for class analyses.

By attending this seminar, you will be able to:

1) Define the decision boundaries and expectations for decision outcomes
2) Select the optimal methodology for decision making
3) Select the best decision-making criteria in making project decisions and allocating capital budgets
4) Determine the lowest enterprise costs in raising capital through debt and equity offerings
5) Analyze make-buy, buy-lease, replacement and other alternative enterprise decisions based on the best financial strategies
6) Articulate the financial sensitivity of project decisions and the use of decision tools for integrating cross-functional business requirements
7) Develop an effective decision-making structure for your unique specific project criteria and your organization

Decision making methods: 1) monetary method 2) expected value method 3) utility method 4) multi criteria method

Research Model

In order to illustrate economic contribution and analyzing Barclays, there are some specific analyzing equations that help easy financial decision making. To take into account nearly years for analyzing.

The WACC calculation for Barclays is on the table. This equation helps us to calculation of a firm's cost of capital in which each category of capital is proportionately weighted. All sources of capital, including common stock, preferred stock, bonds, and any other long-term debt, are included in a WACC calculation. The formula used to calculate the WACC is the following:

As per Damodaran (2002), the Free Cash Flow to Firm (FCFF) measures the company’s value by taking a look at the sum of the cash flow to all claim-holders. The core concept of the FCFF is to discount the free cash flow to the firm by using the WACC (i.e. cost of capital) and thereby getting the operating assets. By adding to this the non-operating assets, the firm value is obtained. The formula of the FCFF:

It starts by calculating the NOPAT ((i.e. EBIT*(1-tax rate)) for Year 0 (i.e. 2018) and forecasted Years 1-5. The forecasted years’ EBIT was calculated by using the % of sales forecasting tool, which enabled to estimate the financial statements of Barclays for the forecasted timeframe (see Appendix 1). The Depreciation figures similarly came from the 2018 and the % of sales forecasts. The Capital

Expenditure was computed by adding the current year's PPE and other LT assets and then deducting from it the previous year's figures. For Barclays the change in Working Capital element of the FCFF formula is not applicable, because banks don't have current assets and current liabilities. Therefore, the FCFF for Year 0-Year 5 were calculated based on the formula described above

Analyzing

As per Reuters (2019), Barclays is a UK-based, international financial services firm that deals with credit cards, wholesale-, investment-banking, and wealth management. The key segments of Barclays encompass Barclays UK and International. As show below, the Total Revenue of Barclays has been fluctuating in recent years from 21,451 Mn GBP in 2016 to 21,136 Mn GBP in 2018. Barclays' main country of operation is the UK, and as no surprise this is where most of its revenue comes from. E.g. in 2018 the UK region of Barclays generated 11,050 Mn GBP revenue for the bank. The second largest region for Barclays is the Americas, which in 2018 made 7,615 revenue for Barclays, followed by Europe, Asia, and Africa.

Income by geographic region

For the year ended 31 December	2018 £m	2017 £m	2016 £m
Continuing operations			
United Kingdom	11,050	11,190	11,096
Europe	1,649	1,663	2,087
Americas	7,615	7,443	7,278
Africa and Middle East	253	251	419
Asia	569	529	571
Total	21,136	21,076	21,451

(Barclays, 2019)

The Net Income of Barclays has also been fluctuating from 2016 to 2018 (2016: 2,828 Mn GBP, 2017: -894 Mn GBP, 2018: 2,372 Mn GBP). The increase in profit after tax in 2018 compared to 2017 is principally due to the gains from the sale of Barclays' share in VocaLink (110 Mn GBP), and gains from a joint venture in Japan (80 Mn GBP) (Barclays, 2019).

Credit ratings

Barclays seeks for the periodic review of credit ratings by the independent rating agencies of S&P, Moody's and Fitch. Their ratings given to Barclays Group (i.e. Barclays PLC) reflect the creditworthiness of the bank and its subsidiaries. Ratings are assigned in line with Barclay's business and financial performance characteristics (Barclays, 2019). Barclays' 2018 ratings were the following:

Credit ratings

As at 31 December 2018	Standard & Poor's	Moody's	Fitch
Barclays PLC			
Long term	BBB	Baa3	A
Short term	A-2	P-3	F1
Outlook	Stable	Stable	Stable

(Barclays, 2019)

The above table indicates that Barclays has for the long-term a stable outlook assigned by all the agencies. Yet, it should be pointed out that in mid-2018 Moody's downgraded the company's rating to Baa3 by one notch principally as a result of the agency's evaluation of Barclays' profitability as well as the effect of ring-fencing (Barclays, 2019). Moody's (2019) explained its decision in more detail by claiming that the Baa3 mirrors Barclays Group moderate loss-given failure and the aspect that the Group is expected to get low level of support from the UK Government. Indeed, Moody's does not expect uplift in Barclays' ratings.

Barclays (2019) claims that further downgrade might cause outflows to satisfy collateral requirements in its current contracts. The bank manages this risk by including such outflows in its LRA stress scenarios, in addition a part of the bank's liquidity pool is kept against this risk. Furthermore, if Barclays receives a further downgrade, this would also lead to diminished lending capacity and higher costs of funding. The bank estimated that a 1 or 2 notch downgrade received from both S&P, Moody's and Fitch would lead to 5-6 Bn GBP outflows.

I also prepared a comparison table to see the ratings of Barclays key rivals: Lloyds and HSBC as well, since they are all British, large international banks. Barclays had the lowest ratings by S&P and Moody's in the peer-group in 2018.

From the 2018 Annual Reports:

Ratings (2018)	Lloyds	HSBC	Barclays
Standard & Poor's	A+	A-	BBB
Moody's	A1	A2	Baa3
Fitch	A	AA-	A

The WACC can be used to mirror the financial structure of a firm, because it calculates the proportion of the two key financings sources of a firm: the debt and the equity. The WACC is to put in simple terms the weighted average of the different financing layers utilized by the firm. It reflects on the proportionate cost of equity and cost of debt. The WACC is most commonly used in firm valuation assuming that on the long-run the company manages its capital structure by maintaining an identical target debt level. Indeed, its benefit is that it is the simplest approach to use in the FCFF valuation. Nonetheless, the disadvantage of the WACC relies in its assumption of maintained capital structure, because the supposition that the capital structure stays the same in the future forecasted period is unreasonable and might result in misleading observations (Larrabee and Voss, 2012).

The equity and debt portions of total financing were calculated as the following. The equity market value equals Barclays market capitalization, which is 29,756 Bn GBP (London Stock Exchange, 2019). The debt market value was the average of the 2016-2018 ST Debt, LT Debt, and Capital Lease Obligations. The equity-debt portions of Barclays are: 14.80% equity and 85.20% debt, so Barclays relies on debt financing of its operations more than equity financing. The reason might be that debt is cheaper than equity, thus corporations prefer debt funding over equity (O'Malley, 2014).

The cost of debt came from dividing the 2016-2018 average of interest expense and the average of total debt, getting 6.32%. The cost of equity was calculated via the CAPM, which meant the I needed the risk-free rate of return (I used the 10-year UK government bond rate), the beta (I took the average of the beta of Barclays on Yahoo!Finance and the beta I calculated) and the average UK market risk premium. The beta calculation is in Appendix 3. The cost of equity was 8.32%. For the tax rate, Barclays' average tax rate of 2016-2018 was used, being 42.03%. Barclays' WACC was 4.36%..

To get the Terminal Value, the growth rate had to be computed, which was the ROIC*Reinvestment rate. The growth rate turned out to be 2.07%. Then the FCFF were discounted with the WACC to their present value. The sum of their present values gave the enterprise value. Adding to that cash and subtracting from it the market value of debt, Barclays' equity value was obtained. Dividing the equity value with the number of outstanding shares Barclays had in 2018, we got the share price. Yet this share price was in GBP, and in order to compare it to Barclays' actual share price (which was 9.74 USD on 13 Dec 2019), the GBP value had to be converted to USD by using the adequate exchange rate. Eventually, the findings were that Barclays' share price via FCFF is 8.87 USD vs. its actual price

is 9.74 USD. This means that Barclays is slightly overvalued. When a security is overvalued, the recommendation is that shareholders should sell their Barclays stocks, while potential investors interested in buying Barclays shares should wait until the price goes down.

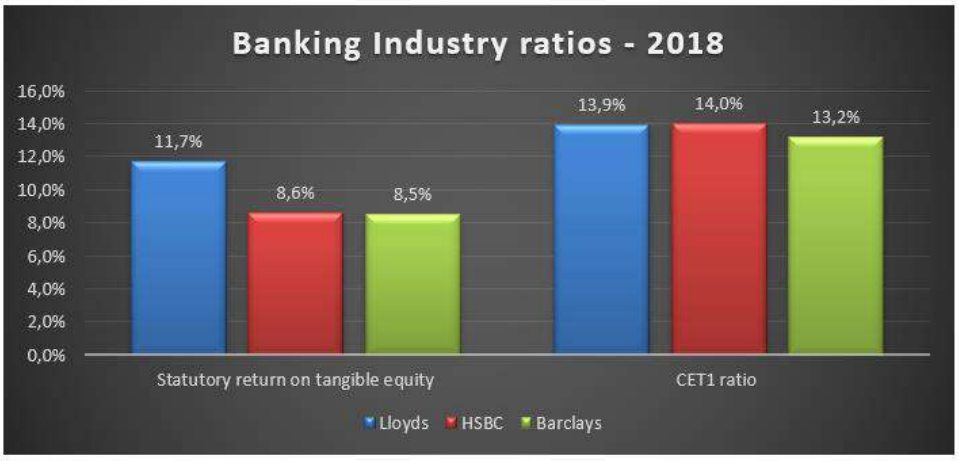
One concern regarding the FCFF is that it has limitations, because it assumes that for the forecasted period the WACC and the growth rate for Barclays would not change. Yet, this is unlikely, because many aspects (e.g. Brexit, or a further downgrade from rating agencies) could affect easily the WACC and the growth rate. As they are improbable to remain as they are until Year 5, I constructed a sensitivity table to see how changes in these two elements would impact the calculated share price of Barclays. The table is in Appendix 5. It shows that Barclays' actual share price would be obtained with WACC at 2.5% and growth rate at 0.4%. The key undertaking from the sensitivity scrutiny is that even minor alterations in the two figures would substantially alter our results.

One significant and interesting aspect to consider was to find a recent investment announced by Barclays and analyze its NPV and IRR. The NPV measures a future project's value net of the initial investment amount, thus it represents the estimated effect of the project on shareholder value. The common approach is that projects with a positive NPV should be accepted by the business, since it maximizes firm value. The IRR is the discount rate corresponding to a project with 0 NPV. The general approach is to accept solely those projects where the IRR is above the hurdle rate (Beech et al., 2004). Nevertheless, I must point out that the NPV-IRR model has limitations. As per Nwogugu (2017), it implicitly and wrongly supposes that the company's WACC or discount rate stays steady during the forecasted timeframe, and that the project risk increases with time.

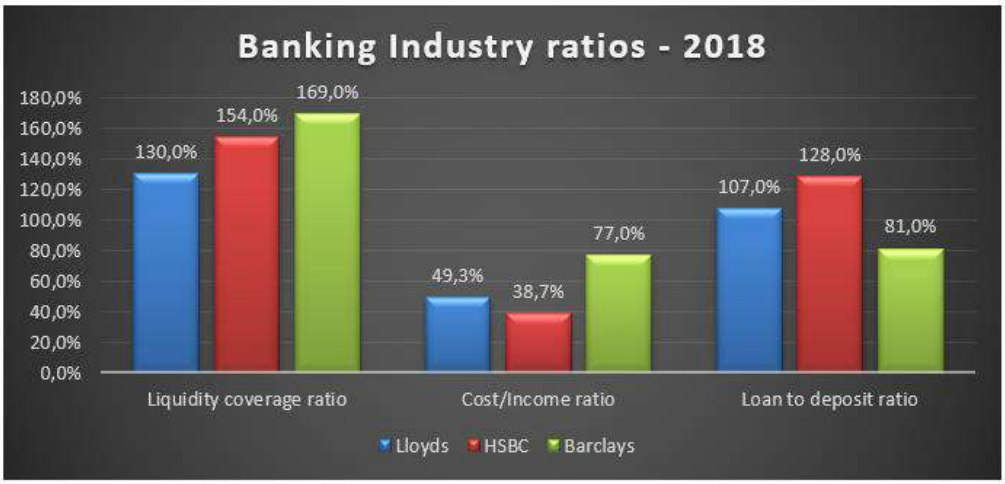
Barclays recently announced that it would invest 5.5 million GBP in Crowdz, an American startup which operates a blockchain-based invoice exchange (Finextra, 2019). This investment of Barclays was evaluated with the NPV-IRR model. The calculations are in Appendix 6. The calculations indicate that the NPV is high with 92,553 Mn GBP, and the IRR is 65%. The profitability of the investment is therefore confirmed; thus Barclays can be recommended to take on the project.

For the relative valuation the two other leading, British, multinational banks were chosen: Lloyds and HSBC. Barclays was compared to them firstly in terms of the P/E, P/BV, and the EV/Sales. The below chart shows that Barclays has the highest P/BV. This suggests that Barclays is overvalued. Yet, from the P/E the same observations cannot be fully made, since Lloyds' P/E ratio is even higher than that of Barclays. Although negative, Barclays has the highest EV/Sales in the group, which also suggests that Barclays is overvalued. The EV/EBITDA is not applicable to banks.

The second group of metrics used for the relative valuation concerned banking-sector specific metrics. The return on tangible equity is a financial health ratio that shows the rate of return on the tangible common equity (Capital Investments, 2019). Compared to its rivals, in 2018 Barclays had the lowest ratio, although very close to HSBC. Lloyds had the highest return on tangible equity, suggesting the bank's stronger financial health than HSBC and Barclays. The CET1 ratio for banks is a capital measure covering the key equities a bank possesses. It compares the capital to assets. While in 2018 Barclays had the lowest CET1 ratio in the peer-group, its CET1 is still above the minimum requirement of 4.50% (Grant and Kagan, 2019).



Within the peer-group, Barclays had the highest liquidity coverage ratio, indicating that Barclays holds higher levels of liquidity pool as a financial cushion to survive ST liquidity disruptions compared to its rivals (Kenton and Murphy, 2019). Its cost-to-income ratio is also the highest in the peer-group, which suggests that Barclays is not as efficient as its rivals in controlling costs. Indeed, it is suggested that the generally accepted maximum ratio is 50%, whereas Barclays was way over this ratio with 77% in 2018 (Thompson, 2018). Barclays had the lowest loan to deposit ratio. While its rivals had above 100%, Barclays had 81% in 2018. This suggests that Barclays might not be earning as much as it could (Murphy, 2019).



Conclusions

The financial valuation of Barclays indicated that the bank is overvalued. As a recommendation, shareholders could sell their Barclays stocks, while potential investors interested in buying Barclays

shares should wait until the price goes down. Yet, as highlighted in this assignment, the valuation conducted has limitations, such as the supposition that the WACC and growth rate are constant. Therefore, Barclays' valuation should be seen with carefulness.

It was interesting to see in this paper that Barclays underperforms its peers in many aspects such as managing its costs or having lower tangible return on equity, which suggest slightly weaker financial health than its peers. It was also pointed out that Barclays was recently downgraded in ratings by Moody's mainly due to its profitability. Barclays in the upcoming years will face many uncertainties and challenges such as due to Brexit, which are likely to affect it performance.

References

1. Barclays. (2019). 2018 Annual Report. [online]. Available at: https://home.barclays/content/dam/home-barclays/documents/investor-relations/reports-and-events/annual-reports/2018/2018-barclays-plc-annual-report.pdf [Accessed: 15 Dec. 2019].
2. Beech, J. G., Beech, J. and Chadwick, S. (2004). The Business of Management. New Jersey: Pearson Education.
3. Capital Investments. (2019). Return on tangible equity. [online]. Available at: https://capital.com/return-on-tangible-equity-definition [Accessed: 15 Dec. 2019].
4. Damodaran, A. (2002). Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
5. Finextra. (2019). Barclays invests in blockchain-based invoice exchange startup Crowdz. [online]. Available at: https://www.finextra.com/newsarticle/33891/barclays-invests-in-blockchain-based-invoice-exchange-startup-crowdz [Accessed: 15 Dec. 2019].
6. Grant, M. and Kagan, J. (2019). Common Equity Tier 1 (CET1). [online]. Available at: https://www.investopedia.com/terms/c/common-equity-tier-1-cet1.asp [Accessed: 15 Dec. 2019].
7. Kenton, W. and Murphy, C. B. (2019). Liquidity Coverage Ratio – LCR. [online]. Available at: https://www.investopedia.com/terms/l/liquidity-coverage-ratio.asp [Accessed: 15 Dec. 2019].
8. Larrabee, D. T. and Voss, J. A. (2012). Valuation Techniques: Discounted Cash Flow, Earnings Quality, Measures of Value Added, and Real Options. New York: John Wiley & Sons.
9. London Stock Exchange. (2019). Barclays. [online]. Available at: https://www.londonstockexchange.com/exchange/prices-and-markets/stocks/summary/company-summary/GB0031348658GBGBXSET1.html [Accessed: 15 Dec. 2019].
10. Monroe, B. (2019). Fincrime Briefing: SEC fines Barclays for corruption in 'princelings' scandal. [online]. Available at: https://www.acfcs.org/fincrime-briefing-sec-fines-barclays-for-corruption-in-princelings-scandal-swedbank-fires-top-execs-amid-laundering-probe-tanzania-aml-enforcement-uptick-and-more/ [Accessed: 15 Dec. 2019].
11. Moody's. (2019). Moody's announces completion of a periodic review of ratings of Barclays Plc. [online]. Available at: https://www.moodys.com/research/Moodys-announces-completion-of-a-periodic-review-of-ratings-of--PR_408221 [Accessed: 15 Dec. 2019].
12. Murphy, C. B. (2019). Loan-to-Deposit Ratio (LDR). [online]. Available at: https://www.investopedia.com/terms/l/loan-to-deposit-ratio.asp [Accessed: 15 Dec. 2019].
13. MyAccountingCourse. (2019). Weighted Average Cost of Capital (WACC) Guide. [online]. Available at: https://www.myaccountingcourse.com/financial-ratios/wacc [Accessed: 15 Dec. 2019].
14. Nwogugu, M. C. (2017). Anomalies in Net Present Value, Returns and Polynomials, and Regret Theory in Decision-Making. New York: Springer.
15. O'Malley, C. (2014). Bonds without Borders: A History of the Eurobond Market. New York: John Wiley & Sons.
16. Reuters. (2019). Barclays PLC. [online]. Available at: https://www.reuters.com/companies/BCS.N [Accessed: 15 Dec. 2019].
17. Thompson, J. (2018). How to Calculate a Cost-to-Income Ratio. [online]. Available at: https://bizfluent.com/how-6398870-calculate-cost-to-income-ratio.html [Accessed: 15 Dec. 2019].

The Role of FDI I Non-Oil Sector In Effective Use Of Economic Potential Of Regions.

Shabnam Jamilova

cemilova.96@gmail.com

Summary

It is of specific significance for Azerbaijan, trying to lessen dependence on oil and gas incomes by broadening its economy and fares, to draw in remote direct speculation (FDI) to non-oil areas, especially to the preparing business. Along these lines it is by and large suitable that the main significant marker out of the four sketched out in the administration's arrangement titled the Strategic Roadmap of the National Economy Prospects is to arrive at a 4 percent portion of non-oil remote direct interest in GDP until 2025 (contrasted with 2.6 percent in 2015).

Hydrocarbon-rich Azerbaijan's oil and gas areas have consistently been alluring for remote venture: out of $77.8 billion of FDI to the nation's economy from 2000 to 2017, more than 85 percent, or $ 66.8 billion, went to the oil and gas segments. Also, outside financial specialists had inadequate enthusiasm for the nation's non-oil/gas segment, particularly the preparing business during that period. Outside financial specialists' little enthusiasm for Azerbaijan's non-extractive ventures is positively provocative, as they had put intensely in the oil and gas parts. So as to accomplish an expansion in FDI streams to these areas, steps ought to be taken to recognize and dispose of the elements that oblige remote financial specialists. The adequacy and competency of the Government's choices on advancing venture movement is additionally among the issues, which ought to be reexamined.

Keywords: investment, oil, Non-oil, exporting, producing, direct, market

Introduction

The most significant bearing of the cutting edge procedure of building up a market economy is the change to maintainable monetary development dependent on its imaginative segments. In this manner, the issue of building up a serious mechanical and imaginative capability of nation is one of key issues in the present Azerbaijan. One of principle wellsprings of imaginative advancement of the Azerbaijani economy is the fascination remote money to economy alongside enhancement of the economy. The benefits of outside direct speculation are that they take into consideration maintainable financial development, joined by the presentation of mechanical advancements in the local economy, yet additionally new information and advances of inventive administration. Nonetheless, the absence of a residential approach of drawing in remote direct speculation was showed in the distorted sectoral structure and their fixation in the crude and extractive businesses with a generally low level in cutting edge ventures delivering items with a high portion of included worth. Simultaneously, certain districts structure their own arrangement right now, at making auxiliary changes in the economy of the locale, recharging the spending limit, and furthermore animating the improvement of modern and social framework. There is a general agreement that in all nations the procedure of monetary development and venture/arrangement of capital is firmly interrelated. Both neoclassical and Marxist market analysts focus on the amassing of capital as the motor of financial development. A significant utilization of capital is to build creation of capitalintensive merchandise. Utilization of such products typically increments with salary development (because of the way that we raise assets for development) (Sundrum, 1993). All development models are focused on capital as one of the two principle parameters in deciding the paces of monetary development. An expansion in the capital store is, obviously, important to guarantee creation development. As per the World Bank (1989), GDP development is higher for those nations that have a generally significant level of speculation/GDP.

All in all, ventures identify with all financial action, which includes the utilization of assets for the creation of merchandise and enterprises. Interests in foundation are particularly significant for the improvement of less created nations (LDCs), since the framework permits makers to utilize present day advancements and present current innovations for makers, extending framework straightforwardly invigorates beneficial exercises. Interests in instruction and professional preparing of a certified and beneficial research facility. Interests in rural research and augmentation administrations 3 improve and encourage the spread of research results, which additionally builds creation (Martins, 2012).

Dynamics of oil and non-oil foreign direct investment

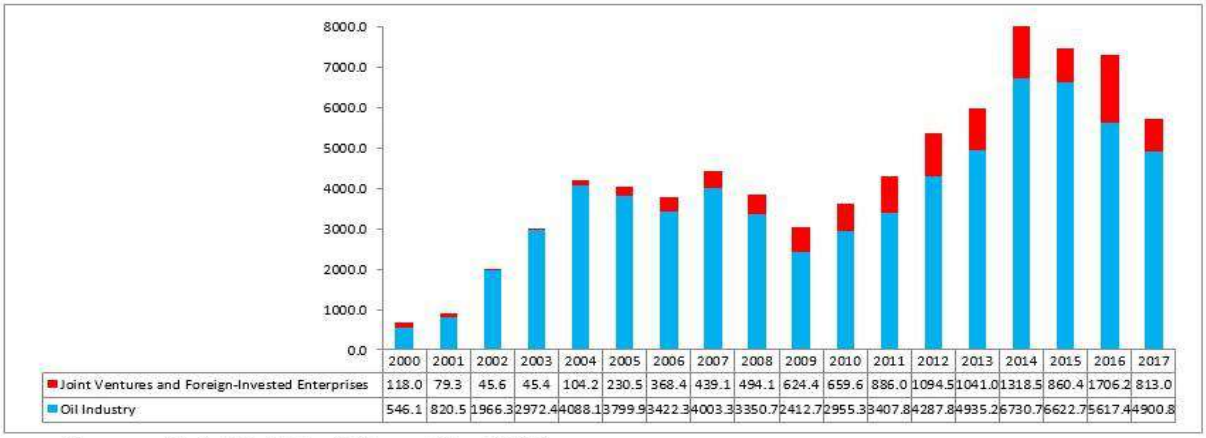
It very well may be said that the historical backdrop of FDI streams to autonomous Azerbaijan's economy goes to 1995. A conclusion to the political shakiness, which had been reigning over Azerbaijan since it recaptured its autonomy in 1991, the truce came to in the Nagorno-Karabakh war and, specifically, the consenting to of the arrangement on joint improvement and creation sharing (PSA) for the Azeri Chirag fields and the Deep Water Portion of the Guneshli Field (ACG) in the Azerbaijan Sector of the Caspian Sea prepared for outside venture streams to Azerbaijan.

Azerbaijan had FDI streams of $125.5 billion somewhere in the range of 1995 and 2017, including $120.6 billion (96.1 percent) from 2000 to 2017, as indicated by the State Statistical Committee (SSC). $29.2 billion (24.2 percent) of the every remote venture somewhere in the range of 2000 and 2017 were advances the Government of Azerbaijan and state-run and private firms had gotten from an assortment of worldwide fund and credit establishments. $77.8 billion (64.5 percent) were immediate speculations, $217.7 million (0.2 percent) were extra installments under oil understandings, and the remaining $13.4 billion (11.1 percent) were different ventures (chiefly portfolio ventures).

Out of the all out FDI of $77.8 billion into Azerbaijan's economy somewhere in the range of 2000 and 2017, $66.8 billion, or 85.9 percent, went to the oil area, while $19.9 billion (14.1 percent) went to the non-oil division (Komarov, 2012).

FDI stock in the oil sector has always been greater than in the non-oil sector (*see Figure 1*).

Figure 1: Dynamics of Oil and Non-Oil Foreign Direct İnvestment (in millions of USD)



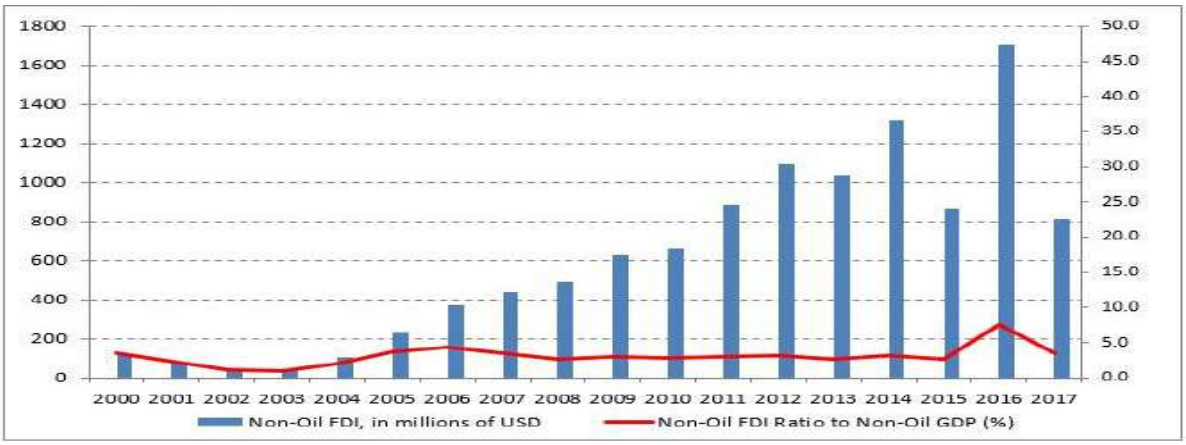
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Joint Ventures and Foreign-Invested Enterprises	118.0	79.3	45.6	45.4	104.2	230.5	368.4	439.1	494.1	624.4	659.6	886.0	1094.5	1041.0	1318.5	860.4	1706.2	813.0
Oil Industry	546.1	820.5	1966.3	2972.4	4088.1	3799.9	3422.3	4003.3	3350.7	2412.7	2955.3	3407.8	4287.8	4935.2	6730.7	6622.7	5617.4	4900.8

Source: State Statistical Committee (SSC)

In 2008, non-oil FDI was $500 million, and came to $1 billion out of 2012. From 2003 to 2014, there was a steady increment in non-oil FDI. Be that as it may, the most recent three years (2015-2017) saw a sharp unpredictability in non-oil FDI. It fell by 34.7 percent in 2015, yet there was an impressive

development of 98.3 percent ($1.7 billion) in 2016 and afterward in 2017 it fell by 52.4 percent (more than twice) (see Figure 2) once more.

Figure 2: Dynamics of Non-Oil FDİ by Years (in millions of USD) and Non-Oil FDİ Ratio to Non - Oil GDP (percent)



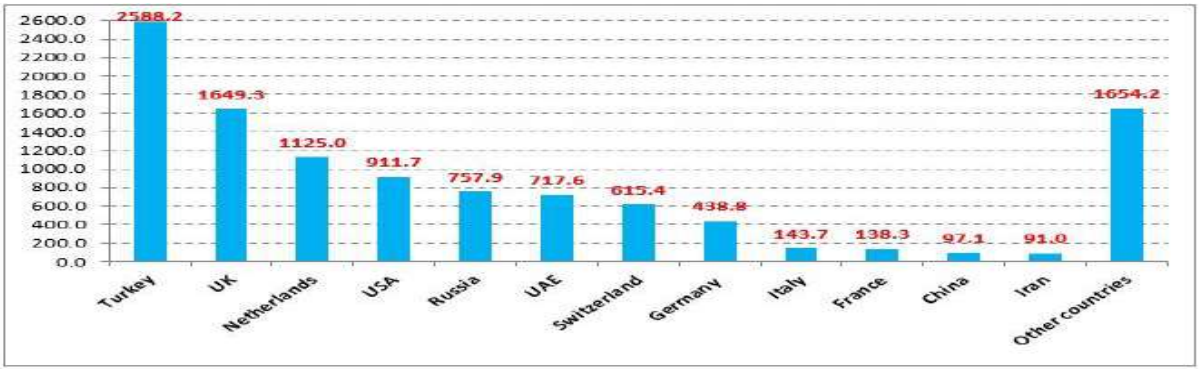
Source: Prepared on the basis of data from the State Statistical Committee (SSC), 2018.

The proportion of Azerbaijan's oil FDI to yearly oil GDP had been in excess of 20 percent until 2007 (it even surpassed 150 percent in 2004), yet it differed somewhere in the range of 10 and 20 percent from 2008 until 2013 and surpassed 30 percent in 2015. Interestingly, in many years the proportion of non-oil FDI to non-oil GDP has been underneath 3 percent (just somewhat surpassing 3 percent during certain years) and rose to 7.6 percent in 2016. The sharp change during that year was predominantly because of the unexpected decrease in non-oil GDP: in 2016, non-oil GDP remained at about $22.5 billion, falling 46.8 percent from $42.3 billion of every 2014. It was a 32.4 percent decay from the 2015 level, when the non-oil GDP was $33.3 billion. In 2017, the proportion of non-oil FDI to non-oil GDP dropped to 3.5 percent because of a decrease in FDI streams. (It ought to be noticed that the administration's objective "to raise non-oil FDI to the degree of 4 percent of GDP by 2025" as sketched out in the Strategic Roadmap of the National Economy Prospects would demonstrate insufficient right now, it doesn't mull over the way that national cash rate can significantly affect this proportion.) (Mustafayev, 2018).

Foreign direct investments to Azerbaijan's non - oil sector

FDI to the non-oil part came to $10.9 billion somewhere in the range of 2000 and 2017, representing 3.3 percent of the absolute non-oil GDP in a similar period. As indicated by the State Statistical Committee, out of the all out non-oil FDI stock fares to the nation during this period (2000-2017), $2.5882 billion (23.7 percent) were ventures from Turkey, $1.6493 billion (15.1 percent) from the UK, $1.1250 billion (10.3) from the Netherlands, $911.7 million (8.3 percent) from the United States, $757.9 million (6.9 percent) from the Russian Federation, $717.6 million (6.6 percent) from United Arab Emirates (UAE), $615.4 million (6.6 percent) from Germany, $143.7 million (1.3 percent) from Italy, $138.3 million (1.3 percent) from France, 97.1 million (0.9 percent) from China and $91.0 million (0.8 percent) from Iran (see Figure 3).

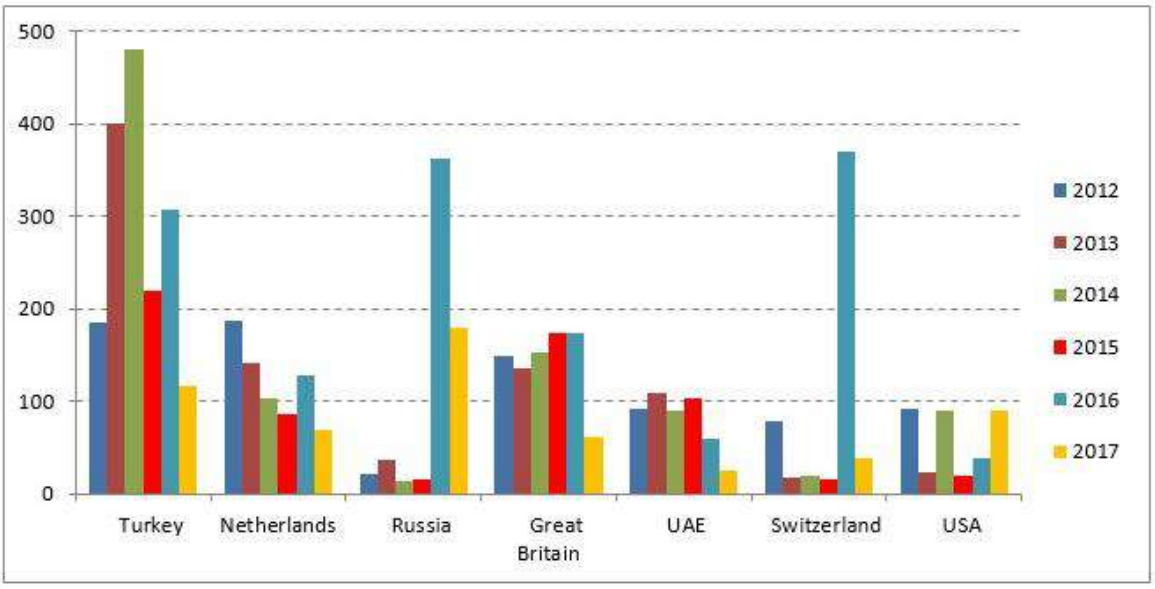
Figure 3: Countries of Origin of Foreign Direct İnvestments to Azerbaijan's Non – Oil Sector (2000-2017)



Source: Prepared on the basis of data from the State Statistical Committee (SSC), 2018.

Turkish financial specialists, except for certain years, have constantly kept up a main job in Azerbaijan's non-oil segment. Moreover, there were speculations from the US, UK, UAE, German, French and Russian organizations too. Be that as it may, the nation has seen a sharp development in speculations from Russian, Turkish and Swiss organizations in the previous 2-3 years after the drop in non-oil FDI internal stocks in 2015: out of $1.7 billion FDI stock, $1.04 billion, or 61 percent, tumbled to the portion of the three nations (see Figure 4).

Figure 4: Dynamics of FDI from some of the Largest Investing Countries to Azerbaijan's Non-Oil Sector (2012-2017)



Source: Prepared on the basis of data from the State Statistical Committee (SSC), 2018.

In 2016, the biggest internal FDI internal stock into Azerbaijan's non-oil area was from Switzerland, adding up to $370.5, and representing 60.2 percent of all out internal non-oil FDI streams to Azerbaijan from Switzerland from 2000 to 2017. The second biggest financial specialist of internal FDI interests in Azerbaijan in 2016 was Russia, with internal streams adding up to $363.2 million. It ought to be noticed that 71.6 percent ($542.2 million) of all out internal FDI streams to Azerbaijan's non-oil division beginning from Russia had been recorded in the previous two years (2016 and 2017) (Global speculation intensity report 2017-2018).

In the interim, SSC uncovered the measure of internal FDI streams to Azerbaijan's non-oil segment by nation, yet subtleties of regions affected by FDIs are inaccessible. The equalization of installments by the Central Bank of the Republic of Azerbaijan just presents the measure of FDIs to the non-oil division; notwithstanding, undertakings and zones affected by FDIs are inaccessible. Accordingly, it is hard to clarify the sharp increment in FDI stocks beginning from Russia and Switzerland even in 2016. The expansion could be because of Gazprombank's credit to back the SOCAR Polymer venture, an occupant of the Sumgait Chemical Industry Park (SCIP): 60 percent ($450 million) of the $750 million undertaking originated from the Gazprombank's advance.

During FDI streams to the non-oil area, it is additionally critical to follow the remote interest in fixed capital by sectoral divisions and organizations activities of joint endeavors and outside put undertakings in the nation. As indicated by Azerbaijan's Minister of Economic Development Shahin Mustafayev, more than 9,000 remote organizations occupied with various fields of the economy had so far been enlisted in Azerbaijan. Also, the State Statistical Committee reports that as much as 1,424 joint endeavors and outside put undertakings run in Azerbaijan in 2017 (contrasted with 551 of every 2000, 1,091 of every 2010, and 1,235 out of 2015). 528 (37 percent) of the joint endeavors and remote put ventures in 2017 were occupied with exchange and upkeep, 271 (19 percent) industry (counting oil and gas), 151 (10.6 percent) expert, science and specialized action, 138 (9.7 percent) development, 74 (5.2 percent) transportation and capacity, 41 (2.9 percent) data and correspondence, 41 (2.9 percent) convenience and nourishment administration exercises, and 30 (2.1 percent) cultivating and angling. There are no information on the nation of source of joint endeavors and outside put ventures in Azerbaijan (Global speculation seriousness report 2017-2018.).

Out of the all out fixed capital arrangement of AZN 8.7 billion (counting FDI) in Azerbaijan's economy in 2017, AZN 6.3 billion (72.6 percent) were shaped in the extraction business (oil and gas yield specifically) and AZN 2.4 billion in other financial circles, as per the State Statistical Committee (SSC). Out of the complete non-oil/non-gas remote interests in fixed capital, 1.07 billion AZN (around 45 percent) tumbled to the portion of development, 548.1 million AZN (22.8 percent)to transportation and capacity, 468.9 million AZN (19.5 percent) to water supply, and 200 million AZN (8.3 percent) to power, gas, steam and cooling supply.

Method

The theoretical and methodological foundations was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Analysis

Outside direct speculation can too give ecological and social advantages. Much of the time, global speculators will work at higher ecological and social normsthan their local rivals. In spite of the fact that they may not to bring guidelines up to the most significant level plausible, they will have the impact of height the measures 6 above existing levels. These benchmarks may likewise be take in after some time by residential organizations, far raising the nation's natural and social models.

Results

Hence, the point of the strategy of drawing in FDI to the districts, as we would see it, is to guarantee maintainable local advancement by pulling in FDI in the socially and monetarily most critical segments of the area's economy, utilizing the multiplier impact and cooperative energy devices as the consequences of innovation move, administrative developments and creative administration in the economy of the locale. In districts like the Republic of Azerbaijan, our experience shows that the pulled in FDI in the petrochemical business is portrayed by a genuinely significant level and proficiency of innovation move, which is joined by the acquiring of outside advances, yet in addition by administrative and hierarchical and financial developments. The end drawn by the creator that "focused" for Azerbaijan ought not be asset situated FDI, however FDI of high authoritative and specialized level repudiates the rationale of feasible improvement of the locale at this stage dependent on the system of obtaining trend setting innovations and their adjustment, impersonation and circulation. FDI of high innovative and authoritative level is coordinated to locales with an elevated level of salary per capita, to which Azerbaijan in generally similar qualities doesn't make a difference yet. In this way, for the exchange of FDI of high innovative and authoritative level, important institutional and foundation requirements have not yet been made in Azerbaijan and these advances won't be popular or completely actualized, which can just harm the venture atmosphere of the republic and the outside financial specialist itself. This is the substance of the retention approach of the districts, as a capacity to choose, adjust, mirror and recreate speculation ventures satisfactory to the institutional and venture atmosphere of the area.

Examination of the procedures of direct remote interest in the theory work was done based on the branch petrochemical mind boggling as the biggest relationship of endeavors having an unmistakably communicated spending plan shaping and cityforming particularity and being the most cutting edge undertakings. This makes it conceivable to recognize them as the most alluring objects of remote direct interest in the Republic of Azerbaijan. Right now, aftereffects of the investigation made it conceivable to frame assessment factors that impact the development of the procedures of direct outside interest in the petrochemical complex of the area, to which were appointed:

- Assessment of the speculation atmosphere in the locale;

- an estimation of a budgetary circumstance of the endeavors of a petrochemical complex of district;

evaluation of the degree of innovative specialization of undertakings of the petrochemical complex of the district;

- an estimation of a degree of improvement of a mechanical framework;

- evaluation of the accessibility and nature of components of creation;

- Assessment of the degree of ecological burden on the domain of the district.

References:

1. Attracting foreign direct investment, recommendations for Belarus on the use of existing potential. Analytical note [PP / 04/2015] German economic group. IPM Research Center. Berlin / Minsk, July 2015
2. Rattiya Ratiphokhin Empirical Analysis of the Determinants of Foreign Direct Investment in Thailand A Case Study of Foreign Direct Investment from Singapore Södertörn University | Department of Economics 2011
3. Komarov V.V. World economy. Foreign Direct Investments / V.V. Komarov, NI Litvina // FGBOU HPE «Russian State Agrarian Correspondence University». - Moscow: Publishing House of the State Educational Establishment of Higher Professional Education, RGAZU, 2012. - 246 p.
4. Martins Priede (2012) Import Impact of Economic Growth on regional economies, 2012 International Conference on economics marketing and management, Singapore, 2012
5. International Monetary Fund, Republic of Azerbaijan, 2011 Article IV Consultation (www.imf.org) January 18, 2012
6. Addressing the official opening ceremony of 9th Azerbaijan-Russia Interregional Forum in Baku, September 27,2018, President Ilham Aliyev said “Gazprombank has relatively recently financed a large industrial project worth more than $400 million in Azerbaijan.” https://president.az/articles/30129
7. Shahin Mustafayev. Prezident Ilham Aliyev’s national renaissance strategy: solid foundation, sustainable development, and successful future. The newspaper “Azerbaycan”, October 14, 2018
8. Attracting foreign direct investment, recommendations for Belarus on the use of existing potential. Analytical note [PP / 04/2015] German economic group. IPM Research Center. Berlin / Minsk, July 2015
9. Global investment competitiveness report 2017-2018. WBG. 2017
10. Global investment competitiveness report 2017-2018: foreign investor perspectives and policy implications. Washington, D.C.: World Bank Group. 2017 http://documents.worldbank.org/curated/en/169531510741671962/Global-investment-competitiveness-report-2017-2018-foreign-investor-perspectives-and-policy-implications

Azerbaijan As An Oil Producing And Exporting Country.

Aytaj Jafarli

aytacceferli97@gmail.com

Summary

Azerbaijan, in the same way as other asset rich nations, chose to set up a sovereign riches subsidize so as to keep away from salary instability, to accomplish intergenerational value and to change asset riches into progressively beneficial resources. Azerbaijan built up the State Oil Fund of the Azerbaijan Republic (SOFAZ) in late 1999 to gather salary from hydrocarbon sends out.

Azerbaijan, like many resource-rich countries, decided to set up a sovereign wealth fund in order to avoid income volatility, to achieve intergenerational equity and to transform resource wealth into more productive assets. Azerbaijan established the State Oil Fund of the Azerbaijan Republic (SOFAZ) in late 1999 to accumulate income from hydrocarbon exports. SOFAZ has gradually become the leading part of the country's public finance system. Azerbaijan was the first country to fulfill all requirements of the Extractive Industries Transparency Initiative (EITI), an international agreement to implement global standards of transparency in the resource extracting sectors. However, SOFAZ's contribution to an effective resource revenue management and long-run economic development is still questionable: transparency applies only to the income side of Azerbaijan's oil fund while the expenditure side remains opaque. Unlimited and unconditional transfers from SOFAZ to the state budget have threatened fiscal sustainability and the overall macroeconomic equilibrium.

Keywords: global indebtedness, crisis, developed countries, economic environment, financial policies

Introduction

Resource-rich countries encounter specific challenges such as intergenerational equity of resource distribution, long-term macroeconomic stabilisation and fiscal sustainability. Institutional responses to the specific fiscal challenges in oil-exporting countries included conservative oil price assumptions in the budget, the establishment of oil stabilisation and savings funds and fiscal rules. Oil and gas producing Azerbaijan, like many resource-rich countries, decided to set up a sovereign wealth fund (SWF) in order to respond to fiscal challenges, to avoid income volatility, to achieve intergenerational equity and to transform resource wealth into more productive assets, to realise these goals the fiscal sustainability of such a SWF is of great importance. Fiscal sustainability is given when total public spending equals non-oil revenues plus the return on the present net value of future oil revenues. Oil-rich countries can achieve fiscal sustainability if they develop a fiscal system able to generate enough oil-related revenues to finance the non-oil budget deficit in the long-run. Azerbaijan established the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan (SOFAZ) in late 1999 to accumulated income from its hydrocarbon exports. SOFAZ has gradually become the leading part of the country's public finance system. But the organizational set up is not the only pre-condition for fiscal sustainability, there is also a need for fiscal policy rules adequately responding to oil price shocks and resulting income volatility. In order to avoid spending inconsistencies and macroeconomic shocks on different production capacity, resource reserves, market price fluctuations and erratic spending behaviour natural resource-rich countries have to apply diverse fiscal rules. These fiscal rules play an essential role for the optimal distribution of natural resource revenues. Notwithstanding that the government of Azerbaijan officially adopted the ‘constant real expenditures’ principle in 2004, in reality unlimited and unconditional transfers from SOFAZ to the state budget have threatened fiscal sustainability, effective revenue management and the overall macroeconomic equilibrium. In recent years, reckless spending by the government and a procyclical fiscal pattern were major factors jeopardizing fiscal sustainability. The

lack of effective management of the increasing oil and gas revenues is still one of the major challenges for the government. That is why the main hypothesis of this article is that SOFAZ's contribution to prudent fiscal policies depends on the overall quality of institutions and the public financial management system in Azerbaijan. A sustainable fiscal policy must take into account the volatile nature of revenues for safeguarding the national economy and the state budget against external shocks and price fluctuations. The aim of this article is to analyse the spending behaviour of SOFAZ and the government in terms of fiscal sustainability throughout the almost 15 years of SOFAZ's existence. This article investigates quantitatively and qualitatively whether the government's spending of oil and gas revenues e especially through SOFAZ e promotes long-term fiscal sustainability. The article starts with a brief outline of main definitions and indicators of fiscal sustainability. It then explains the analytically distinct patterns of possible links between fiscal sustainability and SWFs. Different fiscal rules applied in oil-exporting countries like ‘permanent income hypothesis’, ‘bird-in-hand’ and oil price assumptions are analysed in regard to their relevance for Azerbaijan. A brief conclusion draws out the implications of the analysis for the future of revenue management policy and fiscal sustainability.

Analysis

The State Oil Fund of Azerbaijan, SOFAZ, was established in 1999 and began operating in 2001 with an official, legally extra-budgetary fund status combining stabilization, sterilization and saving functions. Sources of SOFAZ revenue generation in 2019:

Proceeds from the sale of a share of hydrocarbons in the Azerbaijan Republic (Carpantier, Vermeulen, 2014)

1. Share fees paid by foreign investors for the use of contract areas for the development of hydrocarbon resources
2. Revenues from the transportation of oil and gas through the territory of the Azerbaijan Republic
3. SOFAR Asset Management Income
4. Oil and gas agreements sign or generate bonuses paid by investors

Directions of expenses of SOFAZ according to the Charter of SOFAR the funds of the Fund can be used in:

1) solving urgent national problems,
2) construction and reconstruction of infrastructure, objects of strategic importance.
3) making transfers to the state budget.

According to the Law of the Republic of Azerbaijan “On the budget system,” SOFAZ expenditures are an integral part of the consolidated state budget and, together with the state budget, are annually reviewed and approved by the country's parliament.

One of the main reasons for the deterioration of the situation in this sector is the fact that the International Bank of Azerbaijan spent billions of budgetary funds on the recovery of toxic assets resulting from the theft of funds owned by the state and customers. So, among the modern difficulties of the Azerbaijani economy, the need for improving the banking sector and building an adequate financial policy are in the first place. The second difficulty is the increasing dependence on oil and gas resources, which is observed in almost all areas. The weakening of this dependence recorded in 2015-2016 began to give way to the opposite effect after rising crude oil prices on the world market since

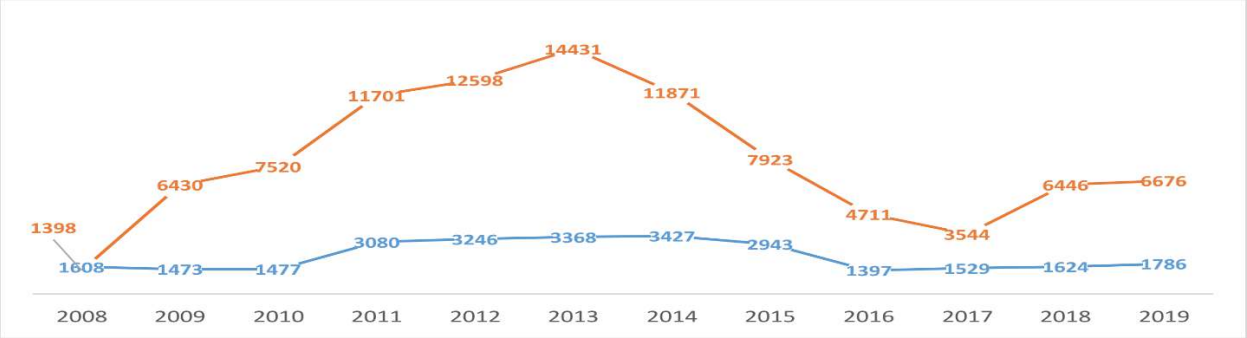
2017. Thus, the share of oil revenues in state budget revenues increased from 47.7% in 2017 to 59.5% in 2018, and the share of crude oil, oil products and natural gas in exports - from 88.62% in 2017 year to 91.17% in 2018, and finally, the share of the oil and gas industry in BBP - from 37.17% in 2017 to 42.56% in 2018 (Davis,., & Tilton 2005).

The activities of the Oil Fund for managing foreign currency funds are carried out in accordance with Decree No. 511 of the President of the country dated June 19, 2001 "Rules for the storage, placement and management of foreign currency funds of the State Oil Fund of the Azerbaijan Republic". The process of preparation and execution of the Fund's budget is regulated by the "Rules for the preparation and execution of the program (budget) of annual revenues and expenses of the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan", approved by Decree of the President of the Republic of Azerbaijan No. 579 of September 12, 2001 The State Oil Fund of Azerbaijan (SOFAz) has received the third tranche of a bonus of $ 450 million under a new contract for the development. of a block of Azeri-Chirag-Guneshli (ACG) fields until 2050, the fund said. "Under the terms of the new contract, in 2018-2025 SOFAR will receive $ 3.6 billion ($ 450 million annually) in the form of bonuses. The third tranche of $ 450 million went to the fund on January 7, "the SOFAz said. SOFAz in 2018-2019 received two tranches for a total of $ 900 million under a new contract for the development of a block of ACG fields. Despite the fact that 4 years have passed after the double devaluation, the Azerbaijani economy still cannot compensate for the losses from sharp changes in the manat exchange rate in February and December 2015. The reduction in the number of banks - the main players in the financial sector, the aggravation of relations with dozens of customers, devaluation processes that led to a drop in confidence in the financial system as a whole, and in the banking sector in particular, still play a leading negative role in this sector.

Along with this, a 6-fold difference arose between the average monthly wage in the republic and the average monthly wage in the mining industry. These established negative trends continue in the current year, and are more pronounced especially in the formation of budget revenues. Because the trend of decreasing transfers from the Oil Fund (SOFAZ) to the state budget in 2014-2018 (Table 1) from last year gave way to a wave of new growth. So, if transfers from SOFAZ amounted to 10 billion 995 million manats in last year's state budget revenues, then for the current year the volume of transfers is already forecasted at 11 billion 364 million manats. This means that in the budget formation this year, the share of revenues only from transfers from the Oil Fund will be about 50%, and the amount of direct oil revenues to the budget through payments by SOCAR and AIOC will amount to 13 billion 700 million manats, which is 70% more than 2017. In turn, this gives reason to assert that this year the share of revenues from the oil sector in total state budget revenues will exceed 60%.

A similar trend is observed in exports. Due to higher oil prices on the world market and growth in gas production in the first 4 months of 2019, the share of crude oil, oil products and natural gas in the total export amounted to 91.62%, and the share of the oil sector in BBP - 42.82%.Comparative assessments based on official reports of the State Statistics Committee, the Ministry of Finance and the State Customs Committee show an increasing dependence of the Azerbaijani economy on natural and non-renewable resources over the past 2 years and 4 months. One of the main factors determining this is the pro-cyclical nature of expenses in managing oil revenues in Azerbaijan. Thus, the rate of spending of oil revenues depends on the volume of revenues from exports of crude oil, petroleum products and natural gas, with an increase in foreign exchange earnings from the export of raw materials, budget expenditures also increase, and with a decrease, they decrease

Table 1: SOFAZ's transfers to the state budget

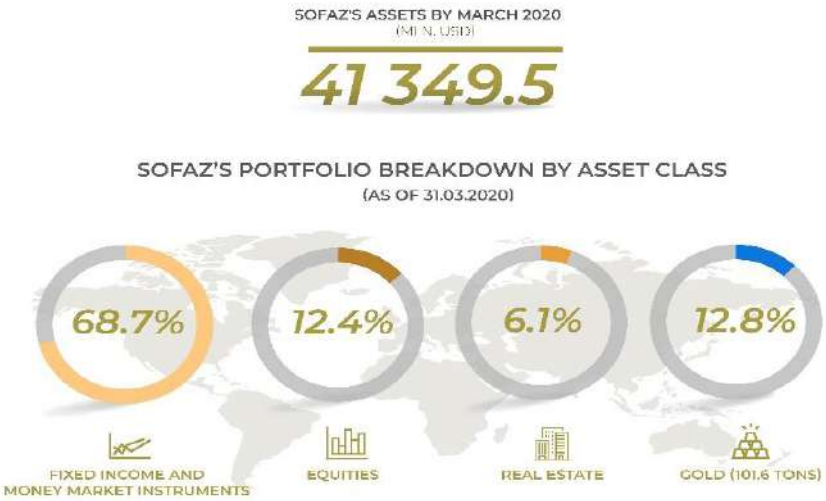


Source: State Oil Fund for the Republic of Azerbaijan (2018) Annual report 2019. Baku: SOFAZ, http://www.oilfund.az/uploads/annual_2019en. pdf; author's calculations.

In 2019, the total return on the investment portfolio of the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan (SOFAZ) was 5.29%. The report refers to the report of the Foundation. The total return on the Fund's investment portfolio for 2018 was 0.35%. The share of the stock sub-portfolio in profitability in 2019 was 2.67%, bonds 2.21%, and the real estate sub-portfolio 0.4%. Looking at the individual yield on the sub-portfolios of the investment portfolio, the individual yield on stocks was 21.5%, on bonds and money market instruments 3%, and on individual real estate 7.4% (Ahmadov., 2009)

During the relevant period, the highest return was observed in the stock sub-portfolio, and a positive return was recorded for each component of the investment portfolio. The Fund said: T hus, despite the negative return on the sub-portfolio last year (-6.6%), the corresponding figure in 2019 was 21.5% (including private shares). According to the results of 2019, the total investment portfolio of SOFAZ amounted to 43.323 billion. USD. 56.6% of the portfolio is in US dollars, 31.4% in euros, 5.1% in British pounds, 1.5% in Japanese yen, 1.2% in Chinese yuan, 0.8% The Turkish lira accounted for 0.8%, the Russian ruble for 0.8%, the Australian dollar for 0.6%, the Korean won for 0.5% and other currencies for 1.5%. The fund's US dollar portfolio is $ 4.930 billion. USD (11.4%) was gold investments 60 mln. worth of Azerbaijani manat. İn the distribution of SOFAZ's investment portfolio by assets, 68.7% were bonds and money market instruments, 14.1% were shares, 5.8% were real estate and 11.4% were gold investments. In the credit rating distribution, 42.8% of assets were invested in AAA-rated instruments, 29% in A-rated instruments, 16.3% in AA-rated instruments, and 10.5% in BBB credit-rated instruments. Only 1.4% of the portfolio was invested in non-investment grade instruments. 33.8% of the investment portfolio is in Europe, 33.76% in the Asia-Pacific region, 24.9% in North America, 2.04% in Australia / New Zealand and 0.71% in the Middle East., 0.05% is invested in Latin America, and 4.73% is invested in international organizations.

Table 2. İnvestments results in SOFAZ.



Source: 'Decree of the President of the Republic of Azerbaijan on the investments results of the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan for 2020. http://www.oilfund.az/en_US/huequqi-senedler/fondun-buedcesine-dair/fondun-budcesine-dair-22052014.asp.

According to the level of development of countries, 63.23% of the portfolio is developed countries, 32.04% are developing countries and 4.73% are international financial institutions. It should be noted that as of January 1, 2020, the Fund's assets increased by 12.48% compared to the beginning of 2019 (38,515.2 million US dollars) and amounted to 43,323.3 million. Was equal to the US dollar. It was noted that the increase in assets was due to SOFAZ budget revenues, including revenues from asset management. The objective of the Investment Policy of the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan In 2020, the State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan (hereinafter - SOFAZ) will implement an investment policy aimed at maximizing returns while minimizing the probability of substantial losses.

Method

The theoretical and methodological foundations were provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

Results

Fiscal sustainability is the ability to continue current level of spending in the future without any serious change regarding public services and taxation and also without continually increasing the debt level. Governments can adopt fiscal institutions and fiscal rules to deal with income volatility caused by a high dependence on resource revenues. A common and important feature in this context is the creation of a SWF like SOFAZ which can accumulate and release resource revenues as deemed necessary. In resource-rich countries, fiscal rules can assist to contain spending pressures and smooth income volatility, but they are highly insufficient to build fiscal buffers. In the case of Azerbaijan, there is a broad consensus that continued large increases in public expenditures are not sustainable and that a lack of fiscal sustainability can cause serious risks for Azerbaijan. It's quite large oil and gas resources have earned Azerbaijan large fiscal revenues in last 10 years but future fiscal revenues from oil and gas exports might be lower than currently expected due to declining production and the development of global market prices. A sound management of Azerbaijan's resource revenues requires a fiscal

framework to smooth public spending for different reasons (i.e., intergenerational equity, preserving macroeconomic stability, maintaining spending efficiency). Non-oil revenues have been weak due to low non-oil real economic growth, tax exemptions and problems in small and medium entrepreneurship, while oil revenues have remained strong. The first issue to consider is how much of the oil money to save or accrue in the SWF, and how much to consume or allocate for state budget expansion. This requires an analysis of where that money will provide the best long-term benefit for society. With the help of SOFAZ, Azerbaijan is overcoming economic crises, and the fund's payments to the state budget are helping Baku to diversify its commodity economy. In countries heavily dependent on oil revenues, national welfare funds help prepare for the moment when oil revenues run out. Therefore, oil-producing countries, such as Saudi Arabia, Norway and Russia, have some of the largest funds in the world where strategic reserves are accumulated.

In conclusion, I would like to note that in January-April 2019 the SOFAZ of Azerbaijan exceeded the level achieved in the first 4 months of 2018 by 2.1%. Last year, SOFAZ in Azerbaijan amounted to $ 46 billion 939 million, which is $ 28 billion 720 million less than in 2014 ($ 75 billion 655 million). This means that if you count from today and take into account the current growth rate, then the volume of SOFAZ lost in comparison with the level achieved in 2014 can be restored in 23.5 years, that is, at the end of 2042. Therefore, to move forward and restore the lost, higher economic growth is needed. And with current management standards, this is impossible. Azerbaijan needs to carry out serious reforms in the sources and areas of economic growth. This can only be achieved through radical changes in the provision of economic freedoms and decentralization, institutional and structural reforms in all areas. Conducted cosmetic changes will not be able to lead to significant changes in economic development in general and, in particular, in the social status of the population.

References:

1. Ahmadov, I., Tsani, S., & Aslanli, K. (2009). Sovereign wealth funds as the emerging players in the global financial arena: Characteristics, risks and governance. Baku: PFMC. http://pfmc-az.com/attachments/373_ENG% 20SWF1.pdf
2. Aslanli, K. (2012). Managing the state oil fund in Azerbaijan. In A. Heinrich, & H. Pleines (Eds.), Challenges of the Caspian resource boom: Domestic elites and policy-making (pp. 234e245).
3. Bell, M., Blick, G., Parkyn, O., Rodway, P., & Vowles, P. (2010). Challenges and choices: Modelling New Zealand's long-term fiscal position. Wellington: New Zealand Treasury. http://www.treasury.govt.nz/ publications/research-policy/wp/2010/10-01/twp10-01.pdf Accessed 24 November 2014.
4. Frankel, J. A. (2010). The natural resource curse: A survey (NBER Working Paper No. 15836). Cambridge, MA: NBER http://www.nber.org/ papers/w15836.pdf Accessed 26.10.14.
5. Humphreys, M., & Sandbu, M. E. (2007). Political economy of natural resource funds. In M. Humphreys, J. D. Sachs, & J. E. Stiglitz (Eds.), Escaping the resource curse (pp. 194e233). New York: Columbia University Press.
6. Iacono, R. (2012). Is it really worse with a Bird in Hand? A comparison of fiscal rules for resource-rich economies. Trondheim: Norwegian University of Science and Technology, Department of Economics. http:// www.ntnu.edu/documents/140152/38224165/3_Ultimaþbozza.pdf/ cca24ee8-8702-475a-8cd3-1d3fa19bd6fe
7. Ibadoglu, G., Alasgarov, K., & Bayramov, G. (2013). Oil and gas revenue management in Azerbaijan. Baku: Economic Research Center. http:// thinktank.az/wp-content/uploads/2013/07/RM_Azerbaijan_ERC_ 2013_ENG-1.pdf Accessed 5.03.14. IMF. (2012).
8. Republic of Azerbaijan e Concluding statement of the 2013 article IV consultation Mission, 12 march. http://www.imf.org/external/ np/ms/2013/031213.htm Accessed 6.01.15.

9. Kyle, S. (2014). Mineral revenues and countercyclical macroeconomic policy in Kazakhstan (Working Paper, Charles H. Dyson School of Applied Economics and Management, WP 2014-02). Ithaca, NY: Cornell University http://dyson.cornell.edu/research/researchpdf/wp/2014/ Cornell-Dyson-wp1402.pdf
10. Lücke, M. (2010). Stabilization and savings funds to manage natural resource revenues: Kazakhstan and Azerbaijan vs. Norway (Kiel Working Paper No. 1652). Kiel: IFW http://www.ifw-members.ifw-kiel.de/ publications/stabilization-and-savings-funds-to-manage-naturalresource-revenues-kazakhstan-and-azerbaijan-vs-norway/kap-1652. pdf
11. National Resource Governance Institute & Columbia Center on Sustainable Investment. (2013). National resource funds: Azerbaijan e State oil fund of the Republic of Azerbaijan. New York: National Resource Governance Institute. http://www.resourcegovernance.org/sites/ default/files/NRF_Azerbaijan_September2013. Governance at a glance 2009. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. http://www.oecd-ilibrary.org/ docserver/download/4209151e.pdf?expires¼1423216944&id¼id&acc name¼guest&checksum¼519E98CF79157DA3769DB31DDBEBF571
12. Public Finance Monitoring Center, Khazar University & Revenue Watch Institute (Ed.). (2011).
13. Sovereign wealth Funds: New challenges for the caspian countries. Baku: Revenue Watch Institute. http://www. revenuewatch.org/sites/default/files/SWFs-Caspian-Countries.pdf Accessed 17.09.14.
14. Segura, A. (2006). Management of oil wealth under the permanent income hypothesis: The case of Sao Tom ~ e and Príncipe (Working Paper WP/06/ 183).
15. Washington, DC: International Monetary Fund https://www. imf.org/external/pubs/ft/wp/2006/wp06183.pdf
16. State Oil Fund for the Republic of Azerbaijan. (2013). Annual report 2012. Baku: SOFAZ. http://www.oilfund.az/uploads/annual_2012en.pdf
17. State Oil Fund for the Republic of Azerbaijan. (2014). Annual report 2013. Baku: SOFAZ. http://www.oilfund.az/uploads/annual_2013en.pdf

The role of agriculture in non-oil sector of Azerbaijan economy

Lamiya Mammadova

e-mail: lamiyememmdova97@gmail.com

Summary

Azerbaijan economy is divided oil and non-oil sector and there is a great gap between the sectors. The oil sector has always maintaned its dominant position. This research investigates the potential of the agricultural sector in the non-oil division in Azerbaijan which can promote the economic growth using the main indicators and its shares in the gross output. Agriculture is a priority area of the non-oil sector. This area provides direct and indirect supply of foodstuffs, a key component of consumer demand in the country. In recent years, the conditions for expanding agricultural products have increased. However, the low competitiveness and low productivity of foreign products on the domestic market do not allow the stimulation of agricultural production. Agriculture plays an important role in addressing the socio-economic and political problems of the country, especially in the employment of people living in the regions. The fact that some of the people who lost their jobs in other sectors of the economy as a result of the negative impact of the global energy market processes on the economy of Azerbaijan is returning to agriculture is a good example. At present, the development of multi-sectoral agriculture in our country will allow more people to work in this sector in the short term. But what role can agriculture play for the development of Azerbaijan in the short and medium term? Does Azerbaijan have the potential to form a competitive agriculture sector?

Keywords: non-oil, economic, agricultural production, development, potential

Introduction

In recent years, Azerbaijan has been paying close attention to industrialization in the country as the basis of sustainable economic development, especially in the non-oil sector through diversification of the economy. Over the past 10 years, the volume of industrial production in the country increased by 6.9 times, including the non-oil sector by 3.3 times. These figures indicate the announcement of 2014 as the Year of Industry in the country and the strong industrialization process, the diversification of the economy and the successes it has achieved. However, although the oil and gas industry is at the core of the Azerbaijani economy, analysis of recent development trends shows that in the country, the share of the non-oil industry and the non-oil sector, especially the agrarian sector, is growing rapidly. This is clearly reflected in the number of newly opened non-oil enterprises as well as in the volume of non-oil products produced and exported. To achieve this, the proper economic policy is necessary in the country. Undoubtedly, the development of the non-oil sector has played an important role in efforts to diversify the economy through oil revenues. To support small and medium-sized businesses based on the orders signed by President Ilham Aliyev and the development programs approved by President Ilham Aliyev to diversify the economy and create the basis for the development of the non-oil sector. It has spent billions of dollars on concessional loans, providing subsidies to agriculture, and rebuilding transport and communications infrastructure throughout the country. All this has led to great revival in the non-oil sector of the economy (Karimov, 2015).

First of all, it should be noted that in 2014, the share of agriculture in GDP in the country was 5.3%, but in 2015 it was 6.2%. In 2015, the actual value of gross agricultural output was 5635.3 million manat. In 2015, 2999.0 thousand tons of grain was produced, which is 25.8% more than in the same period of 2014. In addition, 839,800 tonnes of potatoes in 2015 or 2.5% more than in the previous year, 1273,300 tonnes or 7.2% more vegetables, 484,500 tonnes or 9.9% more than in the fields.

Products, 886.3 thousand tons or 4.2% more fruits and berries, 578.9 tons or 22.1% more green tea leaves, 157,000 tons or 6.3% more grapes.

In 2015, the country produced 515,600 tons of meat, 1924,400 tons of milk, 17,000 tons of wool and 1538.6 million eggs in the country. Compared to 2014, meat production increased by 2.0 percent in 2015, milk production by 3.7 percent, and wool production by 1.4 percent.

Looking at agriculture during independence, gross domestic product production has steadily increased since 1996 (excluding 1997 and 2014), with annual average decline of 12 per cent in 1992-1995. Growth rate was 6.6%. In 2015, the increase in livestock production was 2.5 percent and 11.3 percent for plant products. At present, one of the main problems in the intensive development of livestock in our country is the weak feed base. Improvement of animal feed supply at the expense of import will have a significant impact on the profitability of the field. For example, recent problems in the poultry sector are a good example of this. In recent years, animal feed has become one of the fastest growing components in global exports. Increasing global food demand Azerbaijan also needs to implement more flexible policy on the development of this area.

In general, it can be said that Azerbaijan's agricultural growth will be sustainable. The figures for the first six months of 2016 show that, despite the decline in GDP, there was a 3.1% increase in agriculture. During this period, the total value of the gross agricultural output was 2500.9 million manat and 57.4 percent of the agricultural output was produced in the livestock sector and 42.6 percent in the crop sector (R.Hüseyn, 2016).

The World Bank's forecasts for our country are expected to grow at 4.2 percent in 2016 and 4 percent annually in 2017 and 2018, respectively. The World Bank and other international organizations report that increasing the competitiveness of the non-oil sector, especially agriculture, is crucial for the sustainable development of the country. This indicates the need for more value-added products to be produced and more commercialized. It is gratifying that certain steps are being taken in this direction. 30 large farms have been established in more than 40,000 hectares in 19 regions of the country. The productivity of each hectare in these farms is up to 60 cents per barley and wheat, and 120 cents per corn. It is also predicted that some of the wheat imports will be replaced by local production in the coming years. A 31.15% decline in wheat imports in the first six months of 2016 has given us hope that these forecasts will be confirmed.

It should be noted that in our country there are traditions of grain production. For example, according to 1909-13, the production of grain per capita in Azerbaijan was 2.5 times higher than the corresponding figure in the world (233 kg), 1.3 times higher than that of developed countries at that time (Germany, France, Sweden) (455 kg). was. At present, these traditions need to be restored and intensive development in the field. In this case, the problems with seeding should be solved first. The establishment of the State Seed Fund for the full satisfaction of the producers' needs for high-yield seeds can also be mentioned as a positive step.

We must bear in mind that in the modern era there is a rapid intensification of agriculture. Over the past 40 years, crop production around the world has grown by almost 9%, while crop production has increased 2.3 times. In the near future, the increase in agricultural production in Azerbaijan can be a major turning point in both import substitution and export growth, primarily due to intensive factors, ie, increased productivity rather than increasing the number of cultivated fields or animals (R.Hüseyn, 2016).

Methods

The theoretical and methodological foundations was provided by both general scientific methods of cognition of the surrounding activity and methods of individual knowledge. As a basis, the dialectical method of cognition was chosen, which allows to consider all the phenomena and processes that occur within an economic entity in constant movement, development, interconnection and interdependence.

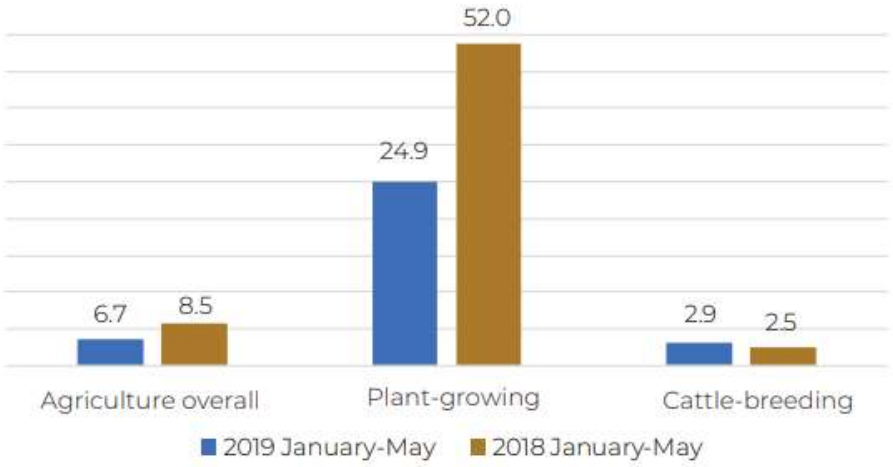
Analysis

Agriculture, tourism, information and communication technologies, processing industry are the main priority areas for the development of the non-oil sector in Azerbaijan. International financial institutions emphasize the importance of agriculture and tourism among these areas. Thus, about 44% of the country's employed population is engaged in agriculture. For this reason, the country is pursuing consistent state programs, reforms and new technologies aimed at agricultural development. According to figures released by the Cabinet of Ministers, in 2011 agricultural production increased by 34 percent compared to 2003. Over the past three years, the growth rate of gross agricultural output has averaged 2.5%. The Asian Development Bank, which is closely cooperating with Azerbaijan, considers agriculture and tourism to be the leading areas for the development of the non-oil sector in the country. The Bank believes that improving infrastructure in the regions, subsidizing agricultural producers and keeping tax deductions for them will contribute to the development of agriculture, which has great potential in Azerbaijan.

On January-May 2019, total volume of agricultural products increased by 6.7% compared with the same period (Picture 1).

Picture 1. The index of physical volume of agricultural products

comparable prices, compared with the last year



Source: https://www.stat.gov.az/

The volume of all agricultural products (except green tea leaves) increased on January-May, 2019 (Schedule 1).

Schedule 1. Agricultural production

Product Name	Measure	January-May 2019	January-May 2018	Compared with the same period last year, %
Meat (live weight)	thousand tons	201.4	195.3	+3.1
Milk	thousand tons	845.9	829.1	+2.0
Egg	mln units	765.5	741.8	+3.2
Wool	thousand tons	12.2	11.8	+3.1
Grain (excl.grain maize)	thousand tons	155.0	71.7	+2.2 t.
Potato	thousand tons	172.5	135.4	+27.3
Vegetable	thousand tons	247.4	217.0	+14.0
Fruits and berries	thousand tons	16.6	13.1	+26.7
Green tea leaves	tons	321.4	353.2	-9.0

Source: https://www.stat.gov.az/

The competitiveness of our country in the field of agriculture is more complicated. Neighboring countries are Russia, Iran and Turkey. Agriculture has developed in the last 2 countries, and it is also developing in Russia. And for the Russian market, we have to compete with both Turkey and Iran. Alternative markets are Arab countries. As for their access to them (especially logistically), both Iran and Turkey are more efficient than us. It is possible for us to reach those countries, but it is more valuable. On the plus side, our products are relatively healthy and environmentally friendly. Undoubtedly, we will use this factor more actively. However, there are 2 biggest issues: productivity and price. Only three figures on the difference in productivity will give readers some insight: Germany produces 27 million tons of 8.6 million hectares a year, France produces 38 million tons a year from 7.3 million hectares, and Turkey produces 19 million tons of 7.2 million hectares (2016). A simple comparison of milk production: There are 4.5 million cows in the Netherlands, with 11 million liters of milk produced annually from those 4.5 million cows. Turkey receives around 9.5 million milk from its 50 million cows. The difference is huge. The Netherlands has some very interesting figures on agriculture and a striking example of development, which I will present in a separate article. Let me tell you the only fact. It is estimated that the productivity and system in the Netherlands can easily provide food to 50 billion people, even in other countries. These figures show that productivity is a very important factor. According to approximate estimates, the grain yield in Azerbaijan is 40 cents per hectare, and our country will be self-sufficient without creating additional crops. We target an average of 40 cents per ha, 40 cents per hectare are not considered profitable in the world and are considered very low. If the average yield was 50 cents, then we would think about export. The same is true of cotton and other products. Exceptions here are greenhouses and garden areas. A very important issue is that the idea of access to large farms is not justified when examining other countries. It seems that in all developed countries (especially in small countries like ours) there are numerous but small, well-developed farms. Because agriculture is a risky area, diversification of risks is important and any disruption in large farms in small countries can seriously disrupt the balance in this area. This factor is not a topical and risky issue for large countries such as Russia, USA, Canada, China. Because

their territories are very large. In small countries, the factor of creating an additional value chain is being seriously investigated and development is in progress. That is, maximum yield per hectare and at least processing or production of the product. For example, the sale of cotton in the form of cloth or cloth, fruit dried, canned, or jam, jam, etc. This year, especially in the following years, we will face serious competition with tomatoes. Tomatoes seem to be more effective in exporting to Arab countries. Productivity is a very broad and important topic. Issues that are important for increasing productivity are statistics, research and training that need special approaches.

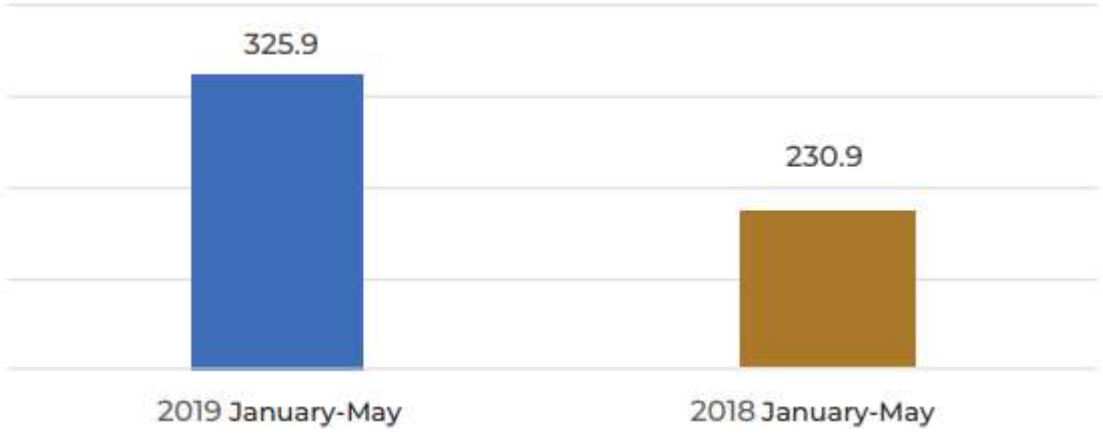
In January-June 2018, the actual value of gross agricultural output was 3206.1 million AZN, of which 1,774.8 million AZN or 55.4 percent was livestock, 1431.3 million AZN or 44.6 percent and plant products. Compared to the same period last year, agricultural production increased by 7.6 percent, including crop production by 14.6 percent, and livestock products by 2.5 percent. The total capital investments in agriculture, forestry and fishing in January-June of the current year increased by 73.7% compared to the same period of the previous year and amounted to 188.4 million AZN. A solid economic foundation will lay the foundation for sustainable development in 2020. Thus, it is projected that real GDP growth will be 3%, including 1.6% for oil sector and 3.8% for non-oil sector. The non-oil industry will grow by 8.8% and agriculture by 4.8% next year.

On January-May 2019, agricultural products were exported in term of value

325.9 million USD. The volume of agricultural exports increased by 41.1 % in terms

of value compared with the same period last year (Picture 2)

Picture 2. Exports of agricultural products, million USD



Source: https://customs.gov.az/

Conclusion

Independent development of agriculture is very difficult, and in today's highly competitive environment it is almost impossible. In other words, agriculture is a sector that needs to be supported in every way. In the country, especially in the last 3-4 years, support for agriculture, political will, desire, subsidies and subsidies, measures taken, and results are known. In addition to the measures and support that I think are necessary for the development of agriculture, we must carefully analyze the problems that depend on us and which do not depend on us and look for effective solutions. With the exception of agricultural subsidies and subsidies (positive work in this area is undeniable in our country), very active protectionist measures are taken in all agricultural developing countries,

including G20 countries, which account for 56% of the global agricultural sector. The second issue is the price of agricultural products. At first glance, a paradoxical situation arises. The consumer claims that agricultural products are cheaper, and the manufacturer says that cheap products make them insolvent, and that they do not give incentives because the product is below its prime cost and below it. Studies also show that subsidies and subsidies are an important factor, but not enough. These issues are also governed by customs policy. The customs policy here applies not only to duties and tariffs, but also to quotas. Particularly the season of this product. For example, when strawberries are harvested in the country, it is specifically prohibited to import strawberries into the country. The country sets, for example, an annual quota on meat or milk imports. This is a very subtle and important factor. Obviously, if a farmer is confident that he will sell the produce he will produce, he will think about increasing the production. Otherwise, the cost of imports will be more valuable to the country and the population in the coming years. It is more profitable for everyone (both the seller and the buyer) to buy a kilogram per kilogram of goods produced in the country at 4 manat per year, instead of buying one kilogram per year for 10 manats per year (Huseynov, 2016).

Contrary to the general patterns that have emerged in the practice of agrarian development in the world in recent years, as well as long-standing trends in Azerbaijan, the number and share of employment in agriculture has been increasing. Thus, in 1995, 30.8% of the employed population was employed in this area, at the beginning of 2015, the figure rose to 36.7%. There is no doubt that in the near future there will be a gradual decline in the share of agriculture in employment due to the creation of alternative activities. But for a long time this sector will maintain its important position in the country's economy. To do so, it is necessary to work in the coming years to improve agricultural processing, improve trade and supply issues, eliminate agricultural and urban disparities by providing services to agricultural producers, increasing employment and reducing unemployment, and developing social and infrastructure sectors.

This is the goal of agricultural development within the framework of the document "Main Directions of Strategic Roadmap for National Economy and Major Sectors" approved by the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated March 16, 2016. This indicates that the sustainable development of agriculture and its transformation into a competitive sector is a strategic target. Achieving this goal will lead to the development of diversified agriculture and food security in Azerbaijan. Addressing these issues will create a favorable environment for the development of a competitive agricultural sector in the country.

References:

1. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatının inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı (2017);
2. E.Süleymanov, F.Rəhmanov, E.Əlirzayev, (2018) Azərbaycanda qeyr-neft sektorunu inkişafı strategiyasında aqrar sektorun inkişafına yönəlik siyasətlərin təhlili;
3. E.Süleymanov, Azərbaycan respublikasında qeyri-neft sektoru;
4. R.Karimov, (2015) Development of Non-Oil Sector in Azerbaijan: Tendencies and Opportunities;
5. N.Huseynov, (2016) Approach to the Azerbaijan Economic Structure: Non-Oil Sector;
6. N.Salahlı, (2018) Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun inkişafı: Kənd Təsərrüfatı;
7. E.Sadıqov (2018) Kənd təsərrüfatının inkişafında iqtisadi tədbirlərin rolu;
8. R.Hüseyn (2016) Kənd təsərrüfatı Azərbaycan iqtisadiyyatının strateji sektoru kimi;
9. https://www.azerbaycanli.org/?page=193&lang=aze
10. https://az.trend.az/business/3136582.html

11. http://www.a-r.az/az/article/13554
12. https://modern.az/az/news/88056
13. https://www.stat.gov.az/
14. https://customs.gov.az/
15. https://www.azernews.az/business/157559.html

The influence of a number of regulatory factors on the oil market balance

Sabina Mammadova

s.mammadova1997@gmail.com

Abstract

Various aspects of the problem of changing the global oil market continue to be the subject of research by a number of foreign experts. Based on scientific justification and methodology, along with a systematic assessment of the impact of global energy development and the evolution of energy markets on the economy and the energy sector, research and forecasting do not bypass the process of forming a modern oil market. The modern oil market and its development prospects are still in the focus of attention of the international economic community, primarily in terms of the quantitative characteristics of the crisis or market fluctuations.

The oil market, as an economy as a whole, is never in a state of market equilibrium, but it works like any other economic system. The interaction of market forces creates new opportunities for movement towards equilibrium, new factors of influence on economic processes, which makes them unbalanced, uncertain and non-linear. In the new "oil" reality, the self-regulation of these processes is even more complicated, and a number of factors that ultimately prove effective will increasingly influence market movements. There are some shortcomings in the theoretical and methodological database for research on this issue, insufficient local literature, lack of information on paragraph headings, information in foreign languages, lack of sufficient scientific work and articles in this area.

Keywords: Oil, Oil market, Global Economy

Introduction

Changes in the global oil market affect the interests of entities at all levels of the global economy, the economic situation of countries, energy security and the global financial structure. “The oil market is a global market, and it is subject to “bubbles”, and even countries that can independently satisfy their oil needs cannot escape its influence.”

Oil market research pays close attention to forecasting the level of oil prices, assessing the dynamics of quantitative variables characterizing fluctuations and shocks in the oil market. At the same time, to a lesser extent, research is becoming a qualitative characteristic of the phenomena and processes that determine the nature of laws governing changes in the oil market. Thus, if the theoretical model of oil market development is considered as the basis for system analysis and forecasting, it is not enough to conduct research not only on the prospects for improving the economic efficiency of the market mechanism, but also as the basis for system analysis and forecasting. In this regard, it seems relevant to identify and analyze the factors and trends that determine the formation of a paradigm for the development of the world oil market in modern conditions.

Methodology

During the study, a number of methods were used. First of all, the methods of analysis and synthesis, as well as the method of logical research, data - factors that can affect the equilibrium of the world oil market - were obtained and systematized for research. In addition, the SWOT analysis was applied in connection with the current conditions of the global oil market. The research database on these methods consists of statistics from international organizations, as well as data from various scientific journals, articles and periodicals.

S – strengths:

- High-quality oil in the world market;

- High sales;
- Oil leadership in the energy and fuel industries;
- High demand for oil;
- A wide range of petroleum products;
- Well-established oil distribution channels in the global market.

W – Weaknesses:

- Exhaustive oil reserves;
- Price volatility in the global market;
- Deepening the imbalance between supply and demand in the oil market;
- High price;
- Limited opportunities in oil production.

O - Opportunities:

- The main consumers of oil in the world are industrialized countries;
- The 21st century has shifted from the “physical” market (oil trading for cash), which previously dominated the global oil market, to the “financial” market (oil contracts);
- Ensured globalization of the world oil market, along with the strong development of trade, computerization, telecommunications and information technologies on the oil exchange;
- Application of new technologies in the field of oil production and refining.

T - Threats:

- The economic crisis of 2008-2010 was marked by OPEC's strict and real control over the world's major oil production assets;
- The main competition in the global oil market is between state (national) and international (private) oil companies.

Analysis

The oil market, as an economy as a whole, is never in a state of market equilibrium, but it works like any other economic system. The interaction of market forces creates new opportunities for movement towards equilibrium, new factors of influence on economic processes, which makes them unbalanced, uncertain and non-linear. In the new "oil" reality, self-regulation of these processes is becoming even more complicated, and a number of factors that will be effective in the long run are increasingly influencing market movements.

Table 1. Regulatory factors of the global oil market

Regulatory factor	Mechanism of action	
	Short term	Long term
OPEC Activities	Change in oil supply in response to a temporary crisis or fluctuating market conditions	

Shale oil supply	Increased oil production amid high prices, reduced production at low prices	
Futures market	Price reduction with excess in the spot market, with deficit - rapid price increase	
Single regulator, national regulators	Creating conditions to stabilize the market and reduce price volatility	Ensuring the availability of infrastructure, development of the Arctic shelf

Source: T.A.Malova, V.I.Sisovea (2016), The world oil market: The search for balance in the new "oil" reality, Moscow State Institute of International Relations (University); 76 Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454 Russia.

In modern foreign scientific literature, the assessment of the real impact of OPEC on world oil prices is ambiguous and is characterized as a political union that creates diplomatic and other political advantages for members of the organization (Colgan J.D., 2014). Given that OPEC's regulatory role in the global oil market and the ability of the oil cartel to stabilize the market have been applied mainly to short-term changes in oil supplies in response to crises and market fluctuations, market conditions have not changed radically over the past two or three decades. At the same time, OPEC has never been able to stabilize the market in response to structural changes. This idea is supported by OPEC member countries in response to an increase in shale oil production in the United States by increasing oil production by an average of 32 million barrels per day. Thus, OPEC maintains its position as a regulatory factor in short-term shocks, but cannot influence long-term processes, which undoubtedly includes an increase in shale oil supplies (T.A.Malova, V.I.Sisovea, 2016).

In addition to the regulatory influence of the oil cartel, pressure on the futures market is increasing with the improvement of financial instruments and financial technologies in the context of the development of the stock market and OTC trading. The specificity of the regulatory role of the futures market is reflected in the deformation of market mechanisms for the functioning of the industry as a result of damage to the long-term relations of market participants with short-term financial instruments and fundamental development factors. At the same time, the value of this factor continues to decline in investment activity under the influence of high price uncertainty. In the event of growing tension between supply and demand, the futures market can play a balancing role in market prices, reflecting the market equilibrium of asset prices, thereby helping to restore the investment process in the oil industry.

Shale oil production is becoming an increasingly important regulatory factor in the oil market. The source of this factor is the limited sensitivity of conventional oil to price fluctuations due to the long period between the investment decision and the start of field development. Shale oil production eliminates the influence of this function due to two features. First, the time between the decision to drill a new well and the start of production is measured in weeks, not years, as in the case of traditional oil. Secondly, the life of a shale oil well is shorter than that of a conventional well. In the first year of well operation, daily shale oil is reduced by approximately 75%. As a result, the gap between investment and shale oil production is narrowing.

It follows that the price of shale oil in the short term is more sensitive to changes than conventional oil, and shale oil reserves respond quickly to price changes: high prices increase its production, low prices stabilize and reduce unconventional hydrocarbon production. Graphically, this shows a bend in the supply curve, which reflects the ability of shale oil stocks to move in order to reduce price

volatility. The economic explanation for this is the high variable costs in the total cost of producing a barrel of shale oil and, accordingly, the low fixed costs, which increase the price sensitivity of shale oil production in the short term. At the same time, most traditional oil production operations include oil platforms, pipelines and so on. It is characterized by high fixed costs in the form of investments, in other words, variable production costs for each barrel of oil are physically low, which reduces the sensitivity of traditional oil supplies in the short term.

Considering that the development of new technologies is one of the factors affecting oil prices, TESLA cars can be a prime example of this. These cars run on electricity. Tesla not only produces electric cars, but also installs solar panels on the roofs of houses. In addition, there is a new generation of "hybrid" cars, which in turn reduces fuel dependence. Currently, the use of this type of car is not widespread, since charging stations are not very common. Many countries have banned the use of fuel-efficient vehicles and have set themselves the goal of doing this for a maximum of 20 years. For example Norway wants to use this type of car in 2025, Sweden in 2030 and France in 2040. Sales of such cars in the world are already about 5 million (https://www.businessinsider.com/countries-banning-gas-cars-2017-10#cities-like-barcelona-copenhagen-and-vancouver-all-plan-to-ban-gas-and-diesel-powered-cars-by-2030-7). However, this could change completely in the future, and fuel consumption could plummet.

According to BP, the use of oil in the transport sector will continue to play a dominant role in 2040. Currently, oil consumption is 94%, but by 2040 it will decline to 85% and continue to dominate the aviation industry. The remaining 15% will be gas, electricity and other sources (https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/energy-outlook/bp-energy-outlook-2019.pdf)..

However, given petroleum products such as- clothing, cosmetics, plastic pipes, toys, medicines, etc., will always make the use of oil relevant (https://barrel.black/chto-delayut-iz-nefti.html).

Thus, the most modern factors regulating the oil market realize their potential in a short time. More important than all this is the role of long-term regulators. By controlling the possibility of price manipulation, short-term regulators can ensure market stability and reduce price volatility, achieve transparency of market data in terms of oil production and consumption, availability of price data, transparency of long-term contracts and registration of OTC transactions. In the long term, the importance of regulatory authorities is increasing due to ensuring the availability of infrastructure and fair prices for the transportation of hydrocarbons, increasing the investment attractiveness of the industry and its projects. A special place in ensuring the long-term sustainability of world oil supplies belongs to the development of the Arctic shelf.

World oil prices have a significant impact on the global economy. Rising energy prices had a significant impact on the state of the economy and the balance of payments of both exporting countries and oil importing countries.

In general, the growing demand for energy and rising world oil prices had a positive effect on the external sector of the economy of oil exporting countries, and its manifestations are more pronounced in various countries, including Russia. Thus, the first and obvious result of rising world oil prices was the high growth rate of oil exports, and, accordingly, the main suppliers of energy carriers became the main exporters of goods in almost all countries.

The oil market consists of a vertical integration system that includes the processing, distribution and storage of crude oil, starting with exploration and production. In this market, the unit cost of production varies depending on the structure of the industry, the nature of the hydrocarbons, the technologies used and the volume of production, as well as the legal and administrative structure of the country.

The main cost items that affect the formation of oil prices can be grouped as follows: Production costs In addition to the costs of depreciating exploration capital, the technical costs of producing crude oil include some of the following variable production costs:

1. Exploration costs - exploration work carried out at the site, and the costs of exploration, drilling, geological and geophysical work;
2. Development costs - these costs make up a significant part of the investments associated with the preparation of deposits for production;
3. Operating expenses - daily operating expenses necessary to ensure the correct operation of the fields.

The relative economic importance of these three main cost items varies by region. On average, 10-20% of the costs are spent on research, 40-60% on development and 20-50% on business.

Production costs vary also depends on whether the search is on land or at sea. The costs of offshore drilling vary considerably, both on land, not only in terms of geography and type of platform, but also in terms of water depth.

Cost of delivery. The geographical location of crude oil plays an important role in the cost of transporting oil. A pipeline or tanker is used for large-scale transportation.

The extent to which producer and consumer countries have pipelines under pipeline transport has a significant impact on oil prices. The cost of pipeline transport consists of operating costs with investments. Costs, such as materials, transportation costs, compensation to landowners, other expenses and pumping stations, are the main investment structure. Operating expenses include personnel, energy and maintenance costs. Other expenses include insurance, rent, general and other general expenses.

Factors such as oil characteristics (especially viscosity) and the distance between the loading point and the delivery terminal play an important role in determining transportation costs.

Transportation of oil by tankers is becoming increasingly important as the distance required for the delivery of oil vessels increases. Tanker transportation costs include depreciation and finance, business and port, and fuel costs.

The cost of processing (processing). The amount of operating costs during processing depends on a number of parameters. The most important of them are: fixed and variable costs depending on the age of the plants, production capacity, level of complexity, mode of operation.

Fixed costs, which depend on the amount of crude oil produced, include fixed operating costs, including depreciation and financial costs, services, salaries, general expenses and insurance. Variable costs include variable operating costs and supporting items.

Cost sharing. These costs are heavily dependent on distribution images. Various methods are used between oil products, oil refining and consumers, depending on their types and places of use. Like oil, a large number of supplied products are sold by refineries or large independent distributors.

The sale of processing or importing companies to the final consumer is called direct selling, and these sales are carried out as part of the agreement by determining the base price, terms of payment and price regulation. Direct sales are, as a rule, sales to large consumers.

Conclusion

Increasing competition in the oil market is a long-term, complex process, but it is urgent in terms of increasing the efficiency of the global oil market. Looking at the current state of the global oil market, the main and most important problem remains the depletion of oil reserves. I would like to suggest the following solutions to this problem:

1. The use of innovative technologies to increase the efficiency of oil production;
2. Extend the life of depleted oil fields;
3. To ensure the extraction of stocks of an empty oil well;
4. Finding a replacement product
5. The proliferation of energy-saving technologies and alternative fuels and the reduction in the cost of providing renewable energy for this purpose.

References

1. Colgan J.D. (03 June 2014), The Emperor Has No Clothes: The Limits of OPEC in the Global Oil Market. International Organization, vol. 68, iss. pp.599-632.
2. Dale S. New Economics of Oil. 13.10.2015), Society of Business Economists Annual Conference, London, 20 p. [Electronic resource]. URL: http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/speeches/2015/new-economics- of-oil-spencer-dale.pdf (Reference date: 07/05/2016)
3. Maugeri L. (2016), The Global Oil Market: No Safe Haven for Prices. Belfer Center for Science and International Affairs. Harvard Kennedy School. 30 p.
4. T.A.Malova, V.I.Sisovea (2016), The world oil market: The search for balance in the new “oil” reality, Moscow State Institute of International Relations (University); 76 Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454 Russia.
5. http://www.opec.org/home/basket.aspx.
6. https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/energy-outlook/bp-energy-outlook-2019.pdf
7. https://barrel.black/chto-delayut-iz-nefti.html
8. https://www.businessinsider.com/countries-banning-gas-cars-2017-10#cities-like-barcelona-copenhagen-and-vancouver-all-plan-to-ban-gas-and-diesel-powered-cars-by-2030-7

Problems and Perspectives Of Non-Oil Export Of Azerbaijan

Fuad Gülməmmədov

gulmamedovfuad@gmail.com

Abstract

The article examines the socio-economic results of market transformations in modern globalization. Based on rich statistical material, the author concludes that the main problem of the Azerbaijani economy at present is development based on the leading role of the oil factor, which in the medium term can lead to a sharp decrease in the rate of economic and social growth. To maintain its stability in the long term, it is proposed to switch from an export-raw type model to an optimal model for the economic development of the republic based on deepening economic reforms, efficient use of human, resource potential, integration opportunities of the country and modernization of the economy. In order to increase the export potential of the non-oil sector, it is necessary to complete the process of diversification and modernization of the national economy and accelerate its modernization. In addition, it is worth noting that the non-oil sector needs to be thoroughly researched, taking into account the country's natural resources and economic factors, and an objective assessment of its potential. One of the strategic tasks in these processes is to conduct in-depth analysis of the export potential of the non-oil sector of Azerbaijan in the modern age, to identify opportunities in this area under adequate criteria, to identify ways to improve the use of export potential.

Keywords: Non-Oil Sector, Export, Azerbaijan

Introduction

The impact of the global financial crisis on Azerbaijan has been inevitable, but the impact of the economic crisis has been minimized as a result of significant socio-economic reforms in our country and the ongoing legal reforms to sustain these reforms. The socio-economic policy pursued by President Ilham Aliyev, as well as the diversification of the economy, which is one of the priority directions of this policy, has played a key role in ensuring the sustainable development of our country. Successful implementation of the planned programs and investment projects continues. Undoubtedly, these are also welcomed by a number of prominent economic centers in the world and the economic development of Azerbaijan is highly appreciated. Even implemented reforms are seen as a model that can be applied to other countries as a model. As a result of the successful implementation of the reforms, our country's authority in the world has grown steadily and has become one of the political, economic and cultural centers of the region.(Triffin, Robert., 2016: p.25).

Since 2008, when the global economic crisis began, the Azerbaijani government has pursued a well-thought-out policy and has been able to minimize the negative impact of the economic crisis on the national economy, using the necessary tools and mechanisms. However, since 2015, world oil prices falling and changing macroeconomic factors have made the economic reforms to a qualitatively new stage, and the reforms that the president has described as a post-oil era have become more regular and systematic. The main task at that time was to put into action the existing potential in the non-oil sector, and to implement new economic reforms to ensure dynamic development in this area. To this end, the Strategic Roadmap was approved by President Ilham Aliyev's Decree of December 6, 2016 to apply new challenges and opportunities facing the industry to adapt to the processes observed in the non-oil sector, as well as to support the post-oil economic development model. Strategic roadmaps include the economic development strategy and action plan for 2016-2020, the long-term vision for the period until 2025 and the vision for the post-2025 period.

These strategic roadmaps are a conceptually important document that defines Azerbaijan's future development prospects with deep scientific basis. The approved map reflects the near-term and long-term perspectives of the national economy and 11 sectors as a whole. Implementation of Strategic Road Map will improve industrial structure, non-oil industry will be one of the driving forces of economic growth, share of heavy industry and mechanical engineering in industry and employment will be met, and the overall economic potential for the post-2020 period will be met. that is, the optimal use of available resources, as well as the introduction of efficient production methods in enterprises. Financial and macroeconomic coordination will also be provided, and mechanisms will be established to pay for economic activity, investment attraction and export incentives for non-oil products exported from the state budget. The development of the non-oil sector is one of the most important factors for strengthening the country's economic potential. As a result, successful government programs and measures in recent years have contributed to the sustainable development of the non-oil sector, the further improvement of the business environment, increased investment, and the creation of new businesses and jobs.(Agosin M.R, (2012: p.102).

One of the main directions of the reforms is the establishment of the Council to carry out various legal and regulatory processes against negative situations. The establishment of the Appeal Board under the President of the Republic of Azerbaijan is one of the steps to this end. The purpose of the Board of Appeals is to ensure multi-faceted approach to handling individuals and businesses, and to improve the mechanism for appealing decisions, actions or omissions of central and local executive bodies. In addition, the Presidential Decree established Appeal Boards in central and local executive bodies.(Babayev F., 2018).

One of the priorities of the policy of diversification of the economy is the implementation of the regional development strategy. One of the priorities of the policy of diversification of the economy is the implementation of the regional development strategy. In this regard, the “State Program on Socio-Economic Development of the Regions of the Republic of Azerbaijan for 2014-2018” is successfully implemented and implementation of other large projects will facilitate the sustainable development of the non-oil sector and improve public services and social infrastructure. It will also increase the economic potential of the regions, improve the quality of infrastructure, utilities, and improve the business and investment climate and the welfare of the population. We can surely say that some of the goals we have noted over the years since the program’s implementation have been successfully achieved and that important work within the program is expected to take place over the next few years.(Razin, A. & Sadka, E., 2017).

The reforms, led by President Ilham Aliyev, make it clear that in a few years Azerbaijan’s economy will be among the countries with the least dependence on the oil sector. It is a matter of sharp decline and decrease in its production. In the first half of this year, the results are positive in most of the non-oil sectors of the economy. If compared to last year, non-oil industry, agricultural production, transport, information and communication services, retail trade, etc. If there has been significant progress in the fields, it means that our state has been able to keep the pulse of the post-oil era in a timely and very accurate manner and that the reforms it has made are fully adequate to the current situation. This is the case and the importance of the economic reforms carried out by the Government of Azerbaijan in the post-oil era have already been officially announced by the management of the two largest financial institutions in the world – the International Monetary Fund and the World Bank – and they have also confirmed that short-term socio-economic reforms. Throughout the year, dependence on the oil

industry will be minimized. At present Azerbaijan is aiming to move forward more confidently and to finish the post-oil reforms in the shortest possible time. According to the President of the country, the main goal of the reforms is to provide the state budget revenues for several years at the expense of the non-oil sector. After this happens, oil prices in world markets will have no value.(Ahmadov A., 2019: p.130).

Method

Comparative analysis methods will also be used in writing a dissertation. Thus, comparative analysis of different enterprises will be conducted in different chapters of the dissertation, and comprehensive economic analysis of these enterprises will be conducted.The theoretical and methodological basis of the dissertation research was constituted by the fundamental works of foreign and domestic economists, which analyze cyclic and crisis processes in economic dynamics and theoretical approaches to state regulation of economic institutions.

Theoretical and methodological basis of the research is the scientific researches of Azerbaijan and foreign economists, researchers on problems of national economy development, mechanisms of state regulation of economy, peculiarities of development of non-oil sector in Azerbaijan, regulation of use of non-oil sector export potential, scientific reviews, obtained scientific results, methodological approaches and other research materials.

Coursework is written on the basis of books by national and foreign authors, materials from periodicals, statistical data, reports of international organizations, surveys and studies of consulting companies and internet resources are also used. In the work we used general scientific (analysis, analogy, comparison) and special (analytical tables, diagrams) research methods.

Analysis

It should be particularly noted that after the adoption of the Strategic Road Map, relevant government agencies will implement their activities based on more detailed programs. The feasibility study will be carried out prior to the implementation of the projects envisaged in the document and the relevant state bodies will be responsible for each initiative.

Over the past 10 years, Azerbaijan has been at the forefront of economic growth in the world. Successful oil strategy has improved the infrastructure through revenues, enhanced the non-oil economy, improved social welfare, increased state-owned assets, and created strategic foreign exchange reserves that exceeded GDP.

Described as Phase II covers 2011-2018 and is characterized as the first phase of the transition. The creation of a free market in the economy, the privatization and privatization of state property, the stimulation of entrepreneurship development on their basis, and the organization of coal services have become a phenomenon. and the achievement of certain results contributed to the introduction of the inflation mechanism elements of the market mechanism. minimized. At this stage, there was a steady increase in macroeconomic indicators. In 1998, GDP increased by 84.1%, industry by 95.7% and foreign trade turnover by 28.9%. During the period 1995-1998, the foreign trade balance increased steadily. For a detailed analysis of the current state of foreign trade and the current situation, let's take a look at the dynamics over the years. In recent years, there is a deficit in the foreign trade balance.(Suleymanov,E. &Zeynalov, A., 2019: p.55).

Table 1. Import and export of near and far abroad countries specific weight dynamics (%)

Year	Far foreign countries		CIS countries	
	Import	**Export**	**Import**	**Export**
2011	68,0	86,5	32,0	13,5
2012	68.9	90.3	31,1	9,7
2013	60.9	88.8	39,1	11,2
2014	67.6	87.1	32,4	12,9
2015	65,8	83,0	34,2	17,0
2016	65,6	79,2	34,4	20,8
2017	88,1	29,1	29,8	7,7
2018	78	95	22	5

Source: Azerbaijan Statistical Committee, (27.03.2020)

The value added in the non-oil sector of the country's economy in January-June 2018 increased by 2% compared to the same period of the previous year. The share of value added in the non-oil sector in GDP was 55.8%. The most positive contributors to GDP in the sub-sectors of the non-oil sector were transportation and warehousing, construction and trade and repair of vehicles.(Bayramov.A., 2018).

Table 2. Distribution of value added in non-oil sector by sector (2019)

Agriculture and Fishing	
Non-oil sector	8.9%
Construction	8.3%
Trade	11.7%
Logistic	11.4%
Tourism	4.5%
İnformation Technology	2.8%
Other services	23.6
Taxes	11.5%

Source: https://economy.gov.az (2019.03.01)

In most sectors of the non-oil sector, the growth rate of added value was higher than the corresponding period of the previous year. In the corresponding period of 2017, agriculture, forestry and fisheries accounted for 7.6%, commercial and transport repair 2.4%, transportation and warehousing 7.1%, tourist accommodation and public catering 7.4%, information and communication 4.9%, social and

other services increased by 0.6%.The non-oil industry produced goods worth 5165.3 million manat in January-June 2018 and increased 8.8% compared to the same period of the previous year. Mining industry contributes 3% or 157.2 million manat in non-oil industry, 75.6% or 3906.5 million manat in manufacturing industry, 18.5% or 954.0 million manat, water supply, share of electricity, gas and steam. The share of waste treatment was 2.9% or 147.6 million .(https://economy.gov.az)

Table 3. Gross domestic product (in basic prices) in the oil and non-oil sectors of the economy. at current prices, million manat

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gross Domestic Product - Total	**42.465,0**	**52.082,0**	**54.743,7**	**58.182,0**	**59.014,1**	**54.380,0**	**60.425,2**	**70.337,8**	**79.797,3**
including:									
oil and gas sector	20.409,5	25.829,9	24.487,3	23.778,1	21.405,2	15.382,2	19.552,6	25.005,4	31.758,6
the non-oil sector	19.179,0	23.196,1	26.864,4	30.525,9	33.195,9	34.138,8	35.951,1	40.328,0	41.810,5
net taxes on products and imports	2.876,5	3.056,0	3.392,0	3.878,0	4.413,0	4.859,0	4.921,5	5.004,4	6.228,2

Source: https://www.stat.gov.az (2019.03.01)

“The past year 2018 was a period of deep reforms, there was a growth in agriculture by 4.6%, also in tourism, in transport (thanks to the opening of the new port of Alat). I am confident that the objectives for economic growth that we set for 2019 will be fulfilled, and In this regard, tax and customs reforms are of great importance.The head of state expressed confidence in the success of the reforms implemented in the agricultural and tourism sectors. Inflation in the country is under control, slowed down significantly, which, according to the authorities, guarantees stability in the country.

Table 3. Dynamics of export commodity structure in non-oil sector in the Republic of Azerbaijan (mlyn, US dollars)

Name of commodity groups	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Total	23907,9	23975,4	21828,6	12729,1	9143,2
including live animals and animal products	0.7	1.8	3.3	2.3	4.2
Products of plant origin	308.1	301.7	331.1	335.8	386.6
Animal vegetable fats and oils	221.7	227.9	190.3	153.3	17.1
Prepared food products, alcoholic and non-alcoholic beverages, vinegar, tobacco	301.7	346.8	316.1	278.9	117.6
Mineral products	22281.1	22255.8	20193.5	11203.4	7986.9

Chemical industry products	174.6	57.2	76.1	79.9	55.9
Plastic masses, rubber, rubber manufactured products	108.9	122.6	157.3	112.9	99.7
Unrefined tan, tanning skin, natural fur, and articles made of them	14.1	17.2	24.1	12.2	15.2
Furs, corks and articles thereof, wicker products	2	1.4	1.4	0.9	11
Textile materials and products	52.6	58.2	33.2	32.9	38.7
Shoes, headdresses, umbrellas, sheets, feathers, artificial flowers	4	2	0.4	1	3
Stone, plaster, cement, asbestos, mica, ceramics and glassware	2.7	3.7	3.2	0.4	0.8
Pearls, precious stones and materials, articles thereof	81.5	73.4	77.1	83.2	77.2
Non-precious materials and articles thereof	218.4	187.6	141.8	133.6	223.5
Machines, mechanisms, electrical equipment, apparatus	53.9	57.6	7	2.5	60.7
Dry vehicles, floating means	5.6	56.6	7	2.5	60.7
Optics, photography	5.6	9.4	7.8	17.5	7

, measurement, control, medical instruments and apparatus, clocks, musical instruments					
Different industrial goods	2.3	1.4	1.8	1.4	1.9
Wood, paper and cardboard articles made of wood	12.3	12.4	5.4	4.7	4.5
Works of art, collectibles and antiques	0.9	0.1	0.08	0.1	0.5

Source: https://economy.gov.az (2019.01.01)

The average annual inflation in Azerbaijan at the end of the year was 2.3% (compared with 12.9% in 2017). So, for 2018, the average annual inflation for food products is 1.7%, for non-food products - 2.6%, for services - 2.7%.(https://economy.gov.az).

Table 4. The main product of Azerbaijan's export basket

Name of the products to be exported	**product code**	**Export value, min. USD**
Potatoes, fresh or chilled	070190	25822
Tomatoes, fresh or chilled	070200	151595
Onion	070310	15672
Cucumbers and cornucons, fresh or chilled	070700	10716
Peeled peanuts	080222	114532
Apples, fresh	080810	30873
Cherry	080929	23155
The palm, fresh	081070	90981
White sugar and chemically pure sucrose	170199	39443
Alcoholic beverages (cognac, grapefruit, brandy, etc.) from distillation of grape juice or grapevine	220820	14058
Copper ores and concentrates	260300	19494

Other oils from coal tar	270799	34596
Crude oil	270900	10706818
Kerosene fuel for jet engines	271051	82187
Heavy destinations, or gas for other purposes	271061	241872
Natural gas, in the case of gas	271121	1193712.4
Petrol non-dewatered	271311	15468.47
Electric power	271600	50569
Methanol (methyl)	290511	42779
Polyethylene of primary form with a specific mass less than 0.94	390110	75353
Other substances of the primary form due to polymerization	391190	21596
One-sided cotton yarn	520512	32548
Gold (not used in coin cuts, other unprocessed forms), gold (used for coin cutting)	710812, 710820	139015.7
Steel semiconductors with more than 0.25% carbon content	720720	22733
Other welded tubes of ferrous metals with a diameter of more than 406.4 mm	730539	9543
Cathodes and cathode cuts from purified copper	740311	12003
Unprocessed aluminum	760110	22666
Unworked aluminum alloys	760120	28563
Rectangular tiles, sheets, strips of thickness more than 0.2 mm from unprocessed aluminum	760611	22616
Rectangular tiles, sheets, strips with thickness more than 0.2 mm from aluminum alloys	760612	42889
Cost of export on the mentioned products		13334000.0

Source: https://bakuresearchinstitute.org/az

When looking at the product range shown in the table, 10 of the 31 names with the highest share in exports are related to metallurgical industry, 8 agriculture, 5 oil industry, 3 chemical industry and 2 food industry. These facts show that the potential for diversification of Azerbaijani exports is still very limited.

Conclusion

It is possible to base the theories of foreign trade on the agenda after the expansion of the non-oil sector in the world until the Mercantism that emerged at the beginning of the industrial revolution in the end of the Middle Ages. In the following period, although the protectionist policies of the Mercantilists in

foreign trade were replaced by free trade among the Physiocrats, many theories of foreign trade were put forward in order to explain trade between countries and growth theories, which examined the effects of foreign trade on growth, took their place in economic history.

In economic growth models where technology factor is assumed as an external variable, capital accumulation and saving are argued to be an important determinant of economic growth, while technological developments are emphasized as the basis of long-term economic growth. Therefore, while these growth models conclude that there is a positive relationship between foreign trade and economic growth in the short term, it is insufficient to explain how economic growth is achieved in the long run. As a result of insufficient economic growth models in explaining long-term economic growth, the latest growth theories, Internal Growth Theories, have been proposed. Internal Growth Theories not only reveal the relationship between foreign trade and economic growth, but also see foreign trade as an instrument of growth. In addition, by giving importance to physical capital and human capital, knowledge and skills were brought to the forefront and human capital was seen as a source of economic growth such as foreign trade and physical capital. Internal Growth Theories, also called the New Growth Theories, advocated the regulation of new macro policies for research and development, innovation and education, and thus economic policy and public sector intervention.

Foreign trade shows its effect on economic growth with the increase in exports as well as increasing national income as well as increasing productivity and production. In addition, product quality increases due to lower export costs. As a result of increasing exports, competition increases both in domestic and foreign markets and based on this increasing competition, it is inevitable to use advanced technological products in production. As a result of the increase in exports, imports will increase as a result of the increase in foreign exchange reserves of the country. In countries with low levels of development, importing is essential to transfer non-existing technologies from other countries, to obtain capital goods and to access intermediate goods. Therefore, it has an important place in economic growth, import as well as export.

In our study, whether the causal relationship exists between the economic growth and foreign trade in the 2010-2019 period in the Azerbaijani economy was examined. In the analysis, it is determined that there is a cointegration relationship between GDP, exports and imports, which are at the same level. Then, as a result of the error correction model made to determine how long the short-term deviations between the variables will disappear in the long term, 22% of the short-term deviations in GDP recovered in the next period. In other words, Turkey fourth period nominal long-term equilibrium of imbalances that occur in the short-term economic growth is ensured.

According to the causality test results to determine the causality relationship between GDP, exports and imports, it is concluded that there is a one-way causality relationship from exports to GDP and imports and from imports to GDP. However, no causal relationship has been identified from imports to exports, from GDP to imports and exports. However, due to the fact that exports in Azerbaijan are largely dependent on capital and intermediate imports, imports have been as effective as exports in the growth process. This situation supports the causality relationship from the imports that I obtained as a result of the analysis to the GDP. Moreover, the fact that there is a causality relationship from exports to GDP indicates that exports accelerated growth in the Azerbaijani economy. Thus, it can be said that export-based growth policies, which were implemented with the January 24 decisions, had positive results for the country's economy. The fact that exports in Azerbaijan depend heavily on imported

inputs is an indication that imports have an impact on growth through exports. This shows that imports affect economic growth more than exports.

References

1. Agosin M.R, (2012). Determinants of export diversification around the world: 2010–2019. The World Economy. 35(3), 295–315.
2. Ahmadov A. (2019). Blocking the pathway out of the resource curse: What hinders diversification in resource-rich developing countries?, People's newspaper, 125-146
3. Ahrend R. (2018). How to Sustain Growth in a Resource Based Economy? The Main Concepts and Their Application to the Russian Case. OECD Economics Department Working Paper No. 478. Paris: OECD Publishing.1-546
4. Babayev F. (2018). The export potential of non-oil products and the issues of its stimulation; Azerbaijan. Scientific-Research Agricultural Economics and Organization In-tu. Baku, 1-161
5. Bayramov.A. (2018). The development of the non-oil sector in Azerbaijan increases the export potential, has a positive impact on the creation of new jobs // People's newspaper,- 26 November. 56-71
6. Export potential of the non-oil sector in the Republic of Azerbaijan: preliminary results, problems and prospects. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Baku: 2017, 1-372
7. Razin, A. & Sadka, E (2017). Regulating Use of Export Potential in Azerbaijan's Non-Oil Sector Azerbaijan. State Oil Academy. Baku, 1-190
8. Suleymanov,E. &Zeynalov, A. (2019). Analyzing and valuing of the existing situation of export and import of non-oil sector in Azerbaijan Republic. Journal of Qafqaz University, #29, 50-60.
9. Triffin, Robert (2016). Political Determinants of Economic Diversification in Natural ResourceRich Developing Countries. Paper presented at the Oxford-Princeton Global Leaders Fellowship Programme 4th Annual Colloquium. 1-245
10. https://www.aserbaidschan.ahk.de/az/bazar-haqqinda-mlumat/iqtisadiyyat-rqmlrd/
11. https://economy.gov.az).

Analysis of Political Instability in Kenya as a Deterrence to Foreign Direct Investment and Its Implication to the Economy Between 1990-2007.

Wangila Faith

Wangilafaith@gmail.com

Abstract

The paper analyses the effects of political instability as deterrence to foreign direct investment using the example of Kenya. This study focuses and brings to light how a nation's instability especially during the electioneering period affects the competitiveness of the country negatively in terms of attracting foreign direct investment. There are many factors that makes a country to be uninviting. However political instability, in the case of Kenya might be one of the main reason why there is not so much foreign direct investment flowing into the country.

Kenya has an agricultural based economy and has been recently upgraded to a lower middle income country. The agricultural sector of the economy has been affected with climate change thus depending on this sector might cause Kenya to experience a middle income trap if not worse. For Kenya to avoid the middle income trap and also grow its economy foreign direct investment is needed. For Kenya to attract foreign direct investment they must look inwards and remove all barriers against foreign direct investment. This paper looks seeks to substantiate that political instability is one of the major obstacles to foreign direct investment by looking analyzing the economy during four consecutive elections and its effect to the economy and impact to the foreign direct

Keyword; The Kenyan Economy, Political instability, Foreign Direct Investment,

Theoretical framework

Institutional FDI Fitness theory

(Wilhems and Witter 1998) wilhems and Witter came up with the theory called Institutional foreign direct investment fitness theory. The main idea of this theory is what the country is offering to the firms and what they can do to attract and retain FDI. The country's internal measure to ensure that the investors' expectations are met. That is the main idea of most Asian countries took to ensure that they still maintain the foreign direct investment for their development. They opened their economies, put the right government and institutional structure. They also came up with their own economic model for their own economy that has enabled them to achieve the great economic strides.

Introduction

Analysis of Political Instability In Kenya as a deterrence to Foreign Direct Investment and Its Implication to the Economy Between 1990-2007.

IMF defines FDI as a category of international investment that reflects the objective of a resident in one economy (the direct investor) obtaining a lasting interest in an enterprise resident in another economy (the direct investment enterprise) (IMF; 2003) Investopedia simply puts it as an investment made by a firm or individual in one country into business interests located in another country.

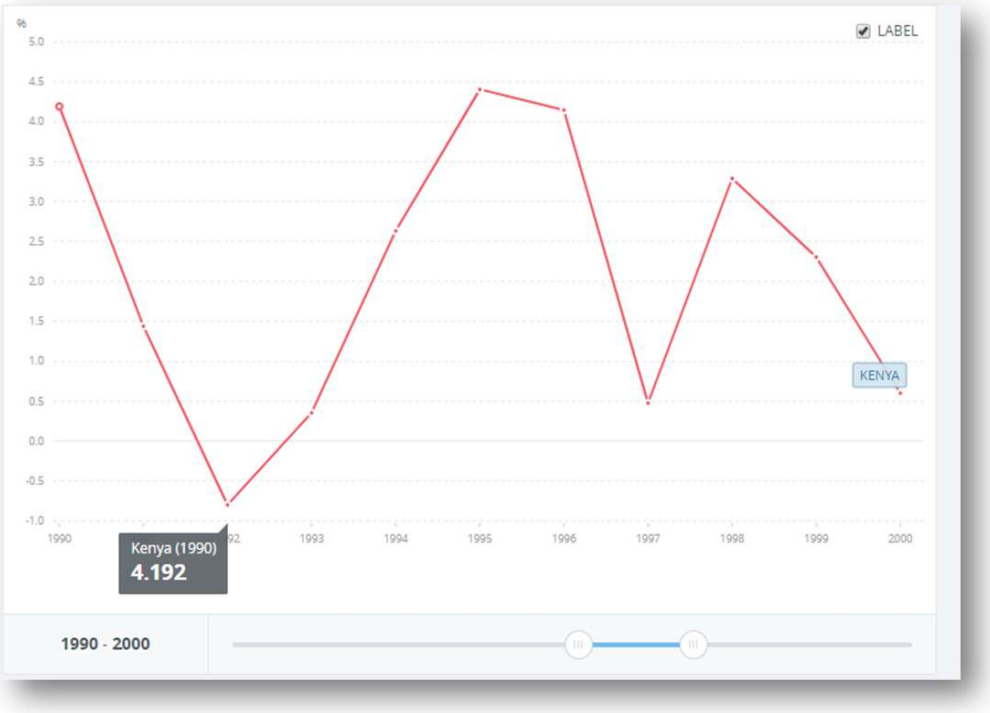
(CIF; 2015) Foreign direct investment must have a lasting interest thus differentiating it from portfolio investments. (IMF: 2003)It's not all about fully controlling an oversea company but sometimes having a voting share of 10% is enough to define the relationship as FDI.(OECD; 2009) Foreign direct investment can be done by the following people an individual, a corporation, a private enterprise, a private enterprise. Government enterprises, trusts, societies or combinations of some of them.

Kenya Comparison to other countries

(Kinuthia B; 2017) suggests that the growth of Malaysia to an economic powerhouse is due to Foreign direct investment. The economic growth that took place is referred to East Asian miracle. Which saw most Asian countries achieve great strides in terms of economic growth. Malaysian economic is attributed to growth to their open economic policies mostly during the 80's however during this time Kenya was still grappling with the structural adjustment programs and political tension; and to by extensions the rest of Africa. As most African countries were dealing with many political uprising and social disorders most of the investors choose to go to Asia and the results can be seen today. This suggest the importance of peace and political stability in attraction of foreign direct investment. Which still bring us back to the main topic of how political instability affects foreign direct investment.

Analysis of electioneering period between 1990-2007

Kenya is known to be one of the strongest democracies in Africa however it is known to be divided ethnically. This is usually seen during electioneering period which occurs after every five years. The researcher will look at the at four general elections two in a decade that is from 1990 to 2000 which the country had two general elections that is in 1992 and 1997.then the following decade from 2000 to 2010 .Whereby the country had also two general elections occurred in 2003 and 2007 respectively.



https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2000&locations=KE&start=1990source world bank

in the figure shows the annual growth of Kenya from 1990 to 2000. Shows that 1992, 1993 and 1997 had the lowest GDP in the decade.1993 being the aftermath of the 1992 general elections. As the general elections were held on the 29th of December just three days to 1993.

During this period, since the dissolving of the parliament in August by then then President. The country experienced campaign violence around different parts of the countries. After elections the country experience ethnic violence within different parts of the country. There was this great fear that since as that was the first elections to be held after more than ten years of Kenya being a single party state

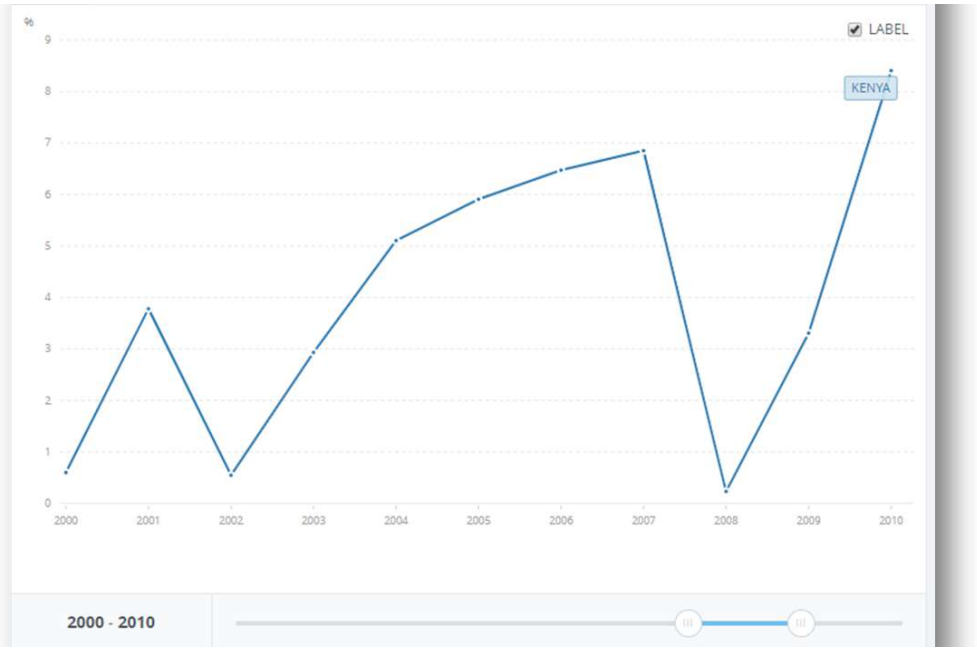
country. There was also this great fear that Kenya might experience civil wars, coupe de tat and ethnic cleansing like what other African countries were facing.

This seems to have led to the sharp economic decrease with that year having one the lowest economic growth of the decade which was at -0.8% growth rate from 5.0% in the previous year. From 1993 the economy continues to rise consecutively up to 1995 which is followed by a downward in 1996 which is due to anticipation for the 1997 general elections.IN 1997 there is a sharp downward trend. This is due to elections which were held in that year. The elections were marred with violence and accusation of elections rigging which led to political unrest thus affective the economy negatively as seen in the graph. It became the third lowest in the decade.

In the following diagram shows a decade between 2000 to 2010.in this period, Kenya has had two elections in 2003 and 2007. In 2002 the economy was at its lowest as it was the camping period. Kenya known for her pre and post elections unrest. This is indicated by the drastic fall in the 2002.As this elections was one of the most anticipated election the history of Kenya which could either end very bad for the country over well for the country. There was fear of violence as many though the sitting president would not exit power after 24 years. Or the ruling party, KANU which has been in power since independence in 1963 .This fear and anxiety was seen in the decline of the economy.

T IN 2003 there was a slight increase in the economy as the old regime went out peacefully. During that time also economy was mismanaged due to lack of technocrats, ignorance, political tension, sanctions, withdrawal of AID, Corruption and many other ills had crippled the economy to the lowest in the decade.

It is during this time that the new government came to power. The then president H.E Mwai Kibaki was a very educated having received his education in BA Economics. During his reign he introduced the facing east policy. HE Made many adjustments in the economy. He introduced free primary education, opened the economy to investors, and came up with the first Kenya economic strategic plan. Led to the improvement of infrastructure so as to attract investors in Kenya. Came up with many positive strategies that led the economy of Kenya to the positive directions.



Source; World Bank

During his first five years in office. The economy was soared as seen in the graph from 2003 to 2007.

In 2007 there is a sharp decline in the economy of Kenya. This elections was marred with one of the worst violence experienced in the history of Kenya. This was reflected in the economy with a sharp decrease of 7% which was felt in the following year in 2008.

Investors want to invest in a stable economy. Kenya has the strongest economy in East and Central Africa. However, there is always that fear of every five years during the general elections there will be political instability which will affect the economy which by default it will also affect the business environment. That the economy might decline sharply as seen in the two years. There is that fear of violence which does not only threaten the assets, business and market of the investors; their lives also are threatened.

Therefore for every 5 years the investors have to worry about at least two or three years about the political stability of the country. This makes Kenya to loose points when it come to the Institutional FDI Fitness theory.

Conclusion and recommendation

There is a need for the country and especially state agencies involved to do whatever it takes to bring the communities together especially during the general elections, because the peace and stability is not only good for the social and religious wellbeing of the people but it reflects and directs how the economy and the competitiveness of the country when it comes to attraction of foreign direct investments for economic growth.

Research Methodology

This research follows a scientific procedure to obtain accurate information on the topic. The suitable methodologies are as follows.

Research Design

This study employs a descriptive research design. This survey study was chosen as it is advantageous in demonstrating general conditions as presented by respondents. This type of descriptive research design determines and reports the way things are and in their ordinary setting. Descriptive research design is used where there is need for analysis of organizations, persons, settings or phenomena and reports the elements in their natural settings. (Creswell; 2013)The design method has a set-up to maximize reliability and reduce biasness, thus giving a true picture of the elements under study.

Secondary data

The preferred source of data for the article was Secondary data collection. Data collection was utilized from books, journals, reports, policy and institutional frameworks, and online articles written by experts in macro Economics, bilateral trade, history and national economy.

Tools of data collection

Observations

Since the researchers are were mainly from nationals of these countries, they have been able to observe their countries' economies and have been able to compare notes with each other.

Content Analyses

The researcher used case study and literature review which she deemed the best method to understand the relationship better

Bibliography

1. Ateng' B., Arunga R., (2017*) "constraints to foreign direct investment inflows to kenya*:" stakeholders' perspective, International Journal of Education and Research Vol. 5 No. 10 October 2017 Retrieved from https://www.ijern.com/journal/2017/October-2017/01.pdf.
2. Cooperate finance Institute (2015) "*Foreign Direct Investment*" https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/economics/foreign-direct-investment-fdi/
3. Creswell J. W., (2013) "*Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*", New York: Sage:
4. Denisia v, (2010),"Foreign Direct Investment Theories: An Overview of the Main FDI Theories" European Journal of Interdisciplinary Studies.
5. International Monetary Fund (2003) "Foreign Direct Investment Trends and Statistics "Prepared by the Statistics Department In consultation with other departments IMF.
6. Investopedia; Foreign Direct Investment https://www.investopedia.com/terms/f/fdi.asp
7. Jacques M., (2000) "*Foreign Direct Investment in Africa*: *Policies Also Matter"*, Policy Research working paper no 2481.World Bank Press.
8. Kenya National Bureau of statistics, (2019) Foreign Investment Survey Retrieved from https://www.knbs.or.ke/foreign-investment-survey-2018/
9. Kimutai C. (2018)"Yes, China is Kenya's biggest trading partner – but it's not a balanced trade" Africa Check 4 December 2018 12:31 (GMT) https://africacheck.org/reports/yes-china-is-kenyas-biggest-trading-partner-but-its-not-a-balanced-trade/
10. Karau J.,Mburu T." *Institutional, Governance and Economic Factors Influencing Foreign Direct Investment Inflows in East Africa*" Journal of Economics and Development Studies September 2016, Vol. 4, No. 3, pp. 87-98. American Research Institute for Policy Development.
11. Kinuthia B. k.,(2017) FDI determinants and its impact on economic growth: A comparative study Between Kenya and Malaysia. (2017)Vlachos A.V.,(eds) *International Conference on International Business* (page146-176)Thessaloniki,Greecefile:///C:/Users/user/Desktop/Final%20Research%20work/ICIB_actes.pdf
12. Ngugi B. (2019) "Why Ethiopia beat Kenya to foreign investment inflows crown, again" Bussiness Daily Monday, December 30, 2019 12:25.
13. Njoroge S., Namusonge G.,Sakwa M.(2015)" Determinants of Foreign Direct Investment Growth: Kenya's Manufacturing Sector", Journal of Economics and Sustainable Development www.iiste.org ISSN 2222-1700 (Paper) ISSN 2222-2855 (Online) Vol.6, No.17.
14. Makoni P.L (2015) "*An extensive exploration of theories of foreign direct investment*" Risk governance & control: financial markets & institutions Volume 5, Issue 2,
15. Mwangi K.(2019) **"***Three pillars that will make Kenyan economy stronger"* Business Daily newspaper Wednesday, September 18, 2019 22:00. https://www.businessdailyafrica.com/analysis/ideas/Three-pillars-that-will-make-Kenyan-economy-stronger/4259414-5278500-137flxj/index.html
16. Njoroge S., Namusonge G.,Sakwa M.(2015)" Determinants of Foreign Direct Investment Growth: Kenya's Manufacturing Sector", Journal of Economics and Sustainable Development www.iiste.org ISSN 2222-1700 (Paper) ISSN 2222-2855 (Online) Vol.6, No.17.
17. Omondi D, (2020)"Five tribes retain hold at apex of population as numbers increase",StandardDigital;22February,2020 https://www.standardmedia.co.ke/article/2001361377/five-tribes-retain-hold-at-apex-of-population-as-numbers-increase
18. OECD (2009), "Main Concepts and Definitions of Foreign Direct Investment", in OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment 2008: Fourth Edition, OECD Publishing, Paris. DOI: https://doi.org/10.1787/9789264045743-5-en
19. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2000&locations=KE&start=1990
20. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2010&locations=KE&start=2000
21. https://www.businessdailyafrica.com/markets/marketnews/Why-Ethiopia-beat-Kenya-to-foreign-investment-inflows/3815534-5401952-x5cmo3z/index.html
22. https://pdfs.semanticscholar.org/2470/a6fd3af1c8d371bd888b675e8dadd807181f.pdf
23. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2000&locations=KE&start=1990

24. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2010&locations=KE&start=2000
25. https://www.businessdailyafrica.com/markets/marketnews/Why-Ethiopia-beat-Kenya-to-foreign-investment-inflows/3815534-5401952-x5cmo3z/index.html
26. https://pdfs.semanticscholar.org/2470/a6fd3af1c8d371bd888b675e8dadd807181f.pdf
27. https://www.ieakenya.or.ke/publications/research-papers/effect-of-elections-on-kenyaa-s-economy

Transformation Of The World Currency System In Conditions Of Financial Turbulence

Tofig Jabiyev

tjabiyev@gmail.com

Abstract

Over the past hundreds of years, the global financial structure has undergone some changes, as it has moved from the best quality level to the game plan of adaptable trading bets. The link between an emergency and a change in the global financial structure is understandable to the causes and vulnerability of the emergency, and changes need to be made. The current universal financial structure, of course, is not ideal, its shortcomings are delayed in Romanian and beyond. Accordingly, today there are several headlines on how to talk about changing the global financial structure and its completely different forms of power, turning into intensive discussion and issuing reference works and articles. The article research substantiates the need for reforming the global monetary system and identifying the optimal scenario for its development in the long term, since the current structure requires gradual modernization in the face of turbulence in the financial sector. The aim of the dissertation research is to develop the foundations of a modern world monetary system based on multipolar principles. The conceptual and theoretical principles of studying the transformation of the world monetary system as a process due to the globalization of intercountry relations are based on fundamental developments presented in the classical and modern works of domestic and foreign scientists. Argumentation of theoretical conclusions and substantiation of the provisions was carried out on the basis of the implementation of general scientific research methodologies: logical, comparative and statistical analyzes, historical-dialectical method, system-structural approach, scientific abstraction method.

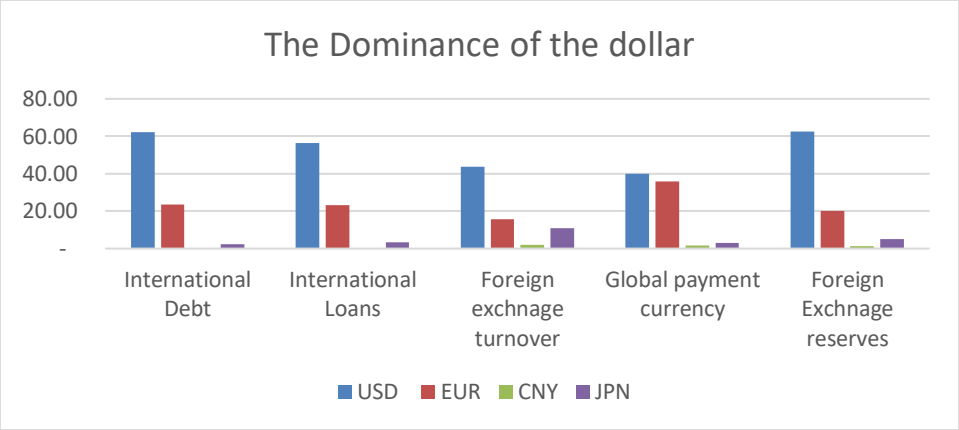
Key Words: Global, Financial, Transformation

Introduction

Currency system - a form of organization and regulation of currency relations, enshrined in national legislation or interstate agreements. From an economic point of view, the monetary system is a combination of monetary and economic relations that have historically developed on the basis of the internationalization of economic relations. International financial institutions play almost the main role in the global financial system; they serve as a kind of framework for it. These organizations are united by a common goal - the development of cooperation and ensuring the integrity and stable functioning of the global financial system and the world economy (it is obvious that they cannot cope with these tasks, as shown by the global crisis).

The world monetary system (MVS) is a historically established form of organization of international monetary relations, fixed by interstate agreements. MVS is a combination of methods, tools and interstate bodies with the help of which payment and settlement turnover is carried out within the framework of the world economy. Its emergence and subsequent evolution reflect the objective development of capital internationalization processes that require adequate conditions in the international monetary sphere. Different national, world, regional monetary systems.

Diagram 1. Economics of globalization: policy perspectives in the public economy)



Source: ECB Report on the international role of the euro, chart 2, ECB (01.01.2018)

Step-by-step, after the collapse of the Bretton Woods framework, a number of trade rates, transcendent adaptability, free development of capital, the opportunity to decide on the conversion of standard systems, excessive discharge of trade rates, moreover, the dollar's superiority in cash, in other words, like now a universal financial framework has been realized.(Moreno R. 2015, p.260).

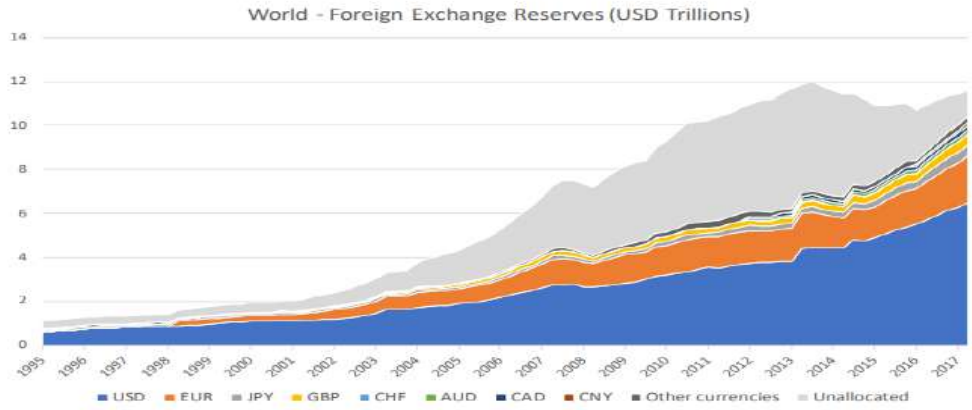
Table 1. International Currency

Sector	**Medium of exchange**	**Store of value**	**Unite of account**
Private Sector	Vehicle currency Liquid & safe asset market	Nominal securities issuance Banking,cash hoarding	Denomination of securities Trade invoicing
Official sector	Intervention currency Lender of last resort	Reserves	Exchange rate pegs

Source: Rose, Andrew., 2018, p.32.

The universal financial framework has gained a world-wide framework, with deviations from a kind of utilitarian emergency that turns into basic emergencies with new events and questions.(Herrero A. G., 2017: p.86).

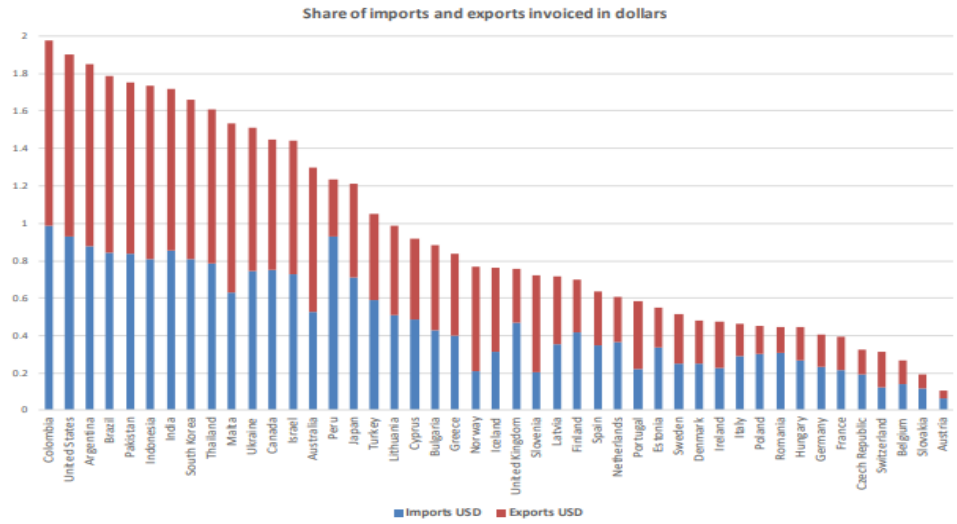
Diagram 2. World – Foreign Exchange Reserves (USD Trillions)



Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en

Financial analysts have different points of view, given the connection between an emergency around the world and the current global financial structure. Articles on the global financial framework and budget emergency are assessed by Lin, Fardoust and Rosenblatt (2012). This connection can be understood in connection with current causes around the world where the debate continues. Why Do Open Economies Have Larger Governments?) (Rodrick, Dani 2017).

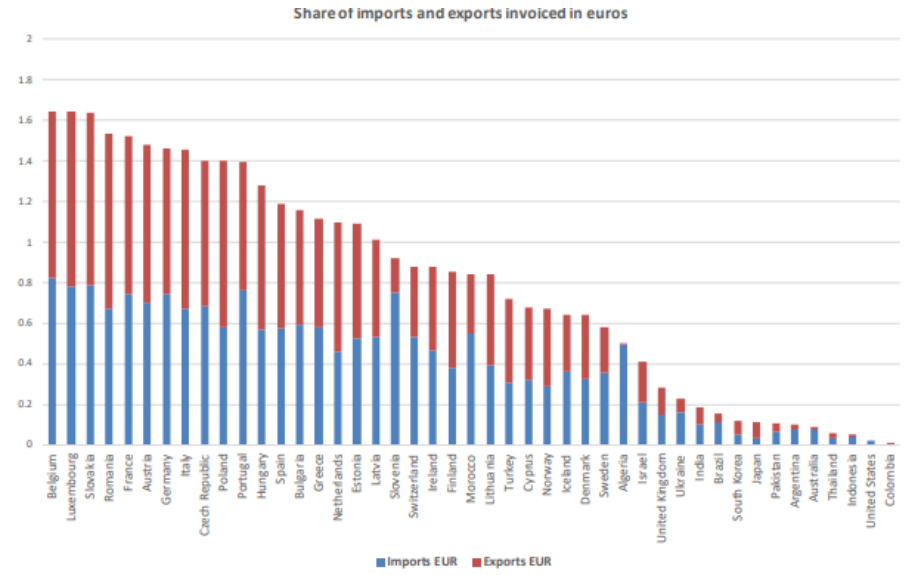
Diagram 3. Share of imports and exports invoiced in dollars



Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en (01.01.2019)

Whelan (2010) explains how European banks took on significant work in external financing of loans in the United States, and a significant part of them faced real money problems when the pernicious idea of benefits was extracted, which indicates a significant component. for the far-reaching transfer of US problems. (Herrero A. G.2017:p.121).

Diagram 4. Share of imports and exports inciced in eours



Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en (01.01.2019)

Farhi, Gourinchas and Rey (2011) consider the lack of the appearance of an ordered tool for an adequate and complex supply of liquidity as a significant drawback of the existing system. Lin and Treichel (2012) argue that the cause of the emergency was financial deregulation coupled with a free financial arrangement encouraged by the US dollar as the predominant money savings. One money, one market: the effect of common currencies on trade). (Rose, Andrew., 2016).

The US dollar was a global "haven", but also lacked practical opportunities. The US dollar, in spite of everything, occupies a dominant position, which was partially influenced by the euro, and today and especially later it can be affected by the growing importance of China and other developing countries. In such a world, there is room for more than one cash, as Eichengreen (2007) said.(Triffin, Robert, 2016: p.245).

Method

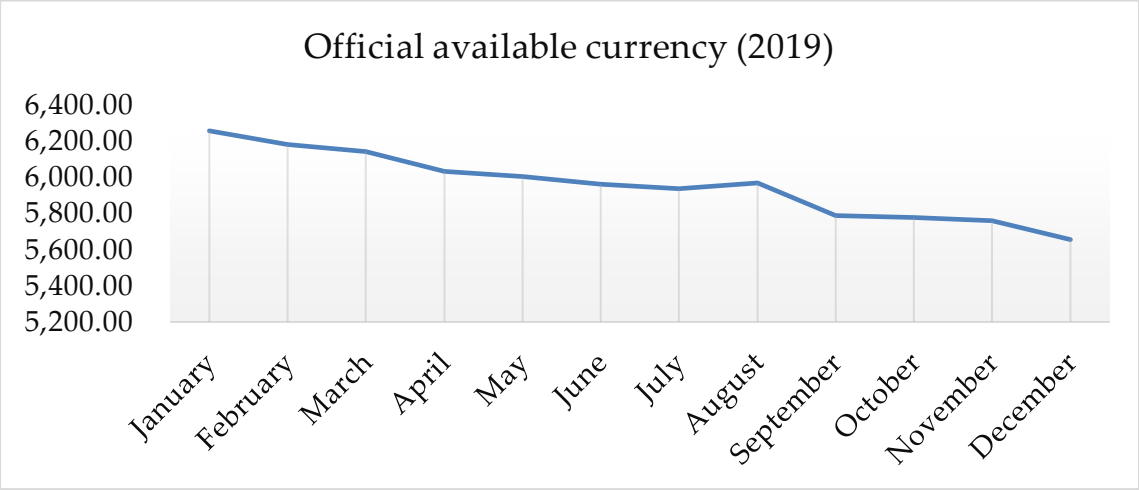
The conceptual and theoretical principles of studying the transformation of the world monetary system as a process due to the globalization of intercountry relations are based on fundamental developments presented in the classical and modern works of domestic and foreign scientists. Argumentation of theoretical conclusions and substantiation of the provisions was carried out on the basis of the implementation of general scientific research methodologies: logical, comparative and statistical analysis, historical-dialectical method, system-structural approach, scientific abstraction method.

Analysis

Analysis of the dynamics and the ratio of international reserves in the world.

As you can see from the chart, referring to the Azerbaijan Central bank's website official available currency decreases over the months of 2019. Comparing the December indicator with January hhis means that there is a 10% reduction.

Diaqram 5. Official available currency (2019)



Source: https://www.cbar.az/infoblocks/money_reserve_usd?year=2019 (01.04.2019).

Looking at the US, there has been an increase in reserve assets since 2016 through 2018. Although gold reserves remained the same, foreign currency reserves increased in 2017 and declined in 2018.

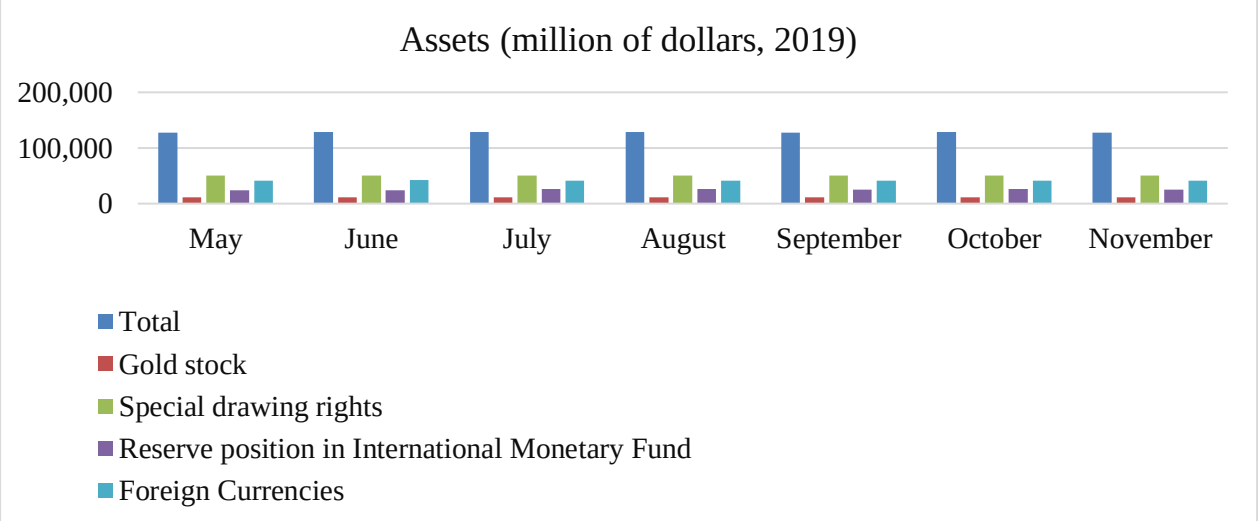
Table 1. Assets 2016-2018

Assets	2016	2017	2018
Total	117 332	123 313	125 798
Gold stock	11 041	11 041	11 041
Special drawing rights	48 883	51 864	50 803
Reserve position in International Monetary Fund	18 385	17 633	22 016
Foreign Currencies	39 023	42 775	41 938

Source: https://www.federalreserve.gov/data/intlsumm/current.htm (01.01.2019).

Although there have been changes in total assets from May 2019 to November, the amount of foreign currency has declined.

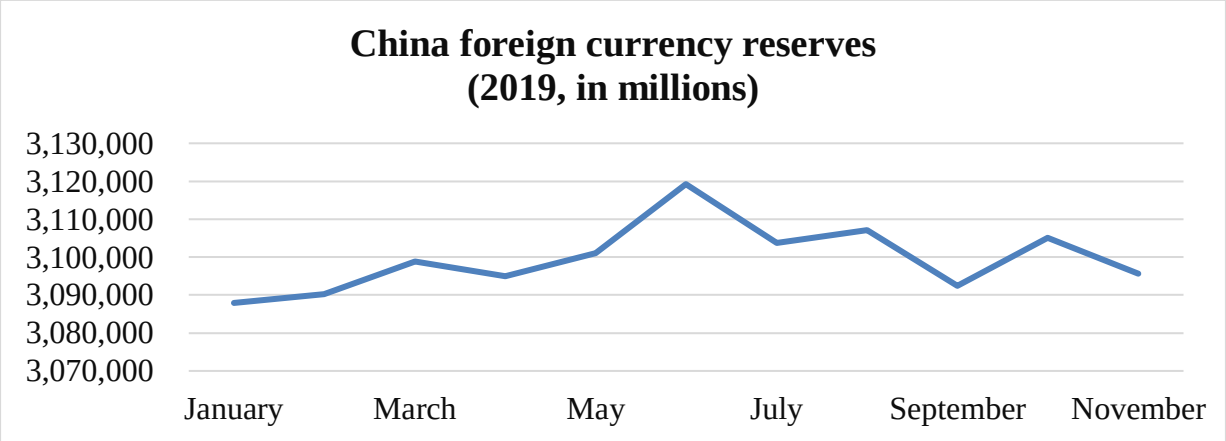
Diaqram 6. Assets (million of dollars? 2019)



Source: https://www.federalreserve.gov/data/intlsumm/current.htm (01.01.2019).

According to foreign exchange reserves in China from January 2019 to November, the highest foreign exchange reserves were recorded in June, while the lowest foreign exchange reserves were in January 2019.

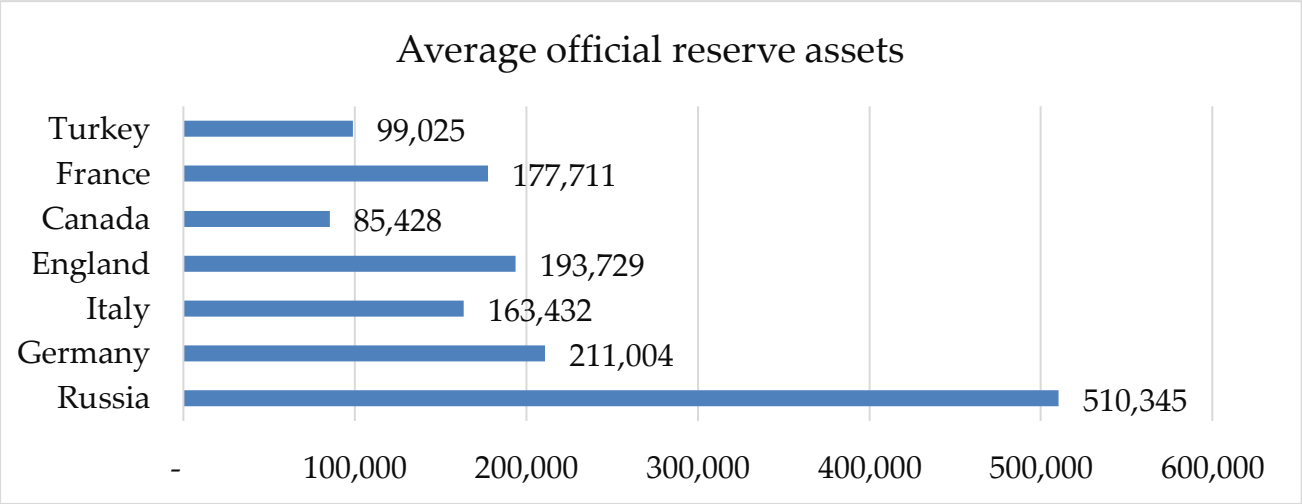
Diaqram 7. China freign currency reserves (2019? in millons)



Source: https://www.safe.gov.cn/en/2018/0517/1433.html (01.01.2019).

As for European countries can be seen from the following figures, most of the average official currency reserves from the selected countries in January-November are in Russia, with the least currency reserves being in Turkey.

Diaqram 8. Average official reserve assets



Source: https://www.safe.gov.cn/en/2018/0517/1433.html (01.01.2019).

The following table lists the top 10 foreign currency reserves and export products for 2017. As can be seen from the table, many countries specialize in oil and electrical products, while the number of countries operating in the service sector is low. Countries such as Russia, Hong-Kong, India and Singapore show a 10% increase compared to 2016, while in other countries this result is less than 5%.

Table 2. Foreign currency reserves

Country	Reservers(in billions)	Exports
China	3 236.00	Consumer products, parts.
Japan	1 264.00	Auto, parts, consumer products.
Switzerland	811.00	Financial services.

Saudi arabia	496.00	Oil. Hurt by low prices.
Taiwan	456.70	Machinery, electronics.
Russia	433.00	Natural gas, oil. Hurt by sanctions
Hong Kong	431.00	Electrical machinery, apparel.
India	410.00	Tech, outsourcing.
South Korea	389.00	Electronics.
Brazil	374.00	Oil, commodities.
Singapore	280.00	Consumer electronics, tech.

Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en (27.04.2019).

The table below shows the gross domestic product and export figures for 2018 of 17 selected countries worldwide. As you can see, the United States is the first in terms of gross domestic product, and China is the leader in exports. Azerbaijan's gross domestic product increased by 15% compared to 2017, while exports increased by more than 20%.

Table 3. GDP (USD, in thousand), Export (USD, in thousand)

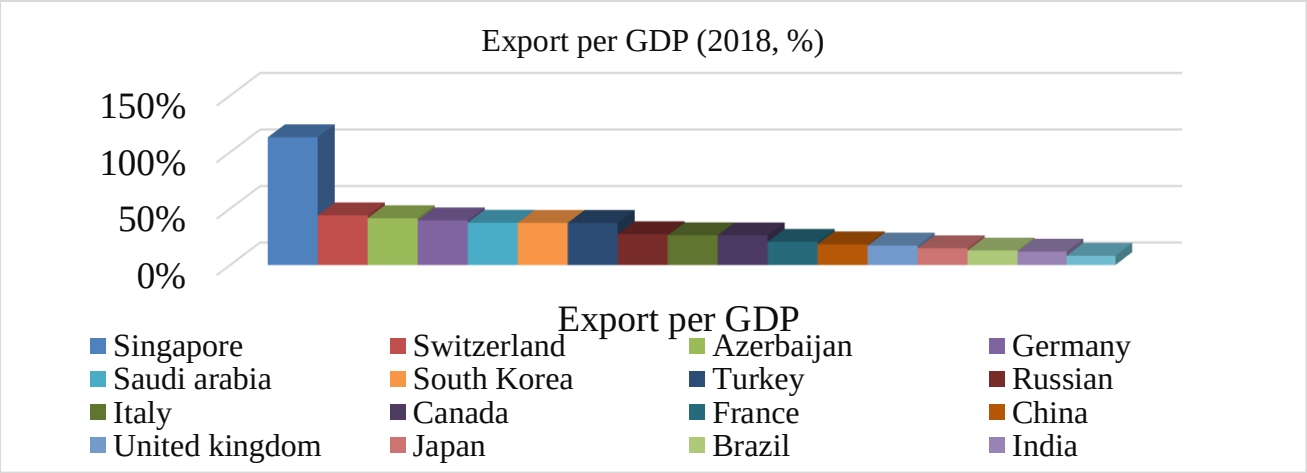
Country	GDP (USD, in thousand)	Export (USD, in thousand)
USA	20 544 343 456.00	1 665 302 937.00
China	13 608 151 865.00	2 494 230 195.00
Japan	4 971 323 080.00	738 201 192.00
Germany	3 947 620 162.00	1 562 418 816.00
United kingdom	2 855 296 731.00	490 840 364.00
France	2 777 535 239.00	568 535 880.00
India	2 718 732 231.00	322 291 568.00
Italy	2 083 864 260.00	549 906 998.00
Brazil	1 868 626 087.00	239 887 755.00
Canada	1 713 341 704.00	450 277 702.00
Russian	1 657 554 647.00	451 494 828.00
South Korea	1 619 423 701.00	604 807 317.00

Saudi arabia	786 521 832.00	294 535 553.00
Switzerland	705 140 354.00	310 524 275.00
Turkey	450 277 702.00	168 023 391.00
Singapore	364 156 658.00	411 743 293.00
Azerbaijan	46 939 529.00	19 458 633.00

Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en (01.01.2019).

If we assume that the weight of exports holds a large share in the gross domestic product, then the international reserves of that country may also be considered high. The graph below shows that countries with a high percentage of GDP divided by the export figures of countries share the same amount of countries with high international reserves. For example, in Switzerland and Singapore, where international reserves are high, the share of exports to GDP is also high. At the same time, there is a direct balance between GDP and Exports in Azerbaijan, which means that 40% of GDP accounts for exports, which can be considered as lucrative.

Diaqram 9. Export per GDP (2018 %)



Source: https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en (01.01.2019).

Thinking back time gone by it is legible for us that the function and the direct of regulating flaw of money has regularly became diversified by virtue of turbulence in monetary policy. Admittedly the universal transnational financial network has consistently been anxious to gain from past improvements and encounters likewise concerning various encounters across nations. (Sachs J. & Warner A., 2015: p.29).

Certainly this valuable information about monetary policy does not highlights that fiscal strategy has consistently been the equivalent all over the places in hindset. Incontrovertibly some contrasts exist in the manner in which financial arrangement is directed through all commonwealths. Notwithstanding it is indubitably we are able to verbalize that monetary policy gone through a various predominant developmental procedure leading to the liberality in disputing and likewise being obligingness to assimilate from each others` proficiency consistently amidst previous century: a

developmental procedure that improved the direct of financial arrangement after some time and reckoned magnanimous merging over all sovranties.(Rodriguez, Francisco & Rodrik, Dani , 2016).

Conculusion

The international monetary system is a combination of methods, tools and interstate bodies through which mutual payment and settlement turnover is carried out within the framework of the world economy. Its emergence and subsequent evolution reflect the objective development of capital internationalization processes that require adequate conditions in the international monetary sphere. The main constructive elements of the MVS are world money and international liquidity, the exchange rate, foreign exchange markets, international monetary and financial organizations and interstate agreements.

The currency system is closely linked to the growth rate of production, the development of trade and international relations. It not only affects the country's economy, but also determines its “face” in the world arena.

Officials do not hide their hope that the created currency will squeeze the US dollar and take on a part of its role. The economic potential of Europe is much greater than that of the United States and Japan combined. But until now, the pace of development of European industry has been much lower than in these states. The introduction of a single currency is expected to remove this problem. However, one should hardly expect an instant effect from the integration process. The world economy is too large a mechanism that reacts very sensitively to errors, but confirms the correctness of certain actions for too long.

References

1. Corrado L., & Holly S. (2018). A currency crisis model with a misaligned central parity: a stochastic analysis. Economics Letters 67 , 1-321
2. Crockett A.(2017). Why Is Financial Stability a Goal of Public Policy, Maintaining Financial Stability in a Global Economy, The Federal Reserve Bank of Kansas City, 122-148
3. Herrero A. G. (2017) Differential Characteristics of Financial Crises in Emerging Economies: Lessons for Crisis Prevention and Crisis Management. European central Bank, 1-548
4. Moreno R.(2015). Macroeconomic Behavior During Periods of Speculative Pressures or Realignment: Evidence from Pacific Basin Economies, Federal Reserve Bank of San Francisco Economic Review, no. 3, 158-176
5. Razin, A. & Sadka, E (2017). The economics of globalisation : policy perspectives from public economics, Cambridge University Press, New York.
6. Rodrik, Dani. (2017). Comments on Trade Growth and Poverty by D. Dollar and A. Kraay, Harvard University.
7. Rodriguez, Francisco & Rodrik, Dani (2016). Trade Policy and Economic Growth; a skeptics Guide to the Evidence, NBER Macroeconomics Annual, 156-182
8. Rose, Andrew (2018). One money, One market: the Effect of Common Currencies on Trade, Economic Policy, 15-30, 27-46.
9. Sachs J. & Warner A. (2015). Economic Reforms and the Process of Global Integration, Brookings Papers on Economic Activity, 1-118.
10. Triffin, Robert (2016). Gold and the Dollar Crisis: the Future of Convertibility, Yale University Press, New Haven.245-269
11. https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en

Stages Of Development Of Mergers And Acquisitions In The Global Economy

Eyvaz Huseyn

hueyvaz@gmail.com

Abstract

There are two main types of investments: investments in fixed assets and investments in the acquisition of other companies. They differ from each other both from the point of view of the company and in the macroeconomic plan, because they affect economic growth through v

arious channels. The genesis of the concepts of merger and absorption is examined from the point of view of their essence, the need for implementation in the modern economy, the role in the restructuring of a company or business as a whole, and forms of manifestation in the market of corporate control. The remaining companies leave the financial and commodity. Acquisition is considered by them as a process during the implementation of which the acquired company continues to be present in the markets as a subsidiary of the company initiating the transaction.

Key words: Financial, Mergers, Acquisition

Introduction

The aim of the study is to increase the degree of validity of business valuations during mergers and acquisitions based on the use of investment value and algorithms of intellectual decision-making support, taking into account the interests of participants in the transaction. In international valuation practice, mergers and acquisitions use the concepts of fair business value, which should reflect the interests of each of the parties to the transaction, or special value, which should reflect the individual motivation of the acquirer. This circumstance serves as a sufficient explanation of a significant part of the negative outcomes of the considered type of transactions in National. Given that mergers and acquisitions are a special case of investment processes, it is natural to offer an investment value as an alternative to market value, since it is determined for a specific person or group of persons using the valuation object for established investment purposes. Currently, mergers and acquisitions have become one of the main strategies for the growth of companies in the global economy. They are the growth strategy that allows the company not only to maintain its market position, but also to take a leading position by combining two or more enterprises or taking control of another company. Every day, more and more companies and enterprises, in an effort to increase their scale, save costs, and obtain the synergy effect, choose the strategy of mergers and acquisitions.

Method

The theoretical and methodological basis of the study was the work of domestic and foreign scientists in the field of economics, management, property valuation, investment analysis, economic and mathematical modeling, modeling of preferences of economic entities, as well as work in the field of system analysis, decision theory, game theory, theory of active systems and organizational systems management theory.

Methodological and information base of the study. The dissertation is based on the principles of dialectical logic and a systematic approach to the study of the issue of investment efficiency in the form of mergers and acquisitions. The dissertation used methods of analysis and synthesis of theoretical and practical material, induction and deduction. Analysis of the actual data was carried out

using the methods of grouping, sampling, comparison and generalization. The graphic description is made by means of diagrams (comparisons, structures, dynamics), time series plots and diagrams. In the work on the dissertation, special research methods used in economic science were also used, such as classification of economic phenomena, statistical analysis methods, grouping methods, estimates, comparisons, sampling, forecasting.

Analysis

The term “mergers and acquisitions” has firmly entered the modern dictionary. This concept was taken from the English language - mergers & acquisitions (M&A) and is a literal translation of the term widely used in the Anglo-Saxon system of law. In Western practice, the concept of "mergers and acquisitions" has been studied since the 80s. And in National, such words began to be covered since 2003 and with the advent of the first specialized publication - the magazine "Mergers and Acquisitions". A few years ago, the concept of "mergers and acquisitions" did not say anything to the average National, but this does not mean that in National there were no processes that are now indicated by such a resounding phrase.

Mergers & Acquisitions is the common name for all transactions that unite the transfer of corporate control in all forms, including the purchase and exchange of assets. Mergers & Acquisitions. This is the current trend of asset pooling and business concentration. Mergers and acquisitions - this is one of the classes of economic processes of business consolidation, as a result of which larger companies appear on the market instead of several smaller ones. Today, mergers and acquisitions are one of the most common methods of development, which even very successful companies resort to. One of the most striking examples of takeover in Ukraine is UMC MTC, the larger National company MTC bought out most of the other company (UMC) and rebranded it. (Martin, K., 2018: s.1228).

Mergers and acquisitions occur for various reasons. Some companies acquire other firms to expand the range of production, others seek to increase production volumes. Some corporations do this to eliminate competitors. Others believe that they will be able to better manage the acquired company. And others buy shares in marketing and transport companies to reduce their own expenses and so on. For example, in 1995, Walt Disney bought CapitalCities / ABC (a television channel) because it wanted to showcase its films and other programs on its own network. In January 2000, America Online (AOL) acquired Time Warner to increase its multimedia market share.(Mathur, İ.A, 2014: s103).

The main goal of mergers and acquisitions is synergy, i.e. benefit from joint ventures. In other words, the goal of any merger or acquisition is to ensure that the result is greater than the sum of the terms (1 + 1 = 3), that is, the companies involved in the process hope to save costs and increase efficiency. Often, the productivity of a new updated company increases precisely by reducing costs.

The key factors contributing to the mergers and acquisitions of companies at the present stage include:

· Worldwide liberalization of economic relations;

· Liberalization of cross-border capital flows;

· The growing importance of high-cost research activities;

· Reduced transportation and communications costs. (Sung, H., 2017: s.595).

It should be noted that in economic reality it is rather difficult to determine what a particular form of business combination is - mergers or acquisitions. The terms "merger" and "absorption" are often confused, or used as synonyms. In most transactions involving mergers or acquisitions, one way or another, the result is a business acquisition. Obviously, this is why both terms are used as synonyms. Despite the fact that their values are very close, and they always go in pairs, in fact, mergers and

acquisitions describe different concepts. How can one determine what mergers and acquisitions are? The easiest way to characterize these two concepts is as follows:

Merger - the termination of several legal entities and the creation of a new business entity as a result of their merger. In other words, it is an association of two or more equal companies, as a result of which a new company is formed. And the unifying firms are legally liquidated. Typically, companies in a merger are approximately equal in number of assets. For an example of the merger, consider the companies Polyus Gold and KazakhGold, at the end of July 2011, which announced merger through stock exchange. As a result of this transaction, a company was formed with a market capitalization of $ 10.2 - 11 billion.Mergers fall into three categories:

- Horizontal
- Vertical
- Conglomerate (Morck, R., Shleifer, A., Vishny, R., 2018: s.106)

The combination of two companies belonging to the same business (one industry) in order to increase market share and reduce costs, is called horizontal merger. In other words, it is an association of two competing companies that are engaged in the same and are in the same niche. For example, bank mergers, in particular, the merger of Chemical Bank with Chase Bank or the merger of oil giants such as Exxon with Mobil or British Petroleum (BP) with Amoco.

The vertical merger involves companies belonging to different stages of the production process. This is a combination of a number of companies, one of which is a supplier of raw materials for the other. The merger of Walt Disney with CapitalCities / ABC illustrates a vertical merger. Disney was a producer of entertainment content, and CapitalCities / ABC acted as a distributor of this content. Disney planned to use ABC to show a wide audience of the cartoon "The Lion King" and other recent creations.

A conglomerate merger is a combination of companies from non-adjacent industries, that is, the merger of a company in one industry with a company in another industry. The company is neither a supplier, nor a consumer, nor a competitor. Most of the mergers in the 1960s and 1970s fell on this particular type. In the 1980s, they somewhat lost their popularity. Moreover, since then the creation of new associations has always been accompanied by the collapse of conglomerates formed 10-20 years ago. An example of a conglomerate is the merger of Ligget & Meyers, a cigarette manufacturer with Alpo, a dog food company. General Mills, which provides breakfast cereals and other food products, also owns Izod Locoste, a clothing company, Lurk Luggage for baggage, and Parker Brothers for toys. (Watts, R., 2016: s.235).

Mergers and acquisitions are a very effective tool for restructuring a company. With the help of this external development path, the company ensures the compliance of its activities with the chosen development concept. Mergers and acquisitions have a number of advantages over internal corporate development methods. The main one, which at the same time serves as the main motivating factor for mergers and acquisitions, is the synergistic effect, which is expressed in the creation of additional value from mergers / acquisitions.

The main problem in carrying out such procedures is to achieve the effectiveness of mergers / acquisitions, which takes place only with an increase in the well-being of shareholders and the achievement of competitive advantages. Particular attention should be paid to this, since among the recent mergers / acquisitions, the share of unsuccessful, ineffective, subsequently leading to the collapse of the merged company is quite large.A brief description of the most significant periods in the development of mergers and acquisitions of companies is given in table 1:

Table 1. Wave-like development of mergers and acquisition

Periods	Nature of mergers
First wave 1897-1904	Mostly horizontal mergers. Coverage of major industries. The largest deal is $ 1 billion. In the steel industry, Us Steel with Camegie Steel, followed by the takeover of 785 different firms.
Second wave 1916-1929	Mostly vertical mergers. Coverage of most industries and banks, insurance companies. The main point is the general state of the economy in the pre-crisis and crisis years.
Third wave 1960-1970	Mostly conglomerate mergers, acquisitions in unrelated industries, difficulties in this regard. The increase in transactions against the backdrop of economic growth in order to occupy expanding sales markets, including in new industries - aerospace. Conglomerate mergers account for 70-80% of the merger market.
Fourth Wave, 80s	Conglomerate mergers occupy 40-50%. A return to horizontal and vertical mergers due to the lifting of a number of restrictions in US law. The use in practice of mergers of debt financial institutions and the increasing role of financial institutions in the process of company reorganization. The largest deal is the acquisition of British Petroleum by the American company Standard Oil for 8.7$ billion. Moving major transactions from metallurgy to the oil industry and the media.
Fifth wave 1990-2000	The increase in the share of horizontal mergers, which reflects the desire for maximum diversification in the face of increased competition and lower customs tariffs in accordance with the WTO strategy. In terms of the volume of mergers, companies associated with the provision of information services are in first place, which reflects the transition to the informational stage of economic development. The amount of the transaction in 1999. Bell Atlantic GTC totaled about $63 billion

Source: Sung, H. (2017), p.598

Thus, the five waves of mergers should be considered within the time period of 1887-2000.The first wave (1897-1904) is associated mainly with horizontal mergers. This period is characterized by the association of large companies operating in one industry. Increased competition in the late 19th and early 20th centuries. noted by many studies.The second wave (1916-1929) represents a sharp struggle for raw materials. Moreover, this period was associated with the economic crisis of 1929-1933, when many companies were on the verge of survival and more stringent forms of corporate governance were required.The third wave (1960-1970) is characterized by the emergence of new products and the desire of companies to become producers of them, with the aim of creating a multi-product model of corporations, turning them into conglomerates.The next wave (the 80s) represents the desire to use various merger schemes, and a significant number of disintegrating conglomerate mergers.

The basic principles of the development of large companies in the 80s. XX century - savings, flexibility, maneuverability, compactness - in the second half of the 90s. XX century replaced by a focus on expansion and growth. Mergers and Acquisitions (M&A) is one of the most common development techniques that even very successful companies resort to. National does not stand aloof from global trendsA number of economists have argued that mergers and acquisitions are commonplace in a market economy and that rotation of ownership is necessary to maintain efficiency and prevent stagnation. Another part of managers believe that mergers and acquisitions “kill” fair competition and do not lead to the development of the national economy, as they destroy stability and confidence in the future, diverting resources to protection.

According to a survey of Mergermarket and Goltsblat BLP, 79% of National experts predict an increase in the number of M&A transactions in National in the next 12 months. M&A processes in the National market will be stimulated by two factors: the recovery of the global economy and the growth of sales of enterprises experiencing financial difficulties, say 62% of respondents. In the future, investors should expect clarification of legislation on strategic enterprises, the establishment and development of judicial practice in cases related to shareholder agreements under National law and, as a result, more active application of National legislation compared to the past decade.

The value of inward M&A in Quarter 2 2019 was £18.4 billion, the highest since Quarter 4 2018 (£38.8 billion). Between Quarter 1 and Quarter 2 2019 the value of completed inward M&A increased from £7.6 billion to £18.4 billion, a notable increase of £10.8 billion. This increase is largely explained by one sizeable acquisition involving Marsh & McLennan of the USA which acquired Jardine Lloyd Thompson Group of the UK. When comparing the latest estimates with the same quarter a year ago (Quarter 2 2018) the value of inward M&A has increased by £11.2 billion (from £7.1 billion to £18.4 billion). There were 126 completed inward acquisitions in Quarter 2 2019, a slight fall on the 129 reported in the previous quarter.

Value and number of inward M&A transactions involving UK companies per quarter:

Figure 1: Estimates for inward M&A since Quarter 1 (Jan to Mar) 2015 ranged from £3.6 billion to £85.2 billion

Source: Office for National Statistics - Mergers and Acquisitions Survey https:// www.ons.gov.uk/ businessindustryandtrade/changestobusiness/mergersandacquisitions/bulletins/mergersandacquisitionsinvolvingukcompanies/apriltojune2019

Notes:

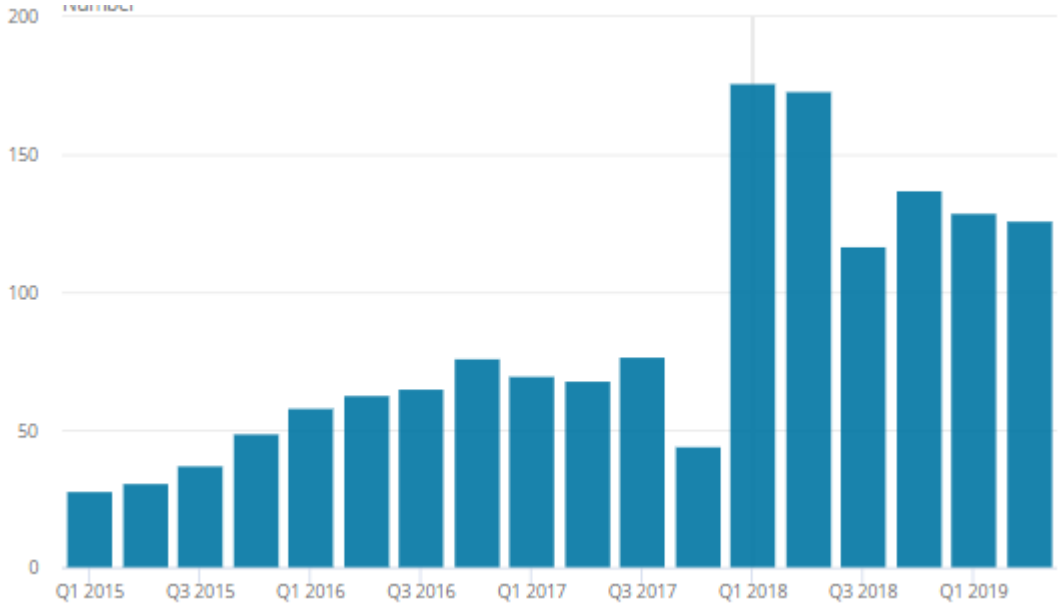
1. Quarter 1 covers January to March; Quarter 2 covers April to June; Quarter 3 covers July to September; Quarter 4 covers October to December.

2. A new method for compiling M&A statistics was introduced from Quarter 1 2018 (shown as a solid line), which may lead to a structural break in all M&A statistical time series. More information regarding these changes can be found in the Mergers and acquisitions Quality and

Methodology Information.

3. Value of deals are in current prices and consequently do not account for the effects of inflation over time.

Figure 6: In Quarter 2 2019 there were 126 completed acquisitions Number of inward M&A transactions involving UK companies, Quarter 1 (Jan to Mar) 2015 to Quarter 2 (Apr to June) 2019



Source: Office for National Statistics - Mergers and Acquisitions Survey https:// www.ons.gov.uk/ businessindustryandtrade/changestobusiness/mergersandacquisitions/bulletins/mergersandacquisitionsinvolvingukcompanies/apriltojune2019

Notes:

1. Quarter 1 covers January to March; Quarter 2 covers April to June; Quarter 3 covers July to September; Quarter 4 covers October to December.

2. A new method for compiling M&A statistics was introduced from Quarter 1 2018 (shown as a solid line), which may lead to a structural break in all M&A statistical time series. More information regarding these changes can be found in the Mergers and acquisitions Quality and Methodology Information.

3. Value of deals are in current prices and consequently do not account for the effects of inflation over time.

Conclusion

As a result of writing the work, we can draw a number of conclusions:

Despite many different opinions regarding the definition of mergers and acquisitions, the main thing is that as a result, two or more companies are formed, one is formed, which transfers all the rights and obligations of merging legal entities. The difference is that a completely new company is formed during the merger. And during the takeover, one of the companies remains, while the other is liquidated.

Mergers can be classified according to various criteria: functional (horizontal, vertical, concentric and conglomerate), geographical (national and international), behavioral (friendly and hostile), payment

method (money or share exchange).

Speaking of mergers and acquisitions, it is impossible to overestimate the role of financing in conducting such transactions. The availability of financial resources has the most direct impact on the volume of M8sA transactions. The growth of the stock market is always followed by an increase in the volume of concluded mergers and acquisitions, and a fall in the first leads to an inevitable decrease in the level of activity in the M&A market.

References

1. Martin, K. (2018). The Method of Payment in Corporate Acquisitions, Investment Opportunities, and Management Ownership, in: The Journal of Finance, Vol. 51, Issue 4, 1227-1246
2. Mathur, İ.A (2014). International Acquisitions in the United States: Evidence from Returns to Foreign Bidders, in: Managerial and Decision Economics, Vol. 18, 2014, 107-118
3. Morck, R., Shleifer, A., Vishny, R. (2018). Do Managerial Objectives Drive Bad Acquisitions, in: Journal of Finance, Vol. 45, Issue 1, 31-48
4. Watts, R., (2016). The Investment Opportunity set and Corporate Financing, Dividend, and Compensation Policies, in: The Journal of Financial Economics, Vol. 32, 263-292
5. Sung, H. (2017). The Effects of the Method of Payment and the Type of Offer on Target Returns in Mergers and Tender Offers, in: The Financial Review, Vol. 32, Issue 3, 591- 607

Analysis Of Investment Attractiveness Of Financial Sector Of Azerbaijan

Elchin Mamtiyev

elcinmemtiyev@gmail.com

Abstract

In the Republic of Azerbaijan fundamental and multilateral reforms are underway to create an independent national economy based on modern market relations and its efficient integration into the world economic system. One of the main directions of the reforms is related to the organization and development of modern banking and financial sectors, which are necessary for economic development in the country. In this regard, the development of the non-oil sector in the country over the past decade, reducing the disparities between regions and increasing the diversification of the economy has been focused on expanding the scope of these reforms for the main objectives of economic policy. Realization of existing goals is closely connected with development of financial and banking sector in the country and improvement of volume and structure of investments. The level of investment activity in Azerbaijan is one of the key factors in optimizing the structure of the economy and increasing the technical and economic level of production, determining economic growth. Especially after devaluations, the investment in banking sector has been a significant booster to recover the diminished activity. All capital injected into this sector has been employed by existing shareholders of the banks. Currently, no external involvement of investors is needed, as the internal financial sources are able to meet the demand in market.

Key words: **Bank, Investment, Profitability**

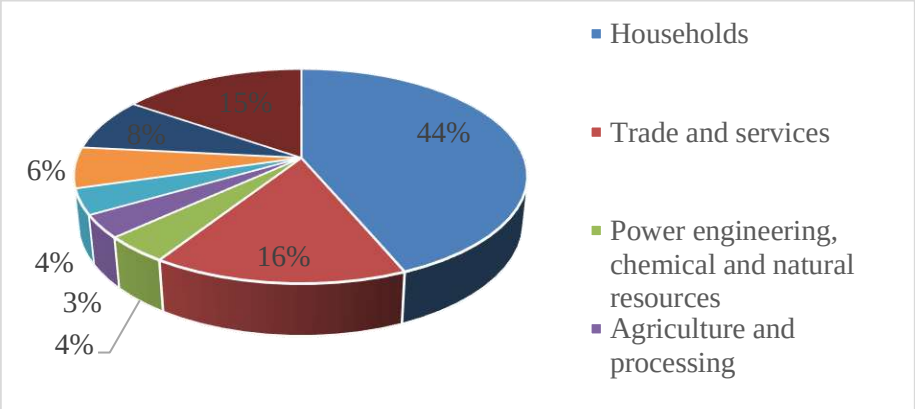
Introduction

The Azerbaijani financial sector consists of central bank, commercial banks, non-bank credit institutions, credit unions, investment companies, insurance companies, national depository center and other financial institutions. The financial area in Azerbaijan mostly is controlled by banks, which owned roughly 95% of total assets (CBAR, 2019).

Typical products offerred by Azerbaijani banks are loans, deposits, cards, and money transfers. Loan products generally include consumer loans, business loans, and mortgage loans. There are different kinds of deposit products such as demand deposits, term deposits, saving deposits and so on tailored to special needs of customers. Cards, for example, debit, credit, installment and gift cards are customarily served. The banks provide service of money transfer for both individual and corporate clients. Western Union, Zolotoya Corona and Contact are employed by banks for transfers.

Taking into account the structural analysis of lendings by banks, which is one of the main activities of our banks, for the first 11 months of 2019, the banks have issued 15.1 billion manat loans. In November 2019, the largest number of loans was structured households, accounting for 44% of total loans, followed by trade and service with loans exceeding 2.3 billion manat, accounting for 16% of total loans.

Graph 1: Sectorial breakdown of loans, November 2019



Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Compared to previous year, proportion of loans to households went up (from 41% to 44%), while loans to trade and services sector declined in relative terms (from 18% to 16%). Prior year, total loans issued was 13 billion manat. Almost 1.5 billion manat of total change (2.1 billion manat) was contributed by household loans. Despite the other sectors, loans issued to transport and communication sector decreased in 2019 in comparison with 2018 (CBAR, 2019).

Method

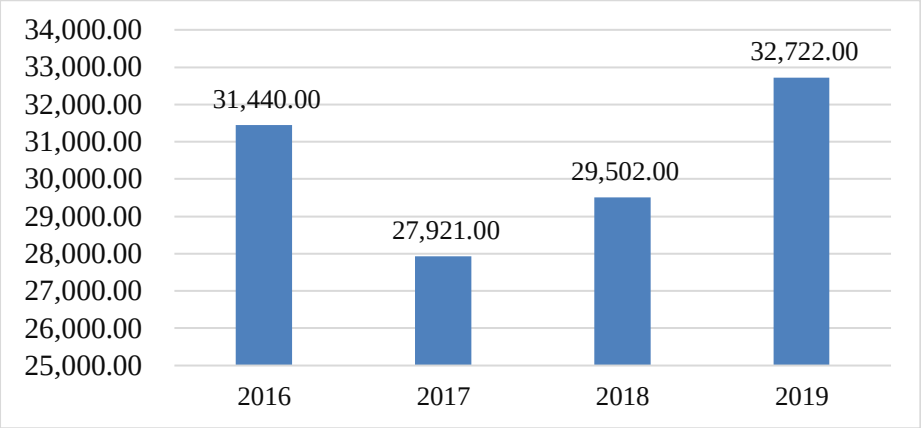
In order to conduct an analysis of investments in the Financial Sector of Azerbaijan in the final work, materials of the Central Bank of Azerbaijan Republic and analytical materials from foreign websites were used to study foreign experience of increasing investment attractiveness. The work concludes with conclusions on creating a favorable investment environment.

Analysis

Appraisal of current financial situation of banks and other institutions

Let us first analyze the figures in banks' aggregate balance sheet from December 2016 to the present. For this purpose, it is better to use the reports of the Financial Market Supervisory Authority which was cancelled in January, 2020. Referring to consolidated reports, we see a 10% increase in banks' assets comparing 2018 and 2019. In 2019, bank assets increased from 29 billion to 32 billion manat. There has been a 4% increase since December 2016. In other words, bank assets increased by 1.2 billion manat. In 2017, total assets of banking sector fell to 27.9 billion manat. Drop in assets per 2017 can be explained by downward movement in loans, since loans to customers make averagely 40% of total assets for last four years. Subsequent years, total assets rising by 5.6% reached at 29.5 billion manat in 2018.

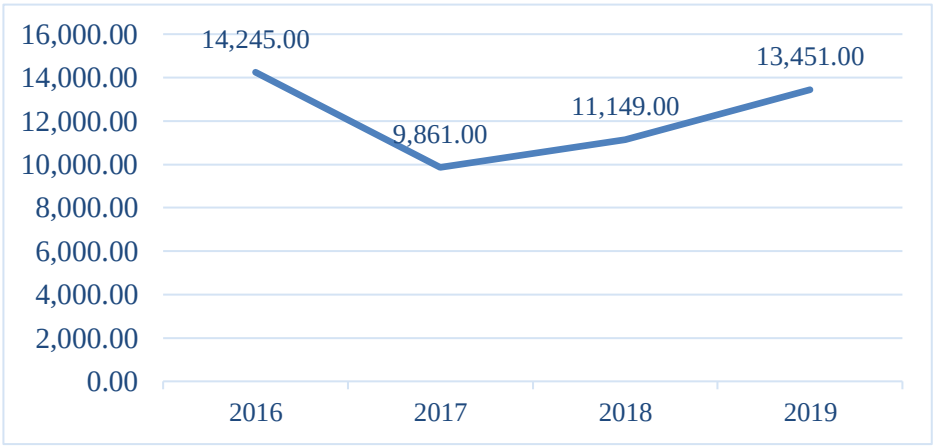
Graph 2: Total assets (in millions)



Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Looking at net loans to customers that make up the bulk of banks' assets, the net loan has increased by 20.6% since 2018. Compared to 2016 december, in the 2019 december the share of net loans of our banks has decreased by 6%, or 794 million manat. If we contrast 2017 december and 2019 december, net share of our banks' net loans reached 9 billion 861 million manat, having increased by 36.4% in December 2019. Comparing 2016 and 2017, there is 30.7% fall in net loans.According to statistics report of Central Banks, for 2015 average interest rates on loans in national currency was 17.5% for individuals and 9.7% for legal entities followed by decrease in rates for 2016. Average interest rates in Azerbaijani manat were 15.7% and 8.6% in 2016,

Graph 3: Net loans to customers (in millions)

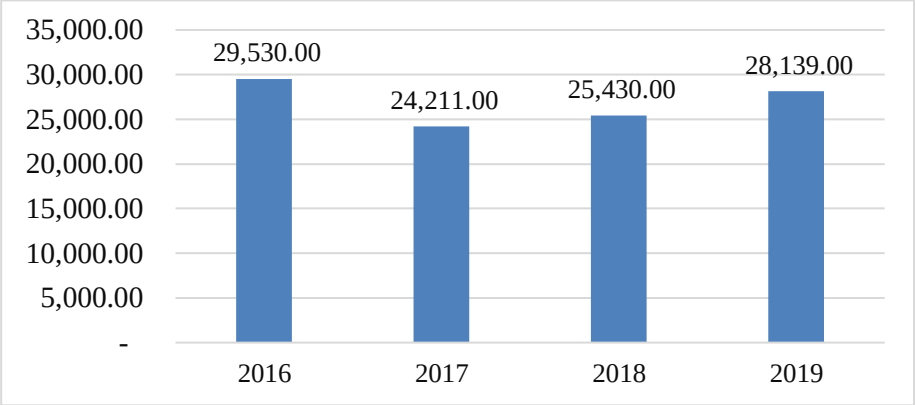


Source: Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

16.3% and 8.9% in 2017, 17.1% and 9.3% in 2018, 16.96% and 8.97% in 2019. Interest rates levied on loans in foreign currency for legal entities and individuals were on average 20.7% and 10.8% in 2015, 16% and 5.6% in 2016, 16.5% and 6.8% in 2017, 14.7% and 6.1% in 2018, 8.87% and 5.38% in 2019 (FIMSA 2016, 2017, 2018, 2019, CBAR 2019).

There is a 5% decrease from December 2016 to December 2019 when it comes to banks' liabilities. The reason for the decline is the reduction of deposits placed by financial institutions. Taking into account, 2016 and 2017, a reduction around 18% is observed. This drop can be justified by falling deposits as well (FIMSA 2016, 2017, 2018, 2019).

Graph 4: Liabilities (in millions)

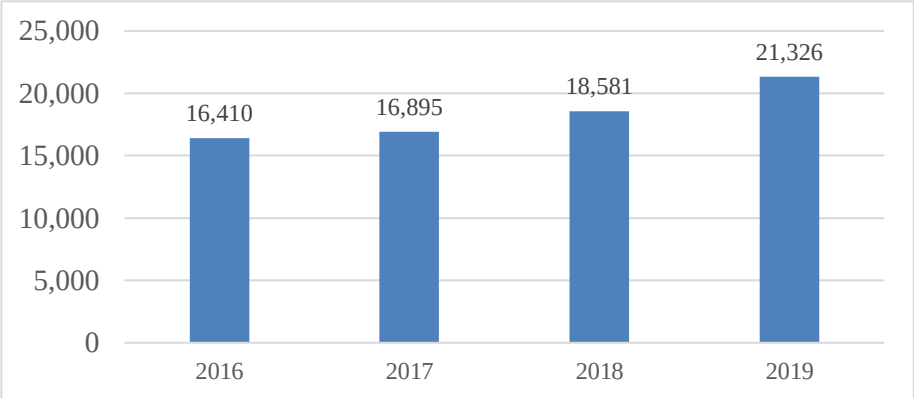


Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Deposits of individuals and legal entities contains 75.7% of total liabilities. Household deposits increased by 2.8% while deposits of legal entities increased by 24.3% from 2018 to 2019. There is an upward trend covering the period of 2016-2019 (FIMSA 2016, 2017, 2018, 2019).

The average interest rate on deposits in national currency for individuals, has been 10.3% for 2016, 11.6% for 2017, 10% for 2018 and 9.76% for 2019. The one for legal entities in national currency has been 3.91%, 5.82%, 5.53% and 4.77% in 2016, 2017, 2018 and 2019 respectively. Interest rates on deposits in foreign currency for individuals have been 5.4% in 2016, 3.7% in 2017, 2.7% in 2018 and 2.45% in 2019. The one for legal entities has been 3.34% for 2016, 1.41% for 2017, 1.43% for 2018 and 1.26% for 2019 (CBAR, 2019).

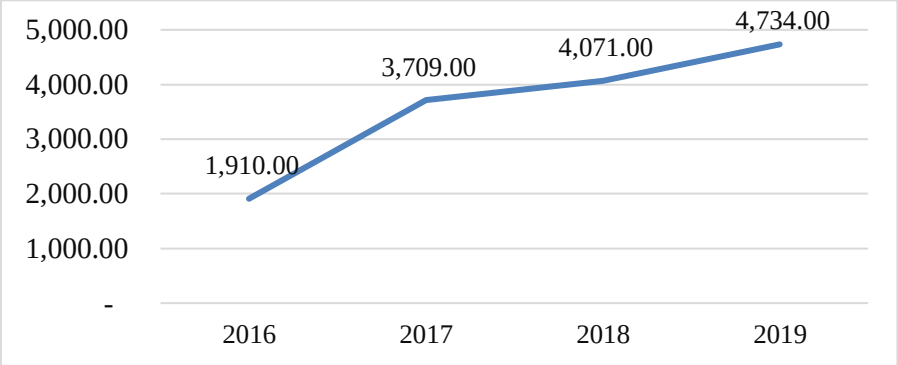
Graph 5: Deposits by individuals and legal entities (in millions)



Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Total capital of our banks in December 2016 was 1 billion 910 million manat, and in December 2019 this figure amounted to 4 billion 734 million manat, that is, the total capital of banks has increased by 148% over the last 3 years. Main reason was increase in profits leading to more retained earnings resulted in increased capital. At the same time, after the devaluation of 2015, the Central Bank required banks to increase their authorized capital explaining why capital went up over the period of 2016-2019 (FIMSA 2016, 2017, 2018, 2019).

Graph 6: Capital (in millions)

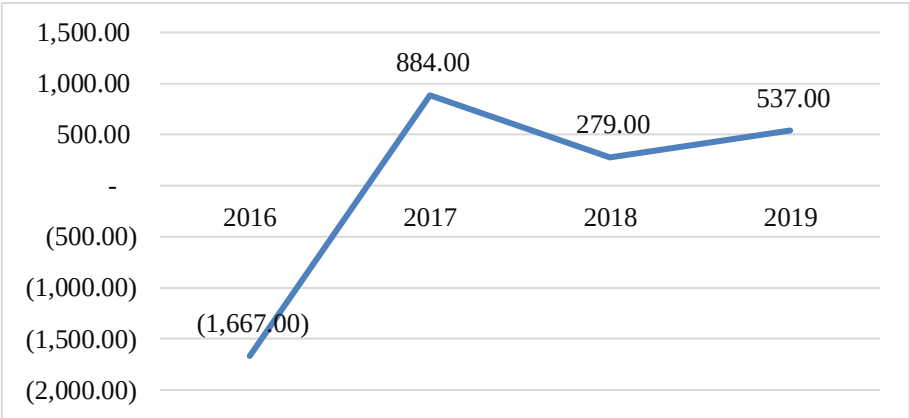


Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

In fact, the performance of local banks for 2019 falls in December compared to November, earning 576 million manat in November and 537 million manat in December. In the first quarter of 2019, the banking sector's profit of 124 million manat increased approximately by 3 times in the last quarter of 2019 and reached 537 million manat (FIMSA 2016, 2017, 2018, 2019).

In 2016, banks as a whole suffered a loss of 1.7 billion manat. In 2017, banks performed well and 884 million manat of profit was generated. Unfortunately, after that year, the profit of our banks declined by 68.4%.

Graph 7: Net profit (in millions)



Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Assets, liability, equity and profits are key indicators that investors look for when investing in companies. Thus, since these items represent the wealth and performance of the companies, determining the weight of these indicators plays an important role in the analysis. The ratios influence the decisions of investors as well, as it tells them about how efficiently the company performs. Ratios such as ROA, ROE, loans-to-assets, net margin, tier 1 capital adequacy and aggregate capital adequacy are considered key industry ratios for banks (Muhammad B. S., Muhammad K. M., and Ahmad W, 2015 and Deloitte CIS Research Centre, 2019).

Table 1: Ratios

Year	Tier 1 capital adequacy ratio,%	Aggregate capital adequacy ratio, %	Loans-to-assets ratio, %	Return on assets ratio, %	Return on equity ratio, %	Net margin, %
2016	6.70	7.70	45.31	-5.30	-87.28	-83.63
2017	11.30	12.70	35.32	3.17	23.83	32.56

2018	15.20	19.40	37.79	0.95	6.85	12.14
2019	18.70	20.20	41.11	1.64	11.34	20.29

Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

Referring to tier 1 capital adequacy ratio, known as financial sustainability ratio, an improvement is seen over the period from 2016 to 2019. Ratio was 6.7% in 2016 and 18.7% in 2019. Minimum required tier 1 capital adequacy ratio under Basel III accord is 6%. Ratio of banks as a whole satisfies the minimum requirement. Tier 1 capital adequacy ratio measures core capital of banks in relation to its sum of risk-weighted assets. Tier 1 capital adequacy ratio is considered one of the key indicators of financial strength of banks and ratio has been taken as a regulatory benchmark for banks by Basel III accord.

Foreign investment, quite simply, is investing in a country other than your home one. It involves capital flowing from one country to another and foreigners having an ownership interest or a say in the business. Foreign investment is generally seen as a catalyst for economic growth and can be undertaken by institutions, corporations, and individuals. Foreign investment is divided into two parts: foreign direct investment and foreign portfolio investment (Goldstein I. and Assaf R., 2005).

Foreign direct investment (FDI) involves creating a direct business interest in a foreign country, for example buying or setting up a manufacturing business, building warehouses, or buying buildings. Foreign direct investment tends to attract creating more of a important, long-term interest in the economy of a foreign country. Due to the significantly higher level of investment required, foreign direct investment is usually controlled by multinational companies, large institutions, or venture capital firms. Foreign direct investment tends to be viewed more favorably since they are considered long-term investments, as well as investments in the well-being of the country itself (Goldstein I. and Assaf R., 2005).

Foreign portfolio investment (FPI) indicate to investing in the financial assets of a foreign country, for example stocks or bonds available on an exchange. This type of investment is at times viewed less efficient than direct investment due to portfolio investments can be sold off quickly and are at times seen as short-term attempts to make money, rather than a long-term investment in the economy (Goldstein I. and Assaf R., 2005).

Portfolio investment typically has a shorter time frame for investment return than direct investment. As with any equity investment, foreign portfolio investors usually expect to quickly realize a profit on their investments (https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09638180.2018.1562950, 2017).

Banking sector is better suited to portfolio investors than it is for services. When looking at the world stock markets, Azerbaijani banks' stocks cannot be seen. This is obviously a negative situation for an investor as they are unaware of the existence of Azerbaijani banks, because no investor can earn a bank's shares.

After analyzing the financial statements and computed ratios, as a part of study, it is worth to notice the priority investment areas in Azerbaijan. If you look at the website of the Ministry of Economy, there is no banking sector listed among the priority investment sectors. Potential investment areas in Azerbaijan include the chemical, metallurgy and energy industries, mechanical engineering and production of construction materials, food and light industry, the logistics base of the agrarian sector, the Crop, Livestock, Information and Communication Technology, Tourism sector. According to the

website of the Ministry of Economy, in 2015, foreign investments totaling USD 10 million 719 thousand were accepted. Of these, 70% were direct investment, while portfolio investment was not. With direct investments in the oil and non-oil sector, the non-oil sector has industries include, agriculture, construction, trade and services, transportation and communications (https://www.economy.gov.az/article/potensial-investisiya-saheleri/21339, 2012).

Table 2: Invesment in duration

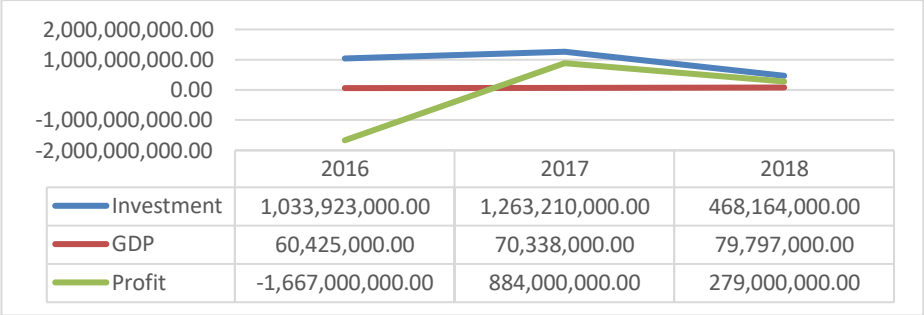
Banks	2016	2017	2018
Kapital bank	-	-	39,980.00
Pashabank	-	-	1,983.00
Xalqbank	-	13,433.00	-
Unibank	-	69,121.00	-
Yapıkredi	-	8,570.00	-
Premium bank	-	3,056.00	-
Rabitabank	-	40,000.00	12,800.00
Expressbank	-	-	-
Bank Respublika	20,000.00	-	-
Bank Avrasiya	-	-	-
AFB Bank	-	-	-
Accessbank	-	55,258.00	-
AG bank	77,200.00	-	1,600.00
Amrahbank	-	-	-
Atabank	-	70,200.00	-
Azər-türk bank	-	-	-
Bank BTB	-	14,450.00	-
Bank of Baku	-	-	-
Beynəlxalq bank	756,722.00	943,622.00	8,801.00
Gunaybank	-	-	-
Muganbank	25,000.00	10,000.00	10,000.00
Nikoil bank	150,000.00	35,500.00	128,000.00
Turanbank	5,001.00	-	-
VTB bank Azerbaijan	-	-	265,000.00
Ziraat bank	-	-	-
NBC bank	-	-	-
ASB bank	-	-	-

Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

The differences between the figures of public and private banks were determined. Idea is to try to explain it as an intra-bank investment if there is any increase in equity. However, in 2016, only 5 banks have certain increases in equity. In 2016, International Bank and Nicoil Bank increasing its capital by 150 million manat and 756 million manat respectively, AG Bank achieved 77 million manat, and Bank Respublika with 20 million manat less than 50 million manat, Muganbank includes 25 million manat and Turan bank with 5 million manat. In 2017, there was also some progress in the growth of banks' capital. For example, the International Bank, which last year achieved an increase of 756 million manat

in its equity, this year achieved an increase of 943 million manat. At the same time, in 2017 Unibank increased its capital by 69 million manat, Accessbank 55 million manat, Rabitabank 40 million manat and Atabank 70 million manat. In addition, Yapıkredi, Premiumbank, Khalgbank and Azer-Turk Bank also showed growth in equity. VTB Bank, the largest growth bank in 2018, has increased its capital by 265 million manat. In addition, Nickoil bank has increased its equity by 128 million manat. Other banks with increasing capital include Kapital Bank, Pashabank, Rabitabank, AG Bank, International Bank and Mugan Bank (Audited financial statements, 2017, 2018).

Graph 8: Investment in banks, profit and GDP



	2016	2017	2018
Investment	1,033,923,000.00	1,263,210,000.00	468,164,000.00
GDP	60,425,000.00	70,338,000.00	79,797,000.00
Profit	-1,667,000,000.00	884,000,000.00	279,000,000.00

Source: Source: https://www.cbar.az/ on the basis of information (31.12.2019)

To be added that as the profitability of banks in the country increases, gross domestic product must also increase, and therefore capital must also increase. But what is clear is that even though GDP per capita grows every year in the country, investment figures have not increased with same proportion each year. For example, even after the devaluation of banks in 2016, capital growth was higher than average, and in 2017, 2 years after the improvement in the economic situation, banks experienced an increase in both their gross domestic product and capital. I would like to note that 2017 is a time when banks are at their best, that supported the growth of capital. In 2018, gross domestic product will increase, which means that the country's situation will improve, but banks' profits will decline with capital growth.

Conculusion

According to the figures of investment, profit generated by banking sector and gross domestic product, as well as their overall trend over three-year period, weak correlation is seen between investment and other two indicators. When the banking sector witnessed loss 0f 1.667 million manat in 2016, the cause was that because significant amount of loans was written off due to defaults of customers and translations differences. In 2017, banking sector generated profit 884 million manat compared to the previous year's loss of 1.667 million manat. It shouldn't be thought that improvement in profits of banks was due to invested amounts, since the cause of loss in 2016 was huge amount of impairment of loans and translation differences which didn't occur in 2017 resulting in profit for the year. More than half of total impairment and vast majority of translation differences belonged to International Bank of Azerbaijan in 2016. As International Bank could manage to get in profit in 2017, banking sector could as well. Despite 1 and 1.3 billion increase of capital in 2016 and 2017, banks' profits declined in 2018. Furthermore, interest income didn't change much over the four-year period. In the light of mentioned points, the purpose of investment amounts employed by local banks can be explained as raising the liquidity.

Based on financial statement and ratio analysis, it is possible to state that local banks are boosting their financial performance year by year. Assets, liabilities and profits are growing, and banking sector is

doing well in management of their assets to produce profits according to the results of the profitability ratios. Percentage of loans to assets is rising, which means, in case of economic crisis, the more assets will be subject to default and liquidity problem might appear. Overall financial results of banking sector can be supposed satisfactory, and considering the growth potential in non-oil and gas sector which means more financing will be needed, investors might be interested in Azerbaijani banks, if the banks want additional equity finance. However, it also should be noted that local banks currently don't have such intention to acquire equity finance, as they try to be financed internally. The rationale is that no substantial growth is observed in non-oil and gas sector and internal sources satisfies the demand in market.

References

1. Azer Mehdiyev, Foreign Direct Investment in Azerbaijan's Economy: Current Status, Development Trends and Challenges. Baku Research Institute, 2017.
2. Audited financial statements of 28 banks 2017, Baku 2018, retrieved from bank websites.
3. Audited financial statements of 27 banks, 2018, Baku 2019, retrieved from bank websites.
4. Central Bank of Azerbaijan, statistical bulletin, 2019, retrieved from CBAR website.
5. Deloitte CIS Research Centre, Business outlook in Azerbaijan fourth edition, 2019.
6. Financial Market Supervisory Authority, overview of banking sector 2016, Baku-2016, retrieved from FIMSA website.
7. Financial Market Supervisory Authority, overview of banking sector 2017, Baku-2017, retrieved from FIMSA website.
8. Financial Market Supervisory Authority, overview of banking sector 2018, Baku-2018, retrieved from FIMSA website.
9. Financial Market Supervisory Authority, overview of banking sector 2019, Baku-2019, retrieved from FIMSA website.
10. Goldstein I. and Assaf R. "Foreign direct investment vs Foreign portfolio investment", NBER working paper No. 11047, 2005.
11. Muhammad B. S., Muhammad K. M., and Ahmad W. "Financial Comparison of Commercial Banks", International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2015.
12. https://www.economy.gov.az/article/potensial-investisiya-saheleri/21339 (2012)
13. https://www.economy.gov.az/article/iq-yon-invest/23015 (2016)
14. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09638180.2018.1562950 (2017)
15. https://www.investopedia.com/ask/answers/banking-sector-good-choice-value-investing.asp (2019)

The Implications of Icaap&Ilaap on Azerbaijan Banking System

Eltun Abdullazade

abdullazadeeltun@gmail.com

Abstract

The paper discusses about the importance of risk management in a global economy, particularly in a banking system. Since, the regulatory system of Azerbaijan is not focused on evaluating the capital and liquidity risk in comparison to developed countries, this paper touches the main definitions of ICAAP&ILAAP in order to overcome future losses in banks of Azerbaijan. While ICAAP stands for the internal capital adequacy assessment process, ILAAP is known as the internal liquidity adequacy assessment process. By introducing the concept of ICAAP&ILAAP, it emphasizes on the fact that internal reports on these terms should be required from banks because of previous global crisis experience. After the identification of the definitions, the methods, through which the paper will underline the significance of the problem, are clearly shown in the paper. Most importantly, the information, which is provided for identifying the importance of the subject, is based on the academic and official regulatory normative sources, such as Basel Committee, European Banking Authority and European Central Bank. Finally, through the analysis part, the paper presents the credit and market risk measurements via various approaches. At the end, the recommendation for Azerbaijan banking system is given for the further development of risk management system in local banks.

Key words: ICAAP, ILAAP, Basel Committee

Introduction

Risk is an integral part of our lives and with each action we may face losses due to risks. Nowadays, the decisions of participants of financial system have more importance than others, because even with small wrong choice might lead to losses so big that entire economy will collapse. As a result of globalization and development of technologies the effects of risks crosses the borders of one country and cause global financial crises. “Great Depression”, “The OPEC oil price shock” is the most famous financial crises took place in last century. “The Financial crisis of 2007-2008” is the last global crisis occurred in last decade due to wrong and abundant financial transactions. In these economic crises, which are affected by many actors in the economy, it is obvious that banks are the most affected financial actors.

As banking sector plays an important role in economy, resilience of banks in times of financial shocks is a hot issue. In order to be fully ready for stressed times banks need to provide an effective risk management system and supervisors should have enough means for controlling and monitoring whole bank sector. Early financial shocks demonstrated that not all banks have a sound internal system for observing, identifying and measuring risks and regulatory authorities also lack for providing these tools. In the absence of this system and tools, banks suffer from capital loss and face liquidity problem. Since capital is an expensive resource held by a bank, the effective and efficient use of the resource is of utmost importance for the banks whose aim is to maximize profit (Torun, 2016). Liquidity risk is the other major topic for banks because shortage of money is the most difficult problem especially in short-term stress. ICAAP and ILAAP occurred from the need of preserving banks’ capital and liquidity by building and developing internal models. Because of banks internally assess their capital and liquidity needs they will have better protection and increase their endurance.

If we look at our banking sector history we will see that the latest financial crisis that happened in 2015 and caused devaluation hit banks very hard because they did not have outlook for the future and could

not analyze the market and trends happening in the world. More than 10 banks forced to be shut down and even more banks which continued their activity still have not been able to back at their position before crisis. That is why it is very necessary to implement ICAAP&ILAAP in the aim of preventing possible future damages and losses.

The thesis topic is rather new subject for banks all over the world and in Azerbaijan. Many banks find it difficult to develop their own internal models for assessment of risks. In Azerbaijan regulators do not require these reports from banks, however in advanced economies and even in Turkey, banks have to prepare these reports and supervisors should monitor and check it.

Method

The thesis object is banking sector, its problems, limitations and thesis subject is to determine the differences between existing normative, rules and new requirements. Information database of research are based on mainly working papers of Basel Committee, multinational audit companies, European Banking Authority and European Central Bank. In addition, reports of banks in advanced economies and case studies of different countries will be used in order to comprehend fully. Furthermore, websites of national supervisors of different countries and articles in economic journals are used as they contain valuable and important information that is helpful for this research.

Research methods of the thesis are models for assessment of probability of default, loss given default, value at risk approach, statistical methods for scoring models and math calculations. Some models are internationally known and used, and some models are bank specific. Examples will be given for better understanding all approaches.

For credit risk assessment both Internal Rating Based (IRB) approach and Standardized approach are used and differences are shown. The standard approach, which is one of the newly developed methods for measuring credit risk, uses the ratings given by independent rating agencies to countries, banks and companies in determining risk weights. With this improvement OECD condition that took place in Basel I was removed. For example, rwa for claims on banks was between 20% and 150%, where bank that has rating from AAA to AA- gets 20% risk weight in comparison of bank with rating below B- which gets 150% risk weight.

Defining rwa using IRB approach is based on models developed by bank internally. In order to develop a sound and accurate model banks need to gather data that enables them to forecast precisely, systems and personal for effectively using gathered data and methodology to combine data with systems.

In Foundation IRB approach banks are required to develop only probability of default (PD) model. Other elements needed to gauge expected loss in the event of counterparty default would be given by regulatory authority. On the other hand, in advanced IRB approach banks have to develop all elements of expected loss. This is harder and more complex approach requires excellent data and sophisticated systems. Market risk is mostly calculated by VAR approach. There is more than one method for calculating VAR:

•Historical simulation - HS

•Parametric

•Monte-Carlo simulation

HS is the simplest approach where we just order historical data from smallest to largest and choose confidence interval like 95% or 99%. Then percentile is chosen according to chosen confidence interval and multiplied by exposure amount. In parametric approach we first find standard deviation of historical data, choose beta value of confidence interval we want to use and select time period to calculate. Monte Carlo simulations are used to model the probability of different outcomes in a process that cannot easily be predicted due to the intervention of random variables. It is a technique used to understand the impact of risk and uncertainty in prediction and forecasting models.

There are 3 methods for calculating operational risk under Basel requirements. They are:

•Basic indicator approach – BIA

•Standardized approach

•Advanced measurement approach – AMA.

The simplest approach for measuring operational risk is Basic indicator approach. Banks using the Basic Indicator Approach must hold capital for operational risk equal to the average over the previous three years of a fixed percentage (denoted alpha) of positive annual gross income (Bank for International Settlements, 2004). Gross income is defined as net interest income plus net non-interest income. It is intended that this measure should: (i) be gross of any provisions (e.g. for unpaid interest).

It should be noted that in the Standardized Approach gross income is measured for each business line, not the whole institution, i.e. in corporate finance, the indicator is the gross income generated in the corporate finance business line. The total capital charge is calculated as the three-year average of the simple summation of the regulatory capital charges across each of the business lines in each year.AMA approach is based on complex and sophisticated models and calculations. The complexity of the advanced Measurement Approach is comparable to the internal chambers applied for the calculation of operational risk worldwide The Basel Committee has decided to remove internal models for operational risk.

Liquidity risk is of the newest risk is encompassed within Basel and two methods are introduced for assessing banks' liquidity under times of stress: Liquidity coverage ratio (LCR) for short-term (30 days' period) and Net stable funding ratio for 1 year and more.

Analysis

Conceptual framework of Icaap&Ilaap

Banks gauge the capital they hold in two different ways. The first one is called regulatory capital which is calculated by the methods determined by supervisory authority. Second one is economic capital that evaluated by the internal models developed by the banks. Such models often measure capital requirements that are lower than the regulatory minimum due to the effects of diversification and other changes that can be considered directly in internal models (Pfetsch, 2011).

The ICAAP complements the minimum regulatory capital requirements; it recognizes a wider range of risk forms and the capacity of the bank to manage risk and capital. Internal Capital Adequacy Assessment Process – ICAAP is the process or set of processes that enables accurate, comprehensive identification, measurement, aggregation, monitoring and reporting of risks by the bank's top management; calculating and owning sufficient internal capital to be determined according to the bank's risk profile, risk management processes, adequacy of internal systems, strategies and action

plan; the establishment, use and continuous development of strong risk management systems (Torun, 2016).

In this context, banks are aware of the risks they may be exposed to and in order to better manage these risks, the bank is obliged to manage İCAAP with the participation of all units engaging in risk-generating activities. Management process consists of the policies and procedures prepared by the bank on the basis of each type of risk, and the procedures for identifying, measuring, reducing, controlling, monitoring and reporting the type of risk correctly. As a result of the consistent implementation of these stages by the bank's senior management, the bank maintains an optimum level of capital in order for the bank to conduct its operations safely.

The key elements of the İCAAP include the establishment of a process for assessing and measuring the internal capital requirement and requirement corresponding to the risk profile of the bank. In addition, the responsibility for the establishment and implementation of İCAAP has been placed on the bank. The established İCAAP needs to be designed in accordance with the needs and risk profile of the bank. The establishment of İCAAP is not sufficient by itself, it should be ensured that İCAAP is a part of the internal management processes and decision-making culture and should be reviewed more frequently in annual periods or if needed. The risk-based İCAAP should cover all risks of the bank on a consolidated basis. İCAAP, which should be implemented from a future-oriented perspective, should be based on adequate and convenient measurement and evaluation methods and processes. However, İCAAP should produce reasonable and usable results in decision-making (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, 2014).

“In the ECB’s view, a sound, effective and comprehensive ICAAP is based on two pillars: the economic and the normative perspectives. Both perspectives are expected to complement and inform each other” (European Central Bank, 2018).

As insufficient liquidity poses an immediate threat to their continuity, the recent financial crisis has shown the fundamental importance of liquidity for credit institutions. Liquidity risk may be shown in the form of inability to sustain stable funding dynamic or shortage of money due to volatility in the market. Funding liquidity risk may be defined as insufficiency of bank’s liquid assets in matching its obligations and continue its lending capacity. Internal Liquidity Adequacy Assessment Process – ILAAP has an important role in the risk management of credit institutions. The ECB is of the view that sound, powerful and comprehensive ILAAPs contain a clear evaluation of the dangers to liquidity, and feature well-structured threat governance and chance escalation processes based totally on a well-concept out and thorough risk strategy that is translated into an effective chance restrict system (ECB, 2018). One of the main experiences learned from crisis is that liquidity risk management must guarantee their capacity to fulfill their payment obligations at all times, even under stressed times and harmful conditions. It is understood that a successful ILAAP decreases the uncertainty of the associated entity and its managers about the threats that the institution is or may be exposed to, and gives supervisors an inflated level of confidence in the institution's ability to operate by retaining sufficient liquidity buffers and secure financing and managing its risks effectively (ECB, 2018). For this it is needed that the credit institutions, in a forward-looking manner, to guarantee that all risks may be faced are identified, effectively managed (using an appropriate combination of quantification and controls) and covered by a satisfactory level of high-quality liquidity buffers.

According to ECB Guidelines on ILAAP following specific information has to be gathered, developed, prepared and monitored:

- Liquidity and funding risk management
- Funding strategy
- Strategy on liquidity buffers
- Cost benefit allocation mechanism
- Intraday liquidity risk management
- Liquidity stress testing
- Liquidity contingency plan (ECB, 2018).

ILAAP greatly increases the consistency between the bank's strategy and operational processes. At a strategic level, a liquidity risk appetite is established and translated into qualitative statements and operational risk metrics (Deloitte, 2016).

In this part we focus on how approaches are calculated, examples are given for better understanding. First, we look at the calculation of capital need for credit risk. If we have exposure against AAA rated bank in amount of 1 million $ and risk weight of this counterparty is 20%. We also know that at minimum bank has to maintain 8% capital. Then our capital need for this AAA bank will be:

1 million $ *20%*8%= 16000$.

Of course we have to keep in mind that exposures on different group of counterparties have various rwa rates.

IRB approach is more complex method to calculate expected loss (EL) and required capital. Here we need to know different parameters such as:

•Probability of default –PD

•Loss given default – LGD which shows how much will be our loss after we may recover some part of the exposure

•Exposure at default – EAD, can be defined as the gross exposure under a facility upon default of an obligor.

Expected loss= PD*LGD*EAD

Here is simple example for expected loss calculation:

Original home value $100, loan to value 80%, loan amount $80

- outstanding loan $75
- current home value $70
- liquidation cost $10

Loss given default = Magnitude of likely loss on the exposure / Exposure at default

- -$75 loan receivable write off Exposure at default
- +$70 house sold
- -$10 liquidation cost paid =

- -$15 Loss

Express as a %

-15/75 = 20% Loss given default

Probability of default

- Since there is negative equity 50 homeowners out of 100 will "toss the keys to the bank and walk away", therefore: 50% probability of default

Expected loss

In %: 20% x 50% =10%

In currency: currency loss x probability$15 * .5 = $7.5

- loss given default * probability of default * Exposure at default

20% * 50% * $75 = $7.5 (www.eba.europa.eu).

Now let's look at assessment of market risk by abovementioned approaches: Firstly, by HS method. First of all we find the last 10 years' worth of monthly returns on the Dow Jones Industrial Average (DJIA); that's 120 data points. Then we need to rank the monthly returns from lowest to highest. An Excel spreadsheet can help with this. The ten worst monthly returns are as follows: -14.06%, -11.72%, -7.92%, -6.57%, -6.21%, -6.03%, -5.50%, -5.30%, -4.31%, -4.28%. After that we figure out what number of items in the data set matches our desired confidence level. To find a 95% confidence level for the biggest monthly loss, take 100% - 95% = 5%. We then multiply 5% times 120 data points to get 6. Now count right 6 data points on your worst monthly returns list and you get -6.03%.

In parametric approach we need to do some calculations. For example, we want to gauge 10 day VAR of 1 million $ outstanding loan. Standard deviation is 15% and we choose 95% confidence interval. Beta for 95% percent equals to 1.96 and our 1 year standard deviation equals to 15%. Calculation will be:

VAR (10 days) = 1 million$*1.96*15%/√252*√10 = 58,566$

We have already stated how to gauge need for capital for operational risk. Now look at example of calculation under BIA approach. If bank has 6, 8 and 10 million$ gross income for 3 consecutive years, its capital need will be:

(6+8+10)/3 *15% = 1.2 million$. This number will be added to total rwa which is sum of credit risk and market risk rwa.

Table 1. Under standardized approach business lines of the bank are divided into following categories:

Business Lines	**Beta Factors**
Corporate finance (β1)	**18%**
Trading and sales (β2)	**18%**
Retail banking (β3)	**12%**
Commercial banking (β4)	**15%**

Payment and settlement (β5)	**18%**
Agency services (β6)	**15%**
Asset management (β7)	**12%**
Retail brokerage (β8)	**12%**

Source: BIS, 2004

Finally, we summarize all of abovementioned approaches and show all rwa and capital need of a bank chosen as example. The final results look like this:

Table 2. Analysis

	Actual	**Currency risk**	**Interest rate risk**	**Liquidity deficit**	**Credit risk**
		30% devaluation			
Total capital	**85,612**	**86,201**	**85,612**		**86,515**
Profit for the year	**24,010**	**23,560**	**(659)**		**35,304**
Total capital adequacy ratio, %	**18.81%**	**15.5%**	**18.8%**		**19.6%**
Tier I capital adequacy ratio, %	**9.62%**	**7.4%**	**9.6%**		**9.9%**
Capital deficit	**0**	-			-

Source: Author's own calculations.

From the table we see that chosen bank has no capital deficit under stress-test scenario. Scenario takes into consideration 30% devaluation of national currency for assessing market risk, deposit withdrawal for 1 month under liquidity risk. Interest rate risk is calculated as difference in maturity matching of assets and liabilities of bank that is sensitive for interest rate change. For credit risk PD and LGD for retail and business sector that derived from IRB approach. The deterioration of PD is assumed and it showed effects on profit of bank as it decreased. However, current capital buffer of bank enables it to take more risk as capital ratios are still higher than requirement of supervisor.

Conculusion

Considering all of the above mentioned arguments, we can easily say that ICAAP&ILAAP is important and necessary process that our banks must apply when considering our sensitive economy itself. Decrease in oil prices is automatically reflected in economy and it led and may lead to future devaluations or depreciations in value national currency. As a cause-reason relationship it also leads to deterioration in credit payment ability to borrowers and increase banks' problematic loans. As a result banks' default problem appears.

The suggestions for banks that this article may offer can be to improve data gathering quality. Without good data all results will be biased.

In addition, as most of our banks suffer from data management systems, it is another important point to be considered. Employees with good quality, knowledge and ability are also important.

Furthermore, our supervisor should contact and interact with Basel Committee in order to apply latest updates. This will help our banks to integrate deeply in global markets and will open new windows for fund transfers.

References

1. Arif Torun. (2016). İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Sürecinin Türk Bankacilik Sisteminin Risk Yönetim Yapisina Etkileri. Marmara Üniversitesi, İstanbul. 4-5, 23-25
2. Basel Committee on Banking Supervision. (June 2006). International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. CH-4002 Basel, Switzerland, 19-21, 52, 63-67, 144-148, 157-166.
3. European Banking Authority. (10.02.2017). Guidelines on ICAAP and ILAAP information collected for SREP purposes. 8-23
4. European Central Bank. (November 2018). ECB Guide to the internal capital adequacy assessment process (ICAAP). Frankfurt am Main, Germany. 3-12
5. European Central Bank. (November 2018). ECB Guide to the internal liquidity adequacy assessment process (ICAAP). Frankfurt am Main, Germany. 3-13
6. European Central Bank. (29 May 2018). ICAAP- Lietfaden der EZB Bafin Konferenz Zum Thema Risikotragfahigkeitslietfaden. Bonn. 7-10
7. European Central Bank. (8 January 2016). Supervisory expectations on ICAAP and ILAAP and harmonized information collection on ICAAP and ILAAP. Frankfurt am Main. 5-15
8. www.bis.org – Bank for International Settlements
9. www.ecb.europa.eu- European Central Bank

Azərbaycanda Sertifikasiya Prosesi və Malların Keyfiyyət Göstəricisində Rolu

Fəridə Ələkbərova

Farida.alekberova29@mail.ru

Xülasə

Sertifikatlaşdırma günümüzün aktual məsələlərindəndir. Bu prosesin həyata keçirilməsi üçün müəyyən standartlar qəbul olunur.Təbii ki, bu standartlar beynəlxalq tələblərə cavab verməlidir. Ümumiyyətlə, milli standartlaşma sistemi məhsulun , xidmətin və digər fəaliyyətlərin standartlarının hazırlanması,tətbiq olunması, eləcə də bu məhsul və ya xidmətin standartlara uyğunluğuna nəzarət edilməsi deməkdir.Standartların ölkə iqtisadiyyatına böyük töhfələri var ki, bunlara əhalinin sağlamlığının, təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, məhsulların keyfiyyətinin əhəmiyyətli dərəcədə artması, rəqabətqabiliyyətliyinin artması, məhsul istehsalının səmərəli şəkildə artması, qeyri-neft sektorunun inkişafı, istehlakçıların hüquqlarının qorunması,istehlakçılara məhsul seçimində etimadın daha artması aid ola bilər. Amma beynəlxalq standartların tələblərinə uyğunlaşdırılmaması ölkə iqtisadiyyatına böyük zərərlər vurur. Məsələn:ixrac imkanlarının xeyli azalması,rəqabətqabiliyyətli məhsulların çox azda sayda istehsalı, qeyri-neft sektorunun zəif inkişafı kimi faktorları göstərmək olar.

Sertifikatlaşdırma fəaliyyətinin məqsədi əhalinin həyatı, sağlamlığı,eləcə də ətraf mühit üçün təhlükəli olan məhsulun istehsalının və satışının qarşısının alınmasıdır. Digər mühim cəhətlərdən biri də istehlakçılara məhsulun səriştəli seçilməsinə köməkliyin göstərilməsi ilə yanaşı, respublikada müəssisələrin və sahibkarların beynəlxalq iqtisadi, elmi-texniki əməkdaşlıqda və beynəlxalq ticarətdə iştirak etmələri üçün şəraitin yaradılmasıdır.Müəssisələrin və sahibkarların beynəlxalq iqtisadi, elmi-texniki əməkdaşlığı və beynəlxalq ticarətdə iştirakı beynəlxalq müqavilələr əsasında həyata keçirilir.

Məqalədə əsas istiqamət olaraq ölkəmizin həyata keçirdiyi sertifikasiya prosesinin hansı səviyyədə həyata keçirilməsini, bu prosesi həyata keçirən orqanların üzləşdiyi problemləri ,həmçinin məhsulun və ya xidmətin uyğunluğunun təsdiqi nəticələrinə bütün marağı olan tərəflərin etibarının necə təmin edilməsini araşdırmaq nəzərdə tutulur. Lakin bu prosesin həyata keçirilməsinə ciddi nəzarət edilməlidir. Çünki bəzi şirkətlər bunu çox vaxt göstəriş kimi etməklə müştərini cəlb etməyə çalışırlar.

Açar sözlər : **Keyfiyyət,Standartlar,Sertifikatlaşdırma Prosesi.**

Giriş

Müasir şəraitdə, xarici ticarət, hər bir ölkənin və bütün dünyanın inkişafı və inkişafının mühüm tərkib hissəsidir, çünki qloballaşma prosesləri kontekstində digər ölkələrin iqtisadiyyatı ilə iqtisadi əlaqələrin qurulmadan bir dövlət inkişaf edə bilməz. Bu baxımdan xarici ticarət əlaqələrində ölkəyə daxil olan, eləcədə ölkə ərazisində istehsal olunan hərhansı məhsul və ya xidmətin təhlükəsizliyini təmin etmək məqsədilə sertifikasiya prosesinin aparılması müasir dövrümüzdə artıq vacib şərt hesab olunur.

Sertifikatlaşdırma latın dilindən tərcümədə-düzgün hazırlanıb deməkdir. Sertifikatlaşdırma anlayışı ümumiyyətlə, ilk dəfə standartlaşdırma üzrə Beynəlxalq Təşkilatın (İSO) sertifikatlaşdırma məsələləri üzrə xüsusi Komitəsi SERTİKO (hal-hazırda KASKO) tərəfindən tərtib və təyin edilib.Sertifikatlaşdırmanın mahiyyəti ondan ibarətdir ki, onun aparılması nəticəsində məhsulun, prosesin və ya xidmətin istehlakçıların tələblərinə uyğun olması müəyyən qaydada təsdiq edilir. Daha sonralar, standartlaşdırma inkişaf etdikcə, məhsulun istehsalçısı sübut etməyə çalışırdı ki, onun məhsulu qəbul olunmuş normativ-texniki sənədlərin tələblərinə cavab verir ki, bu da onun keyfiyyətli olmasına zəmanət ola bilər. Belə fəaliyyət hazırda sertifikatlaşdırma adlanır.Sertifikatlaşdırma fəaliyyət növü kimi, üçüncü tərəfin yazılı surətdə məhsulun, prosesin və ya xidmətlərin verilmiş

tələblərə uyğun olması üzrə zəmanət vermə vasitəsidir. Sertifikatlaşdırma fəaliyyəti nəticəsində verilən sertifikat (sertifikat – ingilis və ya fransız dilindən tərcümədə-şəhadətnamə deməkdir) məhsulun keyfiyyətini təsdiq edən sənəddir. (Aslanov Z.Y., Zeynalova M.S,2018).

Sertifikatlaşdırma məhsulların, proseslərin, xidmətlərin standartların və digər normativ sənədlərin tələblərinə uyğunluğunun yoxlanması və təsdiq edilməsi sahəsində geniş imkan və vasitələrə, hüquqi bazaya malikdir. Sertifikatlaşdırma məhsulların istehsalı, xidmətlərin göstərilməsi sahəsində keyfiyyətlə bağlı çox geniş məsələlər üzrə düzgün və mütərəqqi qərarların qəbul edilməsinə, onların ölkədə və xaricdə maneəsiz realizasiyasına imkan və şərait yaradır. Ona görədə son dövrlər digər ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da bu istiqamətdə tədqiqatlar bugün də davam edir (The concept of international trade and main classical theories, Elena Ramona TERZEA (Theoretical Article)

Məlum olduğu kimi məhsulların sertifikatlaşdırılmasında məqsəd onların qoyulmuş tələblərə, eləcədə insan, heyvan və bitkilərin sağlamlığına və təhlükəsizliyinə, ətraf mühitin mühafizəsinə dair tələblərə uyğun olduğunu təsdiq etməkdir. Məhsulların sertifikatlaşdırılması onların sərbəst dövriyyəsinə, məhsulların təkrar sertifikatlaşdırma aparmadan idxal-ixracına şərait yaradır.

Azərbaycanda məhsulların sertifikatlaşdırılması onların istehsalı, emalı, idxalı və ixracı səviyyəsində aparılır. Bəzi sertifikatlar hər mal partiyasına, bəzi sertifikatlar isə istehsalata verilir. Ona görə hər mal partiyasına satış, idxal və ixrac edilmək üçün ayrıca, istehsalata isə müəyyən müddət üçün verilir ki, bu müddət ərzində istehsal olunan mallar həmin sertifikat əsasında satıla bilər.

Metod

Məlum məsələdir ki, keyfiyyət faktoru müəssisə və şirkətin əsas prioritetidir.Hər bir şirkət çalışır ki, stehsal etdikləri məhsul və göstərdikləri xidməti yüksək səviyyədə təmin edə bilsinlər. Daim inkişaf istiqaməti kimi keyfiyyətin yüksəldilməsinə səy göstərilir. Məhsul və ya xidmətin hansı dərəcədə keyfiyyətə və təhlükəsizliyə malik olması aldıqları setifikatlarla daha da müəyyən olunur. Tədqiqatın əsas məqsədi milli standartlaşdırma sisteminə dair beynəlxalq tələbləri və beynəlxalq təcrübəni araşdıraraq milli standartlaşdırma sisteminin beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılmasının effektiv mexanizmini işləmək və bu istiqamətdə elmi cəhətdən əsaslandırılmış təkliflər hazırlamaqdan ibarətdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün məqalədə aşağıdakı vəzifələr müəyyənləşdirilmişdir:

1. standartlaşdırmanın iqtisadiyyatdakı rolu və əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsi;
2. milli standartlaşdırma sisteminin beynəlxalq tələblərə hansı dərəcədə uyğunlaşmasını və müsbət tərəflərini müəyyən etmək;
3. Azərbaycanın özəl sektorunun yeni standartlaşdırma sisteminin tələblərinə uyğunlaşdırılmasının effektiv mexanizminin müəyyənləşdirilməsi.

Analiz

Azərbaycanda mövcud olan müəssisələrin beynəlxalq bazarlara çıxması və Azərbaycan bazarının xarici firmaların əmtəələri üçün açılması nəticəsində məhsulun keyfiyyəti problemi yerli əmtəə istehsalçıları üçün prioritet problemə çevrildi. Dünyanin inkişaf etmiş ölkələrində keyfiyyətin yüksəldilməsi problemi məhsul və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətliliyinin, istehsalçı və istehlakçı arasında yeni münasibətlərin qurulmasının, cəmiyyətin maddi tələbatlarının, sosial maraqlarının və mənəvi tələbatlarının ödənilməsinin təmin olunmasında aparıcı yer tutur. Bu problem iqtisadi

əlaqələrin zəifləməsi, istehsalın azalması, eləcədə daxili və xarici bazarlarda mövqelərinin itirilməsi ilə nəticələnən iqtisadi böhran şəraitində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. ABŞ, Yaponiya, Almaniya, Cənubi Koreya və bir sıra digər ölkələrin tarixi təcrübəsi göstərir ki, keyfiyyətin idarə edilməsinin səmərəli sistemlərinin tətbiqi yolu ilə keyfiyyət sahəsində tərəqqinin təmin olunması əsas təsir vasitələrindən biridir ki, bunun da vasitəsilə həmin adları çəkilən ölkələr iqtisadiyyatda böhranı aradan qaldırmağa və dünya bazarında dayanıqlı mövqelər tutmağa nail olmuşlar.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycan Respublikasının bütün sahələrində köklü iqtisadi islahatlar aparılır. Bu iqtisadi islahatların əsas məqsədi inkişaf etmiş dövlətlərin qabaqcıl təcrübəsindən istifadə etməklə dünya bazarının tələblərinə cavab verən yüksək keyfiyyətli məhsullar istehsal etməkdən ibarətdir Məhsul və xidmətlərin yüksək keyfiyyəti onların rəqabət qabiliyyətliliyini təyin edən ən əhəmiyyətli tərkib hissəsidir. İstehlakçıların tələblərinə uyğun olan stabil keyfiyyət təmin olunmadıqda milli iqtisadiyyatı dünya təsərrüfatına səmərəli inteqrasiya etmək və orada layiqli yer tutmaq mümkün deyil.

Əmtəə və xidmətlər sahəsində Azərbaycanın milli siyasət konsepsiyasında tam ədalətli olaraq qeyd edilir ki, XXI əsrdə yerli iqtisadiyatın ən əsas vəzifəsi rəqabətə davamlılıq keyfiyyətin artırılması hesabına olmalıdır. Keyfiyyət – şirkətin nüfuzunun qalxması ilə yanaşı həmdə gəlirinin çoxalması üçün əsas göstəricidir. Məhz bu səbəbdən keyfiyyətin idarə olunması üzrə hər bir işçi heyəti üçün mühüm fəaliyyət növüdür.

Məhsulun keyfiyyəti – həmçinin planlaşdırma və idarəetmə obyektidir. Sosial, siyasi, iqtisadi, mühəndis, texnoloji, ekoloji, beynəlxalq və digər tərəflərin mövcudluğu keyfiyyət probleminin mürəkkəbliyinə gətirib çıxarır. Məhsulun keyfiyyəti - müəssisənin fəaliyyətinin ən mühüm göstəricisidir. Məhsulun keyfiyyətinin artırılması müəssisənin bazar şəraitində rəqabətə davam gətirə bilməsi, elmi-texniki tərəqqinin tempini, istehsalatın səmərəliliyinin artmasını, müəssisədə istifadə olunan bütün növ ehtiyyatların qənaətliyini müəyyən edir. Dünyanın aparıcı şirkətlərinin işinin əsas inkişaf istiqamətli xarakterilərində biridə elə məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə yönəlmişdir. (Esmira, Mirheydərova , 2017).

Məlumdur ki, müasir bazar şəraitində məhsulun satışının təşkil edilməsi üçün, ilk növbədə bu məhsulun, isteklakçını maraqlandıran keyfiyyət xassələrinə əsas fikir verilir. Məhsulun keyfiyyətinin qaldırılması ilə rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və istehlakçının səriştəli məhsul seçməsinə yardımı, istehlakçının keyfiyyətsiz və ya saxtalaşdırılmış məhsulların alınmasından qorunmasını sertifikatlaşdırma həyata keçirir.

Sertifiktalaşdırma istehlakçıya məhsulun müəyyən tələblərə cavab verməsinə və verilmiş keyfiyyətə malik olmasına zəmanət verir. Sertifikatlaşdırma məhsulun verilmiş tələblərə uyğunluğunun sübut edilməsinin əsas etibarlı üsullarından hesab edilir.

Sertifikatlaşdırma aşağıdakı əsas prinsiplərə əsaslanır:

- dövlətçilik – məhsulun təhlükəsizliyinin qiymətləndirilməsi zamanı dövlət mənafeyinin (maraqlarının) təmin edilməsi;

- könüllülük – reklam məqsədilə istehsalçı tərəfindən sertifikatlaşdırmadan istifadə olunması;

- obyektivlik – istehsalçı və istehlakçıdan asılılığın olmaması; - doğruluq – peşəkar sınaq bazasından istifadə edilməsi;

- malların və xidmətlərin yerli və xarici kimi bölgüsünün istisna edilməsi;

- demokratiklik – sertifikatlaşdırma üzrə orqanın seçilməsi hüququnun istehsalçının özünə verilməsi;

- sertifikatlaşdırma iştirakçılarının məsuliyyətinin müəyyən olunması;

- sertifikatlaşdırmanın nəticələrindən (istehsalçı, ticarət, istehlakçı, gömrük və i.a. tərəfindən) istifadə olunmasının çox funksionallığı;

- alınmış informasiyanın açıqlığı;

- məhsulun təsnifatı nəzərə alınmaqla sertifikatlaşdırmanın keçirilməsinin forma və metodlarının müxtəlifliyi. (Esmira, Mirheydərova , 2017).

Sertifikatlaşdırma 2 formada: məcburi və könüllü olaraq sertifikatlaşdırılır.Təhlükəsizlik dərəcəsi olan məhsullar hal-hazırda məcburi olaraq sertifikatlaşdırılır. Bildiyimiz kimi, indi bütün şirkətlər öz məhsul və xidmətlərinin hamısını sertifikatlaşdırırlar. Bu daha çox müştəri cəlb etmək və nüfuzu üçün edilən bir siyasətdir. Ona görə bu prosesin həyata keçirilməsi müəyyən tələblərlə və şərtlərlə həyata keçirilməlidir.Təklif edilə bilər ki, məhsullar risk səviyyəsinə görə müxtəlif növ təsnifləşdirilsin:yüksək, orta və aşağı risk səviyyəsi. Bu zaman ancaq yüksək risk səviyyəsinə malik məhsullar üçün sertifikatlaşma həyata keçirilsin.

Sertifikatlaşdırma günümüzün aktual məsələlərindəndir. Bu prosesin həyata keçirilməsi üçün müəyyən standartlar qəbul olunur.Təbii ki, bu standartlar beynəlxalq tələblərə cavab verməlidir. Standartların ölkə iqtisadiyyatına böyük töhfələri var ki, bunlara əhalinin sağlamlığının, təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, məhsulların keyfiyyətinin əhəmiyyətli dərəcədə artması, rəqabətqabiliyyətliyinin artması, məhsul istehsalının səmərəli şəkildə artması, qeyri-neft sektorunun inkişafı, istehlakçıların hüquqlarının qorunması,istehlakçılara məhsul seçimində etimadın daha artması aid ola bilər.

Ümumiyyətlə, milli standartlaşma sistemi məhsulun , xidmətin və digər fəaliyyətlərin standartlarının hazırlanması,tətbiq olunması, eləcə də bu məhsul və ya xidmətin standartlara uyğunluğuna nəzarət edilməsi deməkdir. Bu standartların tətbiq olunması yuxarıda qeyd olunanların inkişafına təkandır. Amma beynəlxalq standartların tələblərinə uyğunlaşdırılmaması ölkə iqtisadiyyatına böyük zərərlər vurur. Məsələn:ixrac imkanlarının xeyli azalması,rəqabətqabiliyyətli məhsulların çox azda sayda istehsalı, qeyri-neft sektorunun zəif inkişafı kimi faktorları göstərmək olar. Bu sistemin uyğunlaşmalı olduğu beynəlxalq tələblərə əsasən ÜTT və Avropa Birliyinin bu sahədəki tələbləri daxildir. Milli standartlaşdırma sistemində islahatların aparılması və beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması Azərbaycanın strateji sənədlərində də öz əksini tapıb. Belə ki, "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında daxili bazarın təhlükəli məhsullardan qorunmasında, ticarətdə texniki maneələrin aradan qaldırılmasında və sahibkarlığın inkişafında əhəmiyyəti böyük olan standartlaşdırma sisteminin beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması, təkmilləşdirilməsi və inkişaf etdirilməsi ilə bağlı zəruri tədbirlərin görülməsi nəzərdə tutulub. https://president.az/files/future_az.

Milli standartlarımızın beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılmasında əsas məqamlardan biri də Azərbaycanda özəl sektorun maraqlarının və potensialının bu prosesdə nəzərə alınmasıdır. Belə ki, bu standartların obyekti kimi istehsalçı çıxış edir və məhz onlar yeni normaları tətbiq edən tərəflərdir.

Ümumiyyətlə, milli standartlaşdırma sisteminin beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması prosesində özəl sektorla əlaqəli aşağıdakı məqamlara diqqət yetirilməlidir.

• yeni texniki reqlamentlərin və standartların hazırlanmasına mümkün dərəcədə özəl sektorun cəlb edilməsi;

• yeni texniki reqlamentlər və standartlar haqqında özəl sektorun maarifləndirilməsi;

• özəl sektora yeni tələblərə uyğunlaşma üçün keçid müddətinin verilməsi, texniki dəstəyin göstərilməsi, güzəştli kreditlər və yardımların edilməsi;

• milli standartlaşdırma sisteminə dair fəaliyyətləri həyata keçirəcək özəl müəssisələrin yaradılmasının dəstəklənməsi;

• istehlak bazarının yeni məhsullara uyğunlaşdırılması.(Mikayılov E.Ə., Atakişiyev R. 2009)

Nəticə

Bildiyimiz kimi,standartların iqtisadiyyata böyük töhfələri var. Standartların beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması üçün aşağıdakı təkliflər irəli sürülmüşdür:

-Kadr potensialının inkişafı və gücləndirilməsi. Ən mühüm məqam burada beynəlxalq tələbləri bilən kadrlar hazırlanmalı , bununla yanaşı cavan kadrların daha çox yer almasına diqqət göstərilməlidir. Bununla bağlı əhəmiyyətli təlimlər və tədris təşkil olunmaldır.

Ölkəmizdə özəl sektorların maraqlarının nəzərə alınması.

Buna görə ki, sertifikatlaşmanın həyata keçirilə bilməsi üçün tələb olunan standartların obyekti kimi istehsalçılar çıxış edir. Edilən hər hansı dəyişiklik ilk onlara təsir edəcək. Ona görə də istehsalçılar diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.Bu zaman yeni standartlar işlənib hazırlanmalı və özəl sektorları da bura cəlb oluna bilər.

Digər tərəfdən, özəl sektorun maraqlarının nəzərə alınması və onlarla əməkdaşlığın gücləndirilməsini zəruri edən amillərdən biri də beynəlxalq standartların tələblərinin milli iqtisadiyyatın maraqlarına nə dərəcədə uyğun gəlməsi və bununlada qəbul ediləcək yeni milli texniki reqlamentlər və standartlarda iqlimin, eləcə də coğrafi, iqtisadi, ekoloji amillər cəhətdən hansı uyğunlaşmanın aparılması ilə bağlı verəcəyi yüksək töhfə ola bilər. Məsələn , elə bir hal və ya tələb ola beynəlxalq standartda mövcud olar ki, onun tətbiqi bizim ölkəmizdə məqsədəuyğun hesab edilməz. Bu zaman özəl sektor bu işdə öz mövqeyini əsaslandırmalı və hansı uyğunluqların edilə biləcəyini əsaslandırmalıdır.

Digər irəli sürə biləcəyim təklif **dövlət proqramının** qəbul olunmasıdır. Hansı ki, 2020-2025 illəri əhatə edə biləcək bu dövlət proqramı özündə bütün bu görüləcək tədbirləri özündə əks etdirsin. Həmçinin , bütün fəaliyyətlərlə birgə bunlara cavabdeh olacaq dövlət orqanları da göstərilməlidir.

Başqa verə biləcəyim təklif məhsulların daşıdığı **risk səviyyəsinə** görə qruplaşdırılmasıdır. (aşağı,orta,yüksək) Məcburi sertifikatlaşdırma yalnız yüksək risk qrupunda olanlara şamil edilsin. Çünki hal-hazırda əksər şirkətlər bütün məhsullarını sertfikatlaşdırır. Bu diqqət çəkmək və müştəri cəlb etmək üçün istifadə olunan siyasətdir.

Bazara nəzarət sisteminin təkmilləşdirilməsi.

Məlum olduğu kimi, bazarda məhsullara nəzarət orqanı kimi əsasən İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti tərəfindən nəzarət olunur. Əsasən qida-yeyinti məhsullarına nəzarəti həyata keçirən bu orqanın növbəti illərdə bir-birindən fərqli məhsullara necə nəzarət edəcəyi müəmmalı qalır. Belə ki, Texniki tənzimləmə haqqında qanun layihəsində elektrik cihazları, yüngül sənaye məhsulları, kimyəvi maddələr, gübrələr, tikinti materialları kimi tamamilə fərqli məhsulların texniki reqlamentlərlə əhatə olunması nəzərdə tutulub. Əgər bazara nəzarət orqanı kimi bütün bu məhsulların nəzarəti həmin Xidmətə verilsə, bu o deməkdir ki, Xidmətin balansında bütün əhatə olunan məhsullara dair laboratoriyalar açılmalı və mütəxəssislər cəlb olunmalıdır. Bu isə real görünmür. Odur ki, ölkəmizdə bazara nəzarət sistemində institusional islahatlar aparılmalıdır

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Aslanov Z.Y., Zeynalova M.S, Sertifikatlaşdırmanın əsasları.Bakı,2018,s 5-6.
2. A.M.QAFAROV –Metreologiya, Standartlaşdırma , sertifikatlaşdırma Bakı, 2012 s.419-421.
3. Mikayılov E.Ə., Atakişiyev R. Azərbaycanın ÜTT-yə üzvlüyü və özəl sektor: Araşdırma nəticələrinin analitik hesabatı. Azərbaycanın ÜTT-yə üzvlüyünə dəstək Koalisiyası. Bakı, 2009, s.8-10
4. Aslanov Z.Y. və b. tərəfindən rus dilindən tərcümə. "Məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi"2008 s.14-21
5. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası.s 32-33
6. Məmmədova.E ,Mirheydərova.A. Keyfiyyətə Nəzarət. Bakı,2017.s.4-5,288-289.
7. The concept of international trade and main classical theories, Elena Ramona TERZEA (Theoretical Article))s.243-245
8. https://azsertcenter.az/keyfiyyet-siyaseti/
9. www.azstand.gov.az
10. www.economy.gov.az

Bələdiyyə Menecmentinin İqtisadi Potensialının Artırılması Prinsiplər

Lalə Nadiri

lalealiyeva505@gmail.com

Xülasə

İnkişaf etmiş ölkələrin tarixi təcrübəsi göstərir ki, demokratik, hüquqi dövlətin qarşısında duran əsas məsələlər yalnız hakimiyyətin bütün səviyyələrində səmərəli idarəetmə sisteminin mövcud olduğu şəraitdə, o cümlədən inkişaf etmiş yerli özünüidarəetmə sisteminə əsaslanmaqla səmərəli şəkildə həll oluna bilər. Müasir dövrdə dövlətə artıq hakimiyyətin yeganə mərkəzləşdirilmiş subyekti kimi baxılır və dövlət idarəetməsinin demokratikliyi prinsipi bütövlükdə dövlətdə olduğu kimi hər bir ərazi qurumunun da özünütəşkil və özünüinkişafı nəzərdə tutur. Ona görə də müasir dövrdə ölkənin ictimai və dövlət strukturunda yerli özünüidarəetmənin yeri, rolu və təyinatı ilə bağh məsələlərin, yerli özünüidarəetmənin demokratik hüquqi dövlət və vətəndaş cəmiyyəti ilə bağlı aspektlərinin, dövlətlə yerli özünüidarəetmənin qarşılıqlı fəaliyyəti ilə bağlı problemlərin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyətə malikdir. (Məmmədov, O.2009: s.76-80).

Məlumdur ki, demokratik ölkələrdə yerli işlərin idarə olunması həm mərkəzi hakimiyyətin yerlərdə təyin etdiyi orqanlar və vəzifəli şəxslər tərəfindən, həm də bilavasitə inzibati-ərazi vahidlərinin əhalisinin seçdiyi nümayəndəli orqanlar tərəfindən həyata keçirilə bilər. Belə nümayəndəli orqanlan adətən yerli özünüidarəetmə orqanlan və ya bələdiyyələr adlandırlar. Beləliklə, ölkənin hakimiyyət strukturu özündə həm dövlət hakimiyyəti institutunu, həm də yerli özünüidarəetməni birləşdirməlidir. Burada prinsipial məsələ müasir dövlətdə ictimai (xalq) hakimiyyət institutları kimi dövlət hakimiyyəti ilə yerli özünüidarəetmə arasındakı nisbətin müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Yerli özünüidarəetmə sistemləri insan cəmiyyətinin qurulması və onun inkişafı ilə birlikdə təşəkkül tapıb beləliklə dövlət kimi güclü bir sosial institutun yaranıb inkişafına səbəb olmuşdur. İdarəetmə isə bir fəaliyyət növü olmaqla çoxdan mövcuddur. Buna baxmayaraq əsrlər ərzində idarəetmə prosesi əsas etibarilə emprik xarakter daşıyıb və heç bir elmi əsasa malik olmamışdır. İdarəetmə fəaliyyətinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi prosesinə elm və texnikanın tərəqqisi, həmçinin məhsuldar qüvvələrin inkişafı, istehsal münasibətlərinin müxtəlif xarakteri də müəyyən təsirini göstərmişdir. (İbrahimxəlil İbrahimov 2018: s.25-32).

Açar sözlər: bələdiyyələr, dövlət,cəmiyyət

Giriş

Bütün dövlətçilik tarixi ərzində dövlətin inkişafi ilə yerii özünüidarə- etmə arasmda üzvi şəkildə sıx qarşıhqlı əlaqə mövcud olmuşdur. Tarixi baxımdan müasir yerli özünüidarəetmə sisteminin fomıalaşması sənaye cə- miyyətinə keçid prosesləri ilə bağlı olmuşdur. O dövrdə yerli nümayəndəli orqanlara dövlətlə yalnız qanun və məhkəmə nəzarəti ilə bağh olan qurum- lar kimi baxılır, yerli özünüidarəetmə mərkəzdə və yerlərdə hökumətə və onun orqanlanna tabe olmayan özünəməxsus dördüncü hakimiyyət hesab olunurdu.

Sonrakı dövrlərdə dövlətlər inkişaf etdikcə dövlət idarəetməsi sahəsin- dəki mərkəzləşdirmə meyllərinin və yerli özünüidarəetmə orqanlannm fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsinin güclənməsi, dövlətin sosial funksiyalarının genişlənməsi nəticəsində bələdiyyələrlə dövlət idarəetmə orqanlan arasmda münasibətlər daha da mürəkkəbləşmiş, onlann səlahiyyətləri getdikcə daha çox bir-biri ilə kəsişməyə başlamışdır. Bütün bunlar bələdiyyələrlə dövlət aparatı arasmdakı əlaqələrin prinsiplərinə yenidən baxılmasma, həmçinin yerli özünüidarəetmənin tədricən dövlətin ümumi siyasətinin hə- yata keçirilməsi çərçivəsində icra fəaliyyətinin Özünəməxsus növünə çevril- məsinə gətirib çıxarmışdı. Vətəndaşlann sosial rifahım əsas məqsəd kimi qəbul edən rifah dövlətinin (welfare state) yaranması və inkişafi, dövlətin öz vətəndaşlanna göstərdiyi xidmətlərin sayının çoxalması da bütövlükdə yerli özünüidarəetmənin fəaliyyətinə ikili təsir göstərmişdir. Bir tərəfdən yerlərdə hökumətin siyasətinin

reallaşdınlma-sında, əhaliyə xidmətlərin göstərilmə- sində yerli özünüidarəetmə orqanlannm rolu artmışdı ki, bu da öz növbəsin- də, onlann fəaliyyətinin səmərəli olmasmda dövlətin maraqlannı stimulaş- dırmışdı. Digər tərəfdən isə, yerli özünüidarəetmə orqanlanmn dövlət mexanizminə inteqrasiya olunması güclənmişdi ki, bu da onlann əwəlki müstəqilliyinin əhəmiyyətli dərəcədə itirilməsinə gətirib çıxanrdı. Beləliklə, yerli özünüidarəetmənin bu dövrdəki inkişafi bələdiyyə institutlanmn dövlət təbiətini dəfələrlə gücləndimıiş, yerli işlərin ümumdövlət maraqlan ilə birləşməsinə, bələdiyyələrin dövlət orqanlanndan güclü inzibati və maliyyə asılılığının yaranmasma səbəb olmuşdu ki, bu da bələdiyyələrin fəaliyyətində özünüidarəetmə elementlərinin sıxışdınlmasma və arxa plana keçirilməsinə gətirib çıxarmışdı.

Vəziyyətin belə dəyişməsi XX əsrin ikinci yansından başlayaraq mərkəzi hökumətləri bələdiyyələrin fəaliyyətini hər şeydən əwəl, ümmumilli əhəmiyyətə malik yerli məsələlərin həllinə yönəltmək üçün təsir yollarmı axtarmağa vadar etdi və yerli özünüidarəetmə haqqmda Avropa Xartiyasmm qəbul olunmasma gətirib çıxardı. Hazırkı dövrdə bu Xartiya, Avropa ölkələrininin bələdiyyə hüququnun ən başhca mənbələrindən biri olub, müasir yerli özünüidarəetmənin inkişafının istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Xartiyanm məqsədi yerli özünüidarəetmə orqanlannm hüquqlannm təmin olunması və müdafiəsindən ibarətdir. Xartiya Avropa Şurasma daxil olan dövlətlərin üzərinə yerli icmalann siyasi, inzibati və maliyyə müstəqilliyinin qorunması və möhkəmləndirilməsi sahəsində öhdəliklər qoyur. Bununla da yerli özünüidarəetmə orqanlannm müstəqilliyi prinsipi yüksək beynəlxalq hüquq səviyyəsində təsbit olunur və ona əməl olunması həqiqi demokra- tiyamn əsas meyarlanndan biri kimi qiymətləndirilir. Xartiyamn əsasmda subsidiarlıq prinsipi durur ki, bu prinsipə görə, idarəetmənin aşağı səviy- yələrində həll oluna biləcək məsələlərin yuxanya verilməsinə ehtiyac yoxdur. Yerli icmalara daha çox idarəetmə məsələlələrinin həlli etibar olun- malıdır, dövlətin müdaxiləsinə isə yalmz bunsuz keçinmək mümkün olma- dığı hallarda yol verilməlidir. Xartiyada subsidiarlıq anlayışı aşağıdakı kimi ifadə olunmuşdur: «dövlət səlahiyyətlərinin həyata keçirilməsini, bir qayda olaraq, əsasən, vətəndaşlara ən yaxın hakimiyyət orqamnm üzərinə qoymaq lazımdır». Qeyd edək ki, Avropa Şurası tərəfindən 15 oktyabr 1985-ci ildə qəbul olunmuş bu sənəd 25 dekabr 2001-ci il tarixdə Azərbaycan Respublikasmm Milli Məclisi tərəfindən ratifikasiya olunmuşdur.

Xartiyada hakimiyyət orqanlan adlandınlan yerli özünüidarəetmə orqanlanna dövlət səlahiyyətlərini yerinə yetirmək hüququ verilir. Xartiyaya görə onlar sözün geniş mənasında, sanki yerlərdə dövlət idarəetməsinin davamı olurlar, yəni yerli özünüidarəetmənin dövlət başlanğıcı onun yerinə

Metod

Azərbaycanda səmərəli fəaliyyət göstərən yerli özünüidarəetmə sisteminin yaradılmasma və əlaqəli inkişaf prosesinə ən başlıca təsir göstərən amillərdən aşağıdakıları göstərmək olar:

Bələdiyyə idarəçiliyinin normativ-hüquqi bazası aktiv surətdə işlənib hazırlanmalı, qanunlarda olan boşluqlar aradan qaldırılmalıdır.

Ölkə ərazisində yaranmış çoxsaylı bələdiyyələrdə yerli özünüidarəetmə fəaliyyətinin praktiki reallaşdınimasını həyata keçirməklə, yerli özünüidarəetmələrin seçkili və icra orqanlanmn iş təcrübələrinin toplanması və istifadəsi təmin edilməlidir. Məlum olduğu kimi, Ölkədə apanlan islahatlar prosesinin çox mühüm tərkib hissələrindən biri, idarəetmə sahəsində kadr siyasətinin aktivləşdirilməsi olmuşdur.

Azərbaycan təhsil sitemində “Dövlət və bələdiyyə idarəetməsi” ixtisası üzrə hazırlanan kadrlann peşəkarlıq səviyyəsi aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

İdarəçilik sahəsində uyğun biliklərə və praktiki vərdişlərə yiyələnməlidir.

Bazar iqtisadiyyatının xüsusiyyətləri və imkanlanmn olunmasına əsaslanan dünya görüşünə malik olmasıdır.

Dövlətin fımksiyalarmı və iqtisadi rolunu dərindən başa düşməlidir.

Dövlət və bələdiyyə idarəetməsinin, bazar şəraitində strateji idarəetmənin mahiyyətini dərk etməlidir.

Təşkilatm zəif və güclü cəhətlərini təhlil aparmaq, bunun əsasmda bələdiyyənin strategiyasını işləyib hazırlamaq və həyata keçirilməsini təşkil etmək.

İdarəetmə üzrə menecment-müasir analitik-təhlil vasitələrindən istifadə etməli.

Mütəxəssis idarəetmədə qarşıya çıxan problemlərin təhlili və həlli metodlanndan istifadə etmək və onlan praktikada həyata keçirmək bacanğma malik olmalıdır və s.

Mütəxəsis idarəetmə orqanlarında və ərazidə yaşayan insanlarla səmərəli idarə etmək və mədəni davranmaq üçün zəngin biliklərə və insan ehtiyatlannm müasir təşkilatı davramş və idarəetmə konsepsiyalanm dərindən bilməli, kadr işinin təşkilini bacarmalıdır.

Mütəxəsis idarəetmənin iqtisadi metodlanm və mühasibat uçotunun əsaslarım bilməli və öz sahəsində idarəetmə uçotu və nəzəriyyəni təşkil etməyi bacarmalıdır və s.

Yerli özünüidarəetmənin inkişafı sahəsində dövlət siyasətinin əsas məqsədi ölkədə bələdiyyələrin gələcək inkişafını təmin etməkdən, iqtisadi və sosial baxımdan inkişaf etmiş demokratik dövlətin qurulması üçün zəruri şərt kimi yerli özünüidarələrin səmərəliliyinin yüksəldilməsidir.

Bələdiyyə orqanları üçün kadr hazırlığı sisteminin yaradılması hər şeydən əvvəl bu kadrların cavab verməli olduğu yüksək peşəkarlıq səviyyəsinə tələblərin formalaşdırılmasını, bu səviyyəni təmin etməyə imkan verən tədris planları və hazırlıq proqramının olmasını, tədrisdə yeni təlim metodlarından və texnologiyalardan istifadə olunmasını tələb edir.(Həsənov, O., İmanov, D., Əhmədov, G 2013: s. 80-90).

Bələdiyyə idarəçiliyi üzrə kadrlar əsasən aşağıda göstərilən üç formada hazırlanır:

Əyani

Qiyabi

Distant

Eyni zamanda bələdiyyə idarəçiliyi üzrə kadrlar üç səviyyədə hazırlanır:

Birinci ali təhsil

İkinci ali təhsil

İxtisasartırma kursları.

Tədris prosesində təhsil standartları balavr, diplomlu mütəxəssis və magistr pillələrindən ibarət olan baza səviyyəsi üçün fənnlər toplusu müəyyənləşdirilməlidir.

Yerli özünüidarəetmə orqanlarmm strukturundan danışarkən, onlann müstəqil fəaliyyəti üçün vacib olan səlahiyyət məsələsinə də toxunmaq lazım gəlir.

Bələdiyyələrin səlahiyyətləri onların fəaliyyət dairəsini, eləcə də bu orqanların hüquq və vəzifələrini əks etdirir.

Yerli özünüidarəetmə orqanları qanunvericiliklə onlara verilmiş ayrı-yrı dövlə səlahiyyətlərini reallaşdırmaqla, həmçinin dövlət hakimiyyət orqanlarının qəbul etdiyi qərarları həyata keçirməklə, qanuna uyğun olaraq yerli səviyyədə dövlət orqanlarının vəzif və funksiyalarınının həyata keçirilməsinə yardım göstərməklə dövlət hakimiyyət orqanları il qarşılıqlı münasibətlərdə olurlar. Dövlət orqanları yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyətində qanunçuluğu təmin edirlər.

Yerli özünüidarəetmə orqanlarının maliyyə vəsitələri konstitusiya və ya qanunla onlar verilmiş səlahiyyətlərə uyğun olmalıdır. Yerli özünüidarəetmənin bu çox vacib prinsipi ölkə konstitusiasında və qanunlarında öz əksini tapmışdır. Bu prinsip reallaşdırılmadan yerli özünüidarəetmənin müstəqilliyini, reallığını və səmərəliliyinini təmin etmək mümkün deyildir.Yerli özünüidarəetmənin qarşısında duran əsas vəzifələr içərisində aşağıdakılan qeyd etmək olar:

konstitusiyalı quruluşun əsaslannm möhkəmləndirilməsi;

vətəndaşlann yerli özünüidarəetmə hüququnun reallaşdmlmasının təmin edilməsi;

əhalinin həyat əhəmiyyətli tələbatlannm və qanuni maraqlannm təmin olunması üçün şəraitin yaradılması;

əhalinin sosial müdafiəsi üzrə zəruri tədbirlərin görülməsi

bələdiyyə orqanlan üçün kadrlann hazırlanması və yetişdirilməsi.

Yerli özünüidarəetmənin vəzifələri onun funksiyalarmı müəyyənləşdirir ki, bunlar da bələdiyyələrin fəaliyyətinin əsas istiqamətlərini göstərir. Yerli özünüidarəetmənin funksiyalarına aşağıdakılan aid etmək olar:

yerli əhəmiyyətli məsələlərin həllində əhalinin iştirakmm təmin olunması;

bələdiyyə mülkiyyətinin və yerli özünüidarəetmənin maliyyə vəsaitlərinin idarə olunması;

bələdiyyə ərazisinin kompleks inkişafının təmin olunması;

əhalinin həyat əhəmiyyətli sosial-məişət, mədəni və digər xidmətlərə tələbatlarının ödənilməsinin təmin1 cdilməsi;

yerli özünüidarəetmənin hüquq və qanuni maraqlanm müdafiə etmək və s.

Bələdiyyə iclasının səlahiyyətləri isə aşağıdakılardır:

yerli vergi və ödənişləri müəyyən etmək;

yerli sosial müdafiə və inkişaf proqramlarını qəbul və icra etmək;

yerli iqtisadi proqramları qəbul və icra etmək;

yerli ekoloji proqramları qəbul və icra etmək;

yerli mədəni proqramları qəbul və icra etmək;

Bələdiyyələr öz səlahiyyətləri çərçivəsində əhalinin əsas həyati tələbatlarını minimal dövlət sosial standartlarından aşağı olmamaqla ödəməlidirlər.

Səlahiyyətlərin xüsusiyyətləri:

səlahiyyətlərin müəyyənləşdirilməsi qaydası;

məxsusi və həvalə olunmuş, məcburi və fakültativ səlahiyyətlərin nisbəti;

səlahiyyətin məzmunu və onun həyata keçirilmə qaydaları.

Səlahiyyətlərin müəyyənləşdirilməsi qaydası baxımından ən əhəmiyyətli fərq hüquqi sistemlərin xüsusiyyətləri ilə bağlıdır.

Səlahiyyətlərin müəyyənləşdirilməsi qaydası. baxımından ən əhəmiyyətli fərq hüquqi sistemlərin xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Anqlo-sakson hüququnda parlamentin suverenliyi prinsipindən çıxış edilir, ictimai hakimiyyətin digər orqanlan isə öz səlahiyyətlərini həvalətmə yolu ilə əldə edirlər. Həmin ölkələrdə bu prinsip yerli özünüidarəetmə orqanlanna da tətbiq edilir. Bu ölkələrdə yerli hakimiyyət orqanlannm səlahiyyətlərinə pozitiv tənzimləmə tətbiq edilir. Bu orqanlann fəaliyyəti yalmz o zaman qanuni hesab olunur ki, onlar bilavasitə qanunda göstərilmiş səlahiyyətlər çərçivəsində (intra vires) hərəkət etmiş olsunlar. Qanunda öz əksini tapmamış hüquq sahəsində istənilən fəaliyyət avtomatik qaydada səlahiyyətdənkənar (ultra vires) hərəkət hesab olunur.

Kontinental hüquq sistemini qəbul etmiş Avropa ölkələrində isə yerli orqanlann səlahiyyətləri neqativ tənzimləmə yolu ilə müəyyənləşdirilir. (Həsənov, O., İmanov, D., Əhmədov, G. 2013 s.10-12). Bu halda yerli hakimiyyət orqanlan qanunla qadağan edilməmiş və digər hakimiyyət orqanlarının səlahiyyətlərinə verilməmiş istənilən fəaliyyətlə məşğul ola bilərlər.

Suverenliyə malik olan dövlət öz ərazisində xalq hakimiyyətinin həyata keçirilməsinin qarantı olduğu üçün əksər hallarda səlahiyyətlərin bölüşdü- rülməsi dövlətin iştirakı və nəzarəti altında həyata keçirilir və dövlət yerli özünüidarəetmə orqanlanndan müəyyən minimum səlahiyyətləri - məcburi səlahiyyətləri yerinə yetirməsini tələb edir. Özünü idarə edən icmalann bu səlahiyyətlərin icrasından imtina etmək hüququ yoxdur. Buna yalmz qanunla müəyyən edilmiş xüsusi hallarda, yəni yerli özünüidarəetmə orqanlanmn qarşıya qoyulmuş vəzifələri yerinə yetirə bilməyəcəyi aşkar olunduğu hallarda yol verilir və bu zaman ayn-ayn səlahiyyətlər digər özünüidarəetmə səviyyəsinə və ya dövlətə ötürülə bilər. Bundan başqa dövlətlərin əksəriyyəti həm də bu və ya digər səlahiyyətlərlə bağlı məcburi minimal xərcləri, əhalini əhatə dərəcəsini müəyyənləşdirir. Bu minimum qanunvericilik, inzibati və ya maliyyə (dövlət subsidiyaları və dotasiyaları) yolu ilə tənzimlənə bilər. Yerli özünüidarəetmə orqanlanmn məcburi səlahiyyətləri yerinə yetirməməsi məhkəmə araşdırmalan və ya yerli özü- nüidarəetmə orqamnm fəaliyyətinin vaxtından əwəl dayandınlması üçün əsas ola bilər.

Məcburi səlahiyyətlərə aid olmayan səlahiyyətlər isə fakultativ səlahiy- yətlər hesab olunur ki, bu səlahiyyətlər situasiyadan və əhalinin tələbatlanndan asılı olaraq yerinə yetirilə və ya yetirilməyə bilər. (İbrahimxəlil İbrahimov 2018: s.45-60). Son onilliklərdə Avropa Birliyi ölkələri israrla subsidiarlıq prinsipini təbliğ edirlər ki, bu prinsipə görə, ixtiyari ictimai vacib funksiya ərazi təşkilatınm mümkün olduqca ən aşağı səviyyəsində həyata keçirilməlidir. Bu halda klassik sxem çevrilmiş olur: səlahiyyətlər dövlət tərəfindən yerli özünüidarəetmə orqanlanna ötürülməməli, əksinə yerli özünüidarəetmə orqanlan özlərinin həll edə bilmədikləri məsələləri dövlətə verməli, qalan bütün məsələləri isə öz səviyyələrində həll etməlidirlər. Lakin bu prinsip hələlik bir çox hallarda real fəaliyyətdə olmaqdan daha çox nəzəri xarakter daşıyır:

Yerli özünüidarəetmə orqanlannm səlahiyyətlərinin üç əsas qrupunu fərqləndirmək olar. Bu, hər şeydən əwəl, ənənəvi olaraq bələdiyyə səviyyəsində mövcud olan kommunal xidmətlər, yerli əhəmiyyətli yol tikintisi, sosial-mədəni obyektlərin tikintisi və saxlamlması, abadlıq işləri və s. sahəsindəki səlahiyyətlərdir. Bu sahədə müxtəlif ölkələr arasında fərqlər minimaldır. Lakin son illərdə bələdiyyələr bu sahələrdə özəl sektor tərəfindən güclü rəqabətlə qarşılaşmağa başlamışlar.

Analiz

Yerli özünüidarəctmə sistcmləri. Müxtəlif ölkəiərin özünəməxsus xüsusiyyətlərini nəzərə aimaqla demək olar ki, əksər dövlətlərdə yerli özünüidarəetmə iki model üzrə inkişaf edir. Bunlar yerli özünüidarəetmənin ingilis-sakson və fransız modelləridir. Yerli özünüidarəetmə orqanlarmınyaradılması və fəaliyyətinə münasibətdə bu modellərin bir sıra prinsipial fərqləri vardır. Fransız tipli yerli özünüidarəetmə modelinə malik ölkələrdə yerlərdə özünüidarə orqanlan üzərində inzibati himayə funksiyasmı həyata keçirən mərkəzi hökumət nümayəndələri mövcuddur. Inzibati himayə orqanlannın yerli özünüidarəetmə orqanlan üzərində bir sıra hüquqlan vardır. Məsələn, yerli özünüidarəetmə orqanlan aktlanmn təsdiqi, onlara dəyişiklik edilməsi, bəzi ölkələrdə qanun pozuntusu olduqda yerli özünüidarəetmə orqanlannın və vəzifəli şəxslərinin fəaliyyətinə xitam verilməsi və ya bu prosesin başlanması üçün iddia qaldmlması və s. İngilis- sakson tipli yerli özünüidarəetmə modelinə malik ölkələrdə isə inzibati himayə orqanlan olmur. Burada yerli özünüidarəetmə orqanlan üə dövlət idarəetmə orqanlan arasında əlaqələndirmə ya xüsusi bir qurumun (məsələn, yerli özünüidarəetmə işləri üzrə nazirlik), ya da konkret problemdən asılı olaraq müxtəlif mərkəzi icra orqanlannm köməyi ilə apanlır. Dövlət orqanlanmn bələdiyyələrin daxili işlərinə qanşmasma yol verilmir. İngilis- sakson tipli yerli özünüidarəetmə modelinə malik ölkələrdə inzibati himayə orqanlannın olmaması, yerli özününüidarəetmələrlə münasibətdə digər üsullardan, xüsusilə iqtisadi vasitələrdən (müəyyən proqramlann həyata keçirilməsi, dövlət yardımlan) istifadə edilməsinə gətirib çıxanr. (Əliyev, A.2007 s.50-67).

İkinci mühüm fərq yerli özününüidarəetmə orqanlannm səlahiyyət dairəsinirı müəyyən olunması ilə bağhdır. İngilis-sakson tipli yerli özünüidarəetmə modelinə malik ölkələrdə yerli orqanlar yalnız qanunla birbaşa onlann səlahiyyətinə aid edilən məsələlərlə məşğul ola bilərlər. Bunlardan kənarda hər hansı bir fəaliyyət səlahiyyət həddini aşma kimi qiynfətləndirilir və məhkəmələr tərəfindən qanunsuz elan olunur. Franstz modelini qəbul edən ölkələrdə isə əksinə, yerli özünüidarə orqanlannm onlann səlahiyyət dairəsindən çıxanlmayan və başqa orqanlann səlahiyyət dairəsinə aid edilməyən hər cür fəaliyyəti qanunauyğun hesab olunur.

Əsas etibarilə mərkəzləşdirməni qəbul edən ölkələrdə (Fransa, İtaliya, Türkiyə, Yunamstan və s.) yerli özünüidarəetmənin fransız modeli, qeyri- mərkəzləşdirməni qəbul edən ölkələrdə (ABŞ, Böyük Britaniya, Avstraliya və s.) isə ingilis-sakson modeli tətbiq edilir. Bir sıra ölkələrdə isə (Almaniya, Yaponiya, Avstriya) yerli özünüidarəetmə sistemi bəzi xüsusiyyətlərinə görə ingilis-sakson, digər xüsusiyyələrinə görə isə fransız modelini xatırladır.

Son dövrlərdə Avropa ölkələrində apanlan yerli özünüidarəetmə islahatlan ingilis-sakson və fransız modelini tətbiq edən dövlətlər arasmdakı fərqləri xeyli azaltmışdır. Bununla belə, bəzi prinsipial fərqlər hələ də qalmaqdadır.

Dünyanın əksər ölkələrində yerli özünüidarəetmə sistemi kifayət qədər unifikasiya edilmişdir. Bu məsələ öz əksini konstitusiya və qanunlarda tapır.

Bəzi ölkələrdə isə, xüsusilə ABŞ və Almaniyada yerli özününüidarəetmə sistemi öz rəngarəngliyi ilə seçilir. ABŞ-da yerli özünüidarəetmənin təşkili, yerli özünüidarəetmə orqanlan arasındakı səlahiyyət bölgüsündəki müxtəlifliklər özünü hətta bir ştatın daxilində də göstərir.

Beləliklə, hər hansı bir ölkədə yerli özünüidarəetmə orqanlan yaradılan zaman, ilk növbədə, həmin ölkənin tarixi, coğrafi, demoqrafik və milli- psixoloji xüsusiyyətləri, eləcə də oradakı siyasi rejim və hüquqi sistem nəzərə almmalıdır.

Hər bir ölkənin yerh özünüidarəetmə sisteminin strukturunda özünə- məxsus yerli özünüidarəetmə orqanlan fomıalaşdınlır. Yerli özünüidarə- etmə orqanlan dedikdə - ərazi birlikləri tərəfindən formalaşdmlan və onlara məxsus səlahiyyətlərə görə əhali qarşısında məsuliyyət daşıyan orqanlar nəzərdə tutulur. Dünya ölkələrinin əksəriyyətində bələdiyyələrin strukturu əsasən iki orqandan - seçkili bələdiyyə şurası (seçkili nümayəndəli orqan) və icraedici aparatdan (bələdiyyələrin icra orqanlan) ibarətdir.

Yerli özünüidarəetmə sisteminin məcburi və mərkəzi həlqəsi, yerli demokratiyanm simvolu olan bələdiyyə şuralan müxtəlif ölkələrdə müxtəlif real hakimiyyətə malik olur və onlann siyasi fəaliyyətinin xarakteri bir tərəfdən həmin ölkədə yerli özünüidarəetmənin ümumi statusu ilə, digər tərəfdən isə flınksiyalann şura və icra orqanlan arasmdakı real bölgüsü ilə müəyyən olunur. Ən ümumi şəkildə funksiyalann bölgüsü siyasi və inzibati kimi iki əsas rolun aşağıdakı qaydada fərqləndirilməsinə əsaslamr:

qərarvericilik (siyasi) - bu, bir tərəfdən siyasətin, büdcə və planın müəyyənləşdirilməsini, qərarvericilik fəaliyyətini, inzibati fəaliyyətin keyfiyyətinin monitorinqinin apanlmasmı, digər tərəfdən isə maraqlarm təmsilçiliyini, siyasi kommunikasiyam, seçicilərin təmsilçiliyini özündə birləşdirir, icra (inzibati) - bu, bir tərəfdən yürüdülən siyasətin izahını, siyasətlə icramn əlaqələndirilməsini, digər tərəfdən isə bu siyasətin reallaşdmlması və menecmentini özündə birləşdirir.

Nəticə

Bələdiyyələr tərəfindən hazırlanmış sosial müdafiə və sosial inkişaf proqramlarının əsas məqsədi dövlət tərəfindən həyata keçirilən sosial siyasətə uyğun olaraq dövlətin sosial müdafiə və sosial inkişaf proqramlarında nəzərdə tutulmayan və ya onlara əlavə olaraq yerli əhəmiyyətli sosial inkişaf məsələlərinin həll edilməsindən ibarətdir. Bələdiyyələr bu proqramlarda öz ərazilərində yaşayan aqztəminatlı əhali qruplarını müəyyən edərək onlara mütəmadi və ya birdəfəlik ünvanlı sosial yardımın göstərilməsi üçün zəruri tədbirlər görülməsini nəzərdə tuta bilərlər.

Azərbaycanda bələdiyyələrin səlahiyyətləri Azərbaycan Respublikasmm Konstitusiyası, "Bələdiyyələrin statusu haqqmda" Azərbaycan Respublikasımn Qanunu, Bələdiyyələrin nizamnaməsi və digər qanunvericilik aktlan ilə müəyyən olunur. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 144-cü maddəsi.Bələdiyyələrin səlahiyyətləri adlanır və aşağıdakı məsələlərin həll edilməsi nəzərdə tutulur:

- bələdiyyə üzvlərinin səlahiyyətlərinin tamnması, qanunla müəyyən edilmiş hallarda onlann səlahiyyətlərinin itirilməsi və səlahiyyətlərinə xitam verilməsi;
- bələdiyyənin reqlamentinin təsdiq edilməsi;
- bələdiyyənin sədrinin və onun müavinlərinin, daimi və başqa komissiya-lann seçilməsi;
- yerli vergilərin və ödənişlərin müəyyən edilməsi;
- yerli büdcənin və onun icrası haqqında hesabatlann təsdiq edilməsi;
- bələdiyyə mülkiyj'ətinə sahiblik, ondan istifadə və onun barəsində sərəncam;

- yerli sosial müdafiə və sosial inkişaf proqramlanmn qəbul və icra edilməsi;
- yerli iqtisadi inkişaf proqramlanmn qəbul və icra edilməsi;
- yerli ekoloji proqramlann qəbul və icra edilməsi.

Bələdiyyələrə qanunvericilik və icra hakimiyyətləri tərəfindən əlavə səlahiyyətlər də verilə bilər. Bu səlahiyyətlərin həyata keçirilməsi üçün bələdiyyə üzrə müvafiq zəruri maliyyə vəsaiti də aynlmalıdır. Belə səlahiyyətlərin həyata keçirilməsinə müvafiq olaraq qanunvericilik və icra hakimiyyətləri nəzarət edirlər. "Bələdiyyələrin statusu haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunun 4-6 maddəsində bələdiyyələrin yerli sosial müdafiə və sosial inkişaf proqramlan, yerli iqtisadi inkişaf proqramlan, yerli ekoloji proqramlar işləyib hazırlamaq və həyata keçirmək sahəsindəki səlahiyyətləri göstərilir. (Məmmədov, O.2009: s.87-96).

Bələdiyyə mülkiyyətinin formalaşmasında onun aşağıdakı funksiyalan və prinsipləri nəzərə alınmalıdır:

İqtisadi funksiya;

Sosial funksiya;

İdarəetmə funksiyası.

Bələdiyyə mülkiyyətinin formalaşması üçün vacib olan iqtisadi funksiya təkrar istehsal adlanır. Bələdiyyə mülkiyyətinin təkrar istehsalı bir-biri ilə əlaqədə olan 3 prosesi əhatə edir:

Maddi və qeyri-maddi nemətlərin təkrar istehsalı;

İnsan resursunun (əməyin) təkrar istehsalı;

Mülkiyyət münasibətlərinin yenidən istehsalı.

Bələdiyyə mülkiyyətinin iqtisadi funksiyası öz növbəsində yerli əhalinin fərdi ehtiyaclan üçün müxtəlif maddi və qeyri-maddi nemətlərin istehsalına imkan verir. Bələdiyyə mülkiyyəti eyni zamanda müəyyən bir bələdiyyə ərazisində yaşayış fondları, kommunal-iaşə xidməti, təhsil, sağlamlığın qorunması kimi bir rekreasiya mühiti yaradan məcmu işçilərin (insanlann) təkrar istehsalında iştirak edir. Bələdiyyə mülkiyyəti ərazinin həm təbii mühiti, həmçinin insanların məskunlaşma mühiti kimi təkrar istehsalını təmin edir. Bələdiyyə mülkiyyətinin iqtisadi funksiyası həm də sənaye infrastrukturunun təşkilinə və ərazi iqtisadiyyatının optimal strukturunun formalaşmasına imkan verir. Bələdiyyə mülkiyyətinin sosial funksiyasına əsasən aşağıdakılar aid edilir:

Sosial tələbatın ödənilməsi;

Yerli əhalinin sosial müdafiəsi.

Bələdiyyə mülkiyyətinin sosial funksiyası vasitəsilə bələdiyyə əhalisinin bütün tələbatlarını təmin etmək mümkündür. Həmin tələbatların təminə istiqamətlənən sosisal bələdiyyə obyektləri yerli özünüidarə əhalisinə xidmət etməklə, həm də sosial inkişaf siyasətinin aparılmasına təkan verir. Bələdiyyə mülkiyyətinin sosial funksiyasına aid edilən əsas məsələ-yerli əhalinin sosial müdafiəsi məsələsində də yerli özünüidarə mülkiyyəti kənarda qalmır. Belə ki, o, bələdiyyə əhalisinin hər bir üzvünün sosial müdafiə üçün geniş zəmin yaradır. (Əliyev, A.2007: s.77-80).

Bələdiyyələrin mülkiyyətinin idarəetmə funksiyası isə həmin mülkiyyətin formalaşması kontekstində bir qədər diskussiya xarakteri də daşıyır. Belə ki, bu prosesin inkişafına iki baxış bucağından yanaşmaq lazımdır. İlk nəzər nöqtəsi bələdiyyə mülkiyyətinin özünüidarəetmə təbiəti ilə xarakterizə olunur.

Digər bir baxış bucağından yanaşdıqda isə bələdiyyə mülkiyyətinin idarə edilməsində dövlətin təsiredici rolu aşkar olunur. Bütün deyilənlər əsasında bələdiyyə mülkiyyətinin idarəetmə funksiyasının universallığı müəyyən olunur. Təbii ki, bu universallıq da öz növbəsində bələdiyyə mülkiyyətinin formalaşmasında ən müxtəlif səviyyələr üçün əlaqə və münasibətlərin idarəetmə funksiyası tərəfindən əks olunması ilə bağlıdır. İdarəetmədə optimallıq prinsipcə, bələdiyyə mülkiyyətinin formalaşması prosesində təsiri olan müxtəlif daxili və xarici, obyektiv və subyektiv faktorların qarşılıqlı münasibətinin nə dərəcədə dərk olunması ilə müəyyən edilir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Məmmədov, O. (2009). Dövlət sektorunda kadr potensialının təkmilləşdirilməsi yolları.
2. AMEA iqtisadi xəbərlər jurnalı, sayı 5.
3. Bələdiyyə jurnalı, Demokratik Seçkilərə Yardım Mərkəzi.Bakı, 2010.
4. Əliyev, A. (2007). Menecmentin müasir problemləri, Bakı, Şərq – Qərb mətbəsi.
5. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, «Hüquq ədəbiyyatı» nəşriyyatı. Bakı, 200.
6. İbrahimxəlil İbrahimov, "Bələdiyyə idarəçiliyi" dərsliyi. Bakı, 2018.
7. Həsənov, O., İmanov, D., Əhmədov, G. (2013). Dövlət xərclərinin iqtisadi inkişafa təsiri, 12-14 dekabr 2015, iqtisadi artım və ictimai rifah beynəlxalq elmi konfrans, Bakı – Azərbaycan.
8. "Yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyətində Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin rolu" seminarı. Bakı, 2014.

İqtisadi İnkişafın və İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrin İnkişaf Problemlərinin Nəzəri-Konseptual Əsasları

Nurlan Hümbətov

nurlan.humbatow@gmail.com

Xülasə

Müasir dünyada ölkələrin iqtisadi inkişafı xarakterizə edən göstəricilərin sayı müxtəlif və çoxçeşidlidir. Bu göstəriciləri dəyərləndirməzdən öncə iqtisadi inkişafın özünün mahiyyətinə varmaq gərəkli sayılır. İqtisadi ensiklopediyalarda iqtisadi inkişaf geniş təkrar istehsal və iqtisadiyyatın, məhsuldar qüvvələrin, artım və inkişaf amillərinin, elmin, təhsilin, mədəniyyətin, əhalinin həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin, habelə insan kapitalının tədricən keyfiyyət və struktur dəyişikliklərini əks etdirən proses olaraq təyinat alır.

Cəmiyyətin iqtisadi inkişafı çoxplanlı proses olub, iqtisadi artımı, innovasiya iqtisadiyyatını və vençur biznesini, iqtisadiyyatda struktur irəliləyişləri, əmək məhsuldarlığının artımını və əhalinin həyat keyfiyyətini əhatə edir. İnkişaf proseslərinin effektivliyi əksərən iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin, dövlətin özünün və onun institutlarının effektivliyi ilə müəyyən olunur. Dünya ölkələrinin sosial-iqtisadi durumu bir sıra monetar və fiskal parametrlər üzrə də reytinqləşdirilir. Bu sırada hər hansı bir dövlətin borcunu əks etdirən Xarici borc reytinqidir. Dövlət Borcu Reytinqi bir qədər ön sırada dayanır. Dövlət Borcu Reytinqi dövlət borcunun ÜDM-dəki payını əks etdirən reytinq göstəricisidir. Dövlət borcu büdcə defisitini bağlamaq üçün dövlətin maliyyə əvəzləmələrinin nəticəsi olaraq büdcə profisiti çıxılmaqla ötən illərin kəsrləri məbləğlərinin məcmusuna bərabərdir. Dövlət borcu göstəricisi ölkənin maliyyə müstəqilliyini xarakterizə edir.

Bütün bunlarla yanaşı dövriyyədə ölkələrin inkişaf səviyyəsini xarakterizə edən bir sıra digər reytinq və indeks göstəricilərindən də istifadə olunur. Bütün bu hesabatlandırmalarda Azərbaycan Respublikasının da iqtisadi inkişaf səviyyəsi əksini tapır.

Açar sözləri: iqtisadi, istehsal, elm, inkişaf

Giriş

İqtisadi inkişaf-iqtisadiyyat və istehsal qüvvələri, təhsil, elm və mədəniyyətin, insanların həyat səviyyəsinin müntəzəm olaraq keyfiyyət və struktur baxımından müsbət istiqamətdə dəyişməsi ilə xarakterizə olunan iqtisadi prosesdir. İqtisadi inkişaf həm də ictimai əlaqələrin inkişafını nəzərdə tutur və buna görə də tarixən formalaşmış texnoloji və maddi nemətlərin bölgüsünün müxtəlif sistemlərində bir-birindən fərqlənir.

Ölkənin iqtisadi inkişafının əsas göstəriciləri-əhalinin həyat səviyyəsi, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti, ölkənin ümumi daxili məhsulu, ümumi milli məhsulu, adambaşına insan kapitalı və iqtisadi azadlıq indeksidir.

İqtisadiyyatın inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi insan kapitalı və onun yaratdığı yeniliklərdir. İnsan kapitalı deyərkən, insanların təhsil, səhiyyə, elm, əmək şəraiti və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə çəkilən xərclər nəzərdə tutulur.

Ölkənin İqtisadi İnkişafı

Ölkənin iqtisadi inkişafının müəyyən edilməsində mütləq göstəricilərlə yanaşı struktur göstəricilərdən də istifadə olunur. Struktur göstəricilər iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında məşğulluğun nisbəti, yanacaq-enerji balansının strukturu, nəqliyyat növləri üzrə daşınmalar və s. ehtiva edir.

Bundan başqa bu sferada sosial təyinatlı göstəricilər də yer alır. Həmin göstəricilər sosial infrastruktur elementlərini əks etdirərək əhalinin həyat keyfiyyətinin yüksəlişi, rifahı və uzunömürlülük səviyyəsinin artımı, sağlam, aktiv yaradıcı nəslin formalaşması və təkrar istehsalı səciyyələndirilir. Sosial göstəricilər həm də geniş çevrədə sosial siyasətin əsas məqsədlərində ifadə olunan insan inkişafı indeksi, savadlılıq faizi, informatizasiya səviyyəsi, korrupsiyanın yayılması və kölgə iqtisadiyyatı kimi indikatorlarla da əks olunur.

Bununla yanaşı, ölkənin iqtisadi inkişafı, həm də onun dünya təsərrüfatı sistemində iştirakı, inteqrasiyasının bir sıra göstəriciləri ilə xarakterizə edilir. Bu sırada ixrac, idxal və xarici ticarət kvotası, ölkənin xarici ticarət dövriyyəsi və onun dünya ticarət dövriyyəsində xüsusi çəkisi, adambaşına düşən xarici ticarət dövriyyəsi, kapitalın beynəlxalq miqrasiyası proseslərində ölkənin xüsusi çəkisi və digər bu kimi göstəricilər daha mühüm hesab olunur (Hacızadə, 2006: 3).

Müasir reallıqlar belədir ki, qloballaşmanın sürətlə genişləndiyi bir dövrdə dünya ölkələri öz inkişaf səviyyələrini də bu axının pozitiv meyilləri üzərində qurmaq məcburiyyətində qalırlar. Bu çevrədən ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafı bir çox müvafiq sahədə ixtisaslaşmış beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən qlobal indeks və reytinqlərlə dəyərləndirilir.

Hazırda aşağıdakı beynəlxalq təşkilatlar və qurumların reytinq araşdırmaları daha öncül sayılır:

Cədvəl 1. Dünya ölkələrini qlobal indeks və reytinqlərlə dəyərləndirən beynəlxalq təşkilatlar və qurumlar

№	Təşkilatın adı	Yaranma tarixi	Məlumat bazasının adı
1	İsveçrə İqtisad İnstitutu	2002	Qloballaşma İndeksi
2	BMT (İqtisadi və Sosial İşlər Departamentinin Əhali Artımı şöbəsi)	1945	Dünya əhali artımının perspektivləri
3	BMT-nin İnkişaf Proqramı	1965	İnsan İnkişafı Hesabatı
4	Beynəlxalq Valyuta Fondu - BMT-nin ixtisaslaşmış təsisatı	1945	Dünyanın iqtisadi perspektivləri üzrə məlumat bazası
5	İnkişaf etməkdə olan ölkələrə texniki və maliyyə yardımı göstərən beynəlxalq maliyyə təşkilatı	1945	Dünyanın inkişafı göstəricilərinin məlumat bazası
6	ABŞ-n Mərkəzi Kəşfiyyat İdarəsi	1947	Faktlar üzrə dünya kitabı
7	Dünya İqtisadi Forumu - Dünyanın mühüm problemlərinin müzakirəsi üçün təşkil edilmiş İsveçrə (Davos) qeyri-hökumət (beynəlxalq status qazanmış) təşkilatı	1971	Qlobal rəqabətqabililiyyətlilik Hesabatı
8	"İrs" fondu. ABŞ-ın Strateji Tədqiqatlar İnstitutu	1973	İqtisadi azadlıq indeksi
9	"Merser" - İnsan resursları və maliyyə xidmətləri üzrə konsaltinq kompaniyası	1975	Həyat Bahalılığı Reytinqi

10	Maliyyə bazarında analitik tədqiqatlıar aparan kompaniya (ABŞ)	1860	Kredit reytinqi

Mənbə: http://etsim.az/upload/Image/2015, 2015

Dövlətlərin qloballaşma prosesinə qoşulması Qloballaşma İndeksi ilə hesablanır. Qloballaşma indeksi 2 ayrı mənbə-Xarici Siyasət Jurnalı və KOF İsveçrə İqtisad İnstitutu tərəfindən hazırlanmışdır. Lakin, bunlar arasında ən məşhur olanı və ən əhatəlisi KOF İsveçrə İqtisad İnstitutu tərəfindən hazırlanmış KOF Qloballaşma İndeksidir. Bu İndeks yekun qloballaşma indeksi, həmçinin, onun alt-indeksləri-iqtisadi, siyasi və sosial qloballaşma indeksləri üzrə ölkələrin reytinqini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Bütün indekslər 1-100 arası balla qiymətləndirilir. 100 bal ən yüksək, 1 bal ən aşağı qloballaşma səviyyəsini ehtiva edir.

V.M.Kudrovuna görə kapitalist iqtisadiyyatının 5 tipik modeli vardır:

1. Onun gəldiyi nəticəyə əsasən I model Amerikada istifadə olunan modeldir. Həmin model özünütənzimləyən bazar mexanizminə sahib, dövlət mülkiyyətinin xüsusi çəkisi müəyyən qədər azlıq təşkil edən, məhsul istehsalı, xidmət göstərilməsi prosesinə dövlətin müdaxilə etməsi zəif olan iqtisadiyyata əsaslanan bir modeldir. Modelin başlıca üstünlüklərinə dəyişilən bazar konyukturasına uyğunlaşa bilən nəhəng iqtisadi mexanizmin olmağı, kapitalın daha da sərfəli şəkildə istifadə olunması sahəsində geniş imkanlarıyla şərtləşən yüksək dərəcələri innovasiyaya yönləndirilmiş sahibkarlıq aktivliyidir. Məhsuldar olan qüvvələrin yüksək dərəcədə inkişaf etdiyi, xarici və daxili bazarın həcminin böyük olduğu, əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşı olması şəraitində danışılan model daha səmərəli olur.

2. II model I dünya müharibəsindən sonra İsveçdə, Fransada və Almaniyada formalaşdırılıb. Həmin model dünyada sosial istiqamətli bazar iqtisadiyyatı adı ilə məşhurdur. Modeli müəyyən edən əlamətlərə güclü sosial təminatlılıq, ölkənin milli bazar təsərrüfatına aktiv şəkildə təsir tməsi, ÜMM-də dövlət mülkiyyətinin çəkisinin çoxluğu aiddir. Bu modelin səmərəli və yüksək nəticə verməsi üçün kapital və əmək arasında ciddi balans saxlanılmalıdır. Belə balans təmin olunduqda modelin səmərəsi azala bilər. İkinci modelin uyuşqanlığı müəyyən qədər aşağıdır, iqtisadi konyukturaya zəif köklənir.

3. Bazar iqtisadiyyatının III modeli Yapon modelidir. Onun başlıca xüsusiyyətlərinə milli məqsədlərin əldə olunması xatirinə kapitalın, əməyin və dövlətin səmərəli və dəqiq şəkildə qarşılıqlı əlaqəsi, istehsalda patriotluq və kollektivlik, insan amilinə arxalanmaq daxildir. Sözügdən model Uzaq Şərqdə, Cənub-Şərqi Asiyada və Hon-Konqun, Tayvanın, Cənubi Koreyanın, Sinqapurun iqtisadi inkişaf təcrübəsində geniş yayılmışdır.

4. IV model Latın Amerikasının modelidir. Bu modelin başlıca fərqləndirici xüsusiyyətlərinə ölkənin iqtisadiyyata güclü müdaxiləsi, həmçinin, təsərrüfat əlaqələri də daxil edilməklə cəmiyyətin kriminallaşması, istehsalın ucuz işçi qüvvəsinə, təbii resurslara və qabaqcıl ölkələrin irəli sürdüyü tələblərin ilkin olaraq həyata keçirilməsi nəzərdə tutan istiqamətlərə istiqamətlənməsi aiddir.

5. Kapitalist iqtisadiyyatının beşinci modeli-Afrika modeli adlanır. Bu modelin əsasını mülkiyyətin müxtəlif formada olması və bazar münasibətləri təşkil edir. Bu modeli istifadə edən Afrika ölkələrində hər şeydən əvvəl savadsızlıq və hətta istər müəssisə və firmalar miqyasında və istərsə də bütövlükdə dövlət səviyyəsində təsərrüfat proseslərinin idarə edilməsi və tənzimlənməsində acizlik gözə dəyir.

Hiss olunur ki, inkişaf etmiş kapitalist ölkələrinin köməyi olmasa onlar özlərinin müasir iqtisadiyyatını qurmaqda çətinlik çəkirlər.Afrika iqtisadi modelinin xarakterik cəhətlərinə ixtisassız əməyin israfçılıqla istismarı, "yuxarıları"n güc işlətmə üsulları ilə əməyə və istehsala birbaşa müdaxiləsi, əmək münasibətlərinin və demokratiyanın inkişaf etməməsi, həddinnən aşağı səmərəlik və s. daxildir.

İnkişaf etməkdə olan dövlətlərin sənayecə inkişaf etmiş dövlətlərə uzun müddətli "bağlılığı", onların dünya təsərrüfatında iştirakına ziddiyət təşkil edir. Bu inkişaf etməkdə olan ayrı-ayrı ölkələrin bərabər olmayan iqtisadi inkişafı ilə bağlıdır.

İnkişaf etməkdə olan dövlətlər və inkişaf etmiş dövlətlər arasında olan iqtisadi potensialda müəyyən fərqlər bu günün reallıqlarıdır. Ancaq, inkişaf etməkdə olan ölkələrin öz rolunu artırmadan dünya təsərrüfatında ziddiyətlər və problemlər nəinki azalar, daha da artar. Başqa tərəfdən, sənayecə inkişaf edən ölkələr mübahisə edilməz istehsal, elmi-texniki təchizat səviyyəsinə əsasən iqtisadi üstünlüyə sahibdir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr (developing countries) - zəif inkişaf etmiş iqtisadiyyata, yüksək olmayan iqtisadi potensiala, aşagı standartlı istehsal, xidmət və sosial duruma malik olan ölkələr.

Xarakterik cəhətləri (www.turansam.org › makale, 2010):

- İqtisadi inkişafın mütləq və nisbi aşağı göstəriciliyi;
- İqtisadiyyatın çoxukladlı xarakterliyi;
- Kiçik əmtəəlikdən inhisarçılığa qədər istehsal;
- Texniki və texnoloji gerilik;
- Dünya təsərrüfatından asılılıq;
- İxrac potensialı xammal təyinatlı;
- İstehsal və sosial infrastrukturu, istehsal gücləri aşağı səviyyəli;
- Yoxsulluq, yüksək işsizlik, aşağı səviyyəli təhsil;
- Patriarxal mentalitet və korrupsiya.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə adətən emal sənayesinin ÜDM-də payı 10%-i aşmır köhnə düşüncəlilik xasdır və bazar münasibətləri quruculuğu əksərən "immitasiya" xarakterlidir, sənayesi və iqtisadiyyatın digər strukturları ümumilikdə qeyri-mütərəqqi quruluşludur və onlara modernizasiyaya hazırlıqsızlıq xüsusiyyəti xasdır.

Qloballaşma Dünyanın İnkişafı

Müasir anlamda qloballaşma mənasını ehtiva edən proses yeni bir hadisə sayıla bilməz. Ancaq, sadəcə SSRİ və onun qurmuş olduğu sosialist ölkələri bloku dağıldığı zamandan sonra II minilliyin sonlarında real qloballaşma mümkün olmuşdur (Боброва, Кальвина, 2004: 105). Qloballaşma indi bütün dünyanı ağuşuna almış mürəkkəb bir proses kimi qiymətləndirilməkdədir. Dünya kapitalist sisteminin yeni tarixi mərhələsini ifadə edən qloballaşma sanıldığı kimi heç də, bir formalı proses deyil. İqtisadi qloballaşmanın ön plana çıxması ilə birlikdə, kapitalist sistemini hərtərəfli əhatə edən qloballaşma əsasən üç sahədə bir-birini tamamlayaraq genişlənməkdədir. Bunlar iqtisadi, siyasi və mədəni sahələrdir. Bu sahələr adlarına müvafiq olaraq qloballaşmanın bir-biri ilə əlaqəli olan 3 əsas formasını

təşkil edir. Lakin sözün həqiqi mənasında iqtisadi qloballaşma hazırda onun başlıca forması olaraq qalmaqdadır (Şükürov, 2006: 47).

İstehsalın qloballaşması istehsalın xərc və keyfiyyət üstünlüklərindən yararlanmaq üçün müəssisələrin öz məhsullarını müxtəlif ölkələrdə istehsal etməsidir. Başqa sözlə parçaları ayrı-ayrı ölkələrdən mənbələnən vahid məhsulun yaranmasıdır. Misal üçün "Boinq" şirkətinin son hava gəmilərindən biri olan "Boinq-777" 132500 əsas komponentdən təşkil olunmuşdur ki, bunlar da dünyanın müxtəlif ölkələrinə mənsub olan 545 təchizatçı tərəfindən təmin edilmişdir və bu artıq qlobal istehsal torunun var olmasının əyani sübutudur. Ona görə də bu gün dünyada TMŞ-lər tərəfindən istehsal olunan məhsulları konkret olaraq amerikan malı, alman malı, fransız malı, yapon malı deyil, dünya malı kimi xarakterizə etmək daha doğru olar.

İqtisadi qloballaşma kapitalın hərəkətini sürətləndirən və yeni ideyaların tətbiqini təmin edən vahid qlobal maliyyə və informasiya məkanının formalaşması və inkişafı prosesidir. Tanınmış alim Manuel Kastels qlobal iqtisadiyyatı bütün planet miqyasında real zaman rejimində işləmək qabiliyyəti olan vahid iqtisadi sistem kimi xarakterizə etmişdir. Manuel Kastelsə görə dünya iqtisadiyyatının qloballaşması anlayışı dünya təsərrüfatının inteqrasiyası anlayışından daha genişdir.

İqtisadi qloballaşmanın başlıca hərəkətverici qüvvəsini isə barəsində yuxarıda da bəhs olunan, dövlət sərhədləri ilə hesablaşmadan öz istehsalını qurmaq üçün hara faydalıdırsa oraya da kapitalını qoyan TMŞ-lər təşkil edir. Bu zaman TMŞ-lərin mənfi təsirlərinin qarşısını almaq üçün qlobal səviyyədə tədbirlərin görülməsi ön plana çıxır. Bu barədə Portuqaliyanın baş naziri olmuş Antonio Qutyerresin fikirləri ilə razılaşmaq olar. O, hesab edir ki, TMŞ-lərin eqoizminə qarşı güclü regional blokların iradəsini və dünya miqyasında əlaqələndirilmiş səmərəli siyasəti qoymaq olar və o, buna uğurlu misallar çəkir: "Kiçik və hətta böyük dövlət TMŞ kimi nəhənglərə qarşı təkbaşına müqavimət göstərə bilməz, Avropa Birliyi və Şimali Amerika dövlətlərini birləşdirən NAFTA isə bunu bacarır". TMŞ-lər qloballaşan dünyanın əsas oyunçularıdır (https://www.economy.gov.az/article, 2017).

Lakin həmin proseslərdə mühüm rolu təkcə onlar deyil, milli dövlətlər, həmçinin, müxtəlif dövlətlərarası institutlar, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı, Dünya Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı, eləcə də qeyri-hökumət təşkilatları, beynəlxalq, regional və milli təşkilatlar, vətəndaş cəmiyyətinin birlikləri və xüsusi ilə də kütləvi informasiya vasitələri oynayırlar.

Bazar iqtisadiyyatının üçüncü modeli Yapon modeli adlanır. Onun əsas xüsusiyyətlərinə milli məqsədlərin əldə edilməsi xatirinə əməyin, kapitalın və dövlətin (həmkarların,sənayeçilərin, maliyyəçilərin və dövlətin) dəqiq və səmərəli qarşılıqlı əlaqəsi, istehsalda kollektivlik və patriotluq, insan amilinə güclü arxalanmaq daxildir. Bu model Cənubi-Şərqi Asiyada və Uzaq Şərqdə və xüsusilə də Asiyanın cavan "pələngləri" adlanan Hon-Konqun, Sinqapurun, Tayvanın, Cənubi Koreyanın iqtisadi inkişaf təcrübələrində geniş yayılmışdır.

Dünya inkişafının müasir mərhələsinin başlıca meyli məhz miqyası getdikcə böyüyən qloballaşmadır. Əgər cəmiyyət ötən əsri elmi inkişafın nailiyyətlərinin yaratmış olduğu xoş ümidlərlə qarşılamışdısa, qloballaşma prosesi çox vaxt heç də nikbinlik doğurmur (Əliyev, 2001:5). Bu birmənalı və mürəkkəb qiymətləndirilməyən prosesin perspektivləri bütün bəşəriyyəti düşündürür.

Qloballaşma ölkələrin sabit inkişafının, bütövlüyünün, idarəetmə sistemlərinin stabilliyinin təmin edilməsinə, iqtisadi münasibətlərdə ayrı-seçkiliyin götürülməsinə, xalqların rifah halının yaxşılaşdırılmasına kömək etməlidir. Beynəlxalq hüquq norma və prinsiplərinin aliliyi, qarşılıqlı etimadla yanaşı hər ölkənin səciyyəvi milli cəhətlərinin nəzərə alınması bu prosesin müəyyənləşdirici istiqamətləri olmalıdır.

XX əsrin sonunda iqtisadi qloballaşmanın və liberal fundamentalizmin əsaslarını yaradan "Vaşinqton konsensusu" dünya təsərrüfatına güclü təsir göstərmişdir. Dünya iqtisadi siyasəti layihəsi Beynəlxalq Valyuta Fondu və digər beynəlxalq maliyyə institutları tərəfindən qeyri-qərb dövlətlərinə münasibətdə reallaşdırılmış və "Vaşinqton konsensusu" adını almışdır. "Vaşinqton konsensusu"nu yaradarkən ABŞ maliyyə nazirliyinin, Beynəlxalq Valyuta Fondunun və Dünya Bankının rəhbərləri dünya ticarətinin yolu üzərində duran gömrük və digər baryerlərin aradan qaldırılması haqqında razılığa gəlmişlər.

"Vaşinqton konsensusu"na əsasən iqtisadiyyatda islahatların aparılması üçün bir sıra təkliflər işlənib hazırlanmışdır. Lakin, "Vaşinqton konsensusu" qlobal iqtisadiyyatın böhranı ilə başa çatdı. Onun da başlanğıcını 1997-ci ildə baş vermiş Asiya maliyyə böhranı qoymuşdur. Beynəlxalq Valyuta Fondunun səhv təklifləri əsasında əvvəlcə Latın Amerikası, Şərqi Asiya və Şərqi Avropa iqtisadiyyatı çox böyük ziyan çəkdi. Bu isə ABŞ-ın geosiyasi və geoiqtisadi maraqlarına uyğun idi. Çox az bir müddət keçdikdən sonra maliyyə böhranı dalğası Amerika iqtisadiyyatına da təsir etdi. Şərqi Avropanın bir çox iqtisadçıları "Vaşinqton konsensusu" modelinin tətbiqinin əleyhinə çıxdılar. Çünki həmin model dövləti iqtisadiyyatdan ayırmışdır.

Metod

Tədqiqat işinin araşdırılması və təhlil olunması edilməsi məqsədilə mövzu yazılarkən müşahidə, müqayisəli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə, analiz və s. kimi tədqiqat üsullarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Ölkənin iqtisadi inkişafının əsas göstəriciləri qismində Ümumi Daxili Məhsul, Ümumi Milli Məhsul (ÜMM) və Milli Gəlir (MG), ÜDM-in adambaşına düşən miqdarı, əhalinin həyat səviyyəsinin keyfiyyəti və səviyyəsi, iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyi, insan kapitalı və iqtisadi azadlıq indeksləri çıxış edirlər. Bu göstəricilər sırasında ÜDM, ÜMM və MG ön mövqedə dayanaraq mütləq göstəricilər hesab olunur.

Nəticə

Faktlar göstərir ki, iqtisadi qloballaşma mədəni və ya siyası qloballaşmadan daha sürətlə gedir. Reallıq odur ki, qloballaşma dünyanı vahid iqtisadi məkan olaraq nəzərdə tutur, ancaq onun mahiyyəti sadəcə iqtisadi bütövləşməylə məhdudlaşmır. Qloballaşma həmçinin hərbi-siyasi, mədəni, sosial, elmi-texniki bütövləşməni şərtləndirən bir faktora çevrilmişdir. Ona görə də belə hesab etmək olar ki, qloballaşmanın növbəti mərhələsində siyasi qloballaşma ön plana çıxacaqdır. İqtisadi, həmçinin siyasi qloballaşma isə mənəvi-mədəni dəyərlərin ciddi şəkildə təsirə məruz qalmasına səbəb olacaq. Qloballaşma yalnız bütün müxtəlifliyi ilə bəşər nəslinə mənsubluğumuza əsaslanan ümumi gələcəyin formalaşdırılması sahəsində irimiqyaslı və təkidli səylərimizin nəticəsində tam, hərtərəfli və ədalətli xarakterə malik ola bilər.

Qloballaşma Azərbaycan Respublikasının qarşısında da çox böyük perspektivlər açır. 1994-cü ildə imzalanan"Əsrin müqaviləsi", "Bakı-Tbilisi-Ərzurum" qaz və "Bakı-Tbilisi-Ceyhan" neft kəmərlərinin reallaşdırılması, "Bakı-Tbilisi-Qars" dəmir yolu xətti layihəsinin həyata keçirilməsi

istiqamətində atılan uğurlu addımlar, tarixi İpək yolunun bərpa edilməsində Azərbaycanın iştirakı ölkəmizin dünya iqtisadi məkanına inteqrasiya etməsinin artıq real həyat hadisəsi olaraq təzahür etməsinin göstəricisinə çevrilmişdir. Bunun da az əhəmiyyəti yoxdur. Qloballaşma cəmiyyətin, ayrı-ayrı fərdlərin qarşısındakı əsas məqsəd və vəzifələri müəyyən edri. Bu məqsədlərə çatmaq məqsədilə cəmiyyətin bütün daxili ehtiyatlarını səfərbər etmək zəruridir-vətəndaşlar başa düşməlidir ki, dövlətin reallaşdırdığı islahatların nəticəsi onun da öz vəzifələrini yüksək peşəkarlıqla yerinə yetirməyə hazırlığından, həmçinin vətəndaş kimi mövqeyini bildirməsindən asılı formadadır.

Ədəbiyyatlar

1. Əliyev H.Ə. (2001) “Azərbaycan XXI əsrin və üçüncü minilliyin ayrıcında”, Bakı, “Sabah”, 455 səh.
2. Hacızadə E.M. (2006) “Sosiallaşan iqtisadiyyat”, Bakı, “Elm”, 509 s.
3. Hacızadə E.M. (2011) “Dünya iqtisadiyyatı”, Bakı, “Maarif”, 329 s.
4. Hacızadə E.M., Bağırzadə E.R. (2011) “Azərbaycan iqtisadiyyatının dünyadakı reytinqi”, Bakı, “Elm”, 128 s.
5. Şükürov A.M. (2006) “Qloballaşmış cəmiyyətlər: dünən, bu gün və sabah”, Bakı, Elm, 347 s.
6. Боброва В.В., Кальвина Ю.И. (2004) “Мировая экономика», Оренбург: ГОУ ОГУ, 208 стр.
7. http://etsim.az/upload/Image/2015, 2015
8. https://www.economy.gov.az/article/az%C9%99rbaycanda-iqtisadi, 2017
9. www.turansam.org › makale, 2010

Keyfiyyətin İdarə Edilməsi Sisteminin Fəaliyyət Prinsipləri

Elgün Məmmədov

elqun.memmedov.2017@inbox.ru

Xülasə

Keyfiyyət menecmenti - keyfiyyət tələblərini yerinə yetirmək üçün istifadə olunan əməliyyat xarakterli üsul və fəaliyyətlər.

Keyfiyyət menecmenti - keyfiyyətin lazımi səviyyəsini yaratmaq, təmin etmək və qorumaq üçün məhsulların yaradılması və istismarı və ya istehlakı zamanı həyata keçirilən tədbirlər.

Bir məhsulun və ya xidmətin keyfiyyət menecmenti, istehlakçıların tələblərinə cavab verən lazımi keyfiyyət səviyyəsini yaratmaq, təmin etmək və qorumaq üçün məhsul və ya xidmətin yaradılması və istifadəsi zamanı həyata keçirilən idarəetmə obyektlərinə təsir etmə prosesidir.

Müasir keyfiyyət menecmenti məhsul istehsal edildikdən sonra keyfiyyət idarəetmə fəaliyyətinin təsirli ola bilməməsindən irəli gəlir, bu fəaliyyətlər istehsal prosesində aparılmalıdır. İstehsal prosesindən əvvəl keyfiyyət zəmanəti də vacibdir.

Keyfiyyət menecmenti nəzəriyyəsi və praktikasında iki problem müəyyən edilir: məhsul keyfiyyəti və keyfiyyətin idarə edilməsi.

Bu gün keyfiyyət menecmentində, şirkətlərdə sertifikatlaşdırılmış keyfiyyət menecmenti sisteminin olması böyük əhəmiyyət kəsb edir, bu da məhsul keyfiyyətinin yüksək dayanıqlığı və sabitliyinin təminatıdır. Keyfiyyət sistemi üçün sertifikat bazarda rəqabət üstünlüklərini qorumağa imkan verir.

İdarəetmə obyekti kimi keyfiyyət idarəetmənin bütün komponentləri ilə xarakterizə olunur: planlaşdırma, təhlil, nəzarət.

Məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi sistematik şəkildə həyata keçirilməlidir, yəni şirkət məhsul keyfiyyəti idarəetmə sistemini formalaşdırmalı və fəaliyyət göstərməlidir. Azərbaycanda, ilk növbədə müdafiə sənayesi və avtomobil sənayesində paylanan müxtəlif keyfiyyət idarəetmə sistemləri hazırlanmışdır.

Bu məqalədə Keyfiyyətin idarə edilməsi sisteminin fəaliyyət prinsipləri nəzərdən keçirilir. " Keyfiyyətin idarə edilməsi sisteminin fəaliyyət prinsipləri" anlayışının təhlili verilir, müxtəlif müəlliflərin fikirləri əsasında nəticələr çıxarılır.

Açar sözləri: Keyfiyyət, rəqabət qabiliyyəti, İSO

Giriş

Son zamanlarda keyfiyyət, rəqabət qabiliyyəti və məhsul təhlükəsizliyi kimi anlayışlarla getdikcə daha çox istifadə edirik, məhsulun sertifikatlaşdırılması haqqında danışırıq, qanunlara və istehlakçıların müdafiəsinə riayət etməyi tələb edirik. Bütün bunlar mal və xidmətlərin keyfiyyətinə münasibətimizin dəyişməsinə dəlalət edir. Bazar şəraitində, məhsul və ya xidmətlərin rəqabət qabiliyyətini təmin edə bilmədiyi təqdirdə heç bir investisiya müəssisəni xilas edə bilməz və buna görə də alıcılar və müştərilər keyfiyyətə üstünlük verirlər. Keyfiyyət zəmanəti aydın keyfiyyət idarəçiliyini tələb edir. Beləliklə, həqiqəti dərk edən müəssisələrin keyfiyyət menecmentinə olan marağı: işin təşkili səviyyəsinə cavab verən keyfiyyətli iş sistemi (keyfiyyət sistemi) tətbiq edilmədən məhsul keyfiyyətinin sabit təmin edilməsinə inanmaq olmaz. Ümumi keyfiyyət menecmenti həyata keçirilərkən müəssisənin işində əsas şey məhsulun keyfiyyətinə olan tələblərin qeyd-şərtsiz yerinə yetirilməsidir. Bazar şəraitində müəssisənin davamlı və səmərəli fəaliyyətini təmin etmək üçün əsas rəqabətqabiliyyətlilikdir və buna görə tələb olunan məhsul keyfiyyətinin dayanıqlığıdır. Məhsul keyfiyyəti, təyinatına uyğun olaraq müəyyən ehtiyacları ödəmək üçün uyğunluğunu müəyyən edən xüsusiyyətlərin birləşməsidir. Məhsulların keyfiyyətini artırmaq hər birliyin, müəssisənin, emalatxananın və saytın ən vacib

vəzifəsidir. Təşkilatların (müəssisələrin) məhsulları dünya standartlarının tələblərinə cavab verməlidir. Məhsul keyfiyyəti yalnız özəl problem deyil, ayrı-ayrı istehsalçılar üçün milli problemdir.

Rəqabət, bazar vəziyyətindəki hər hansı bir dəyişikliyə cavab verən, təşkilatların yeni bazar şərtlərinə uyğunlaşmasını stimullaşdıran incə bir mexanizmdir. Mal istehsalında və xidmətlərin göstərilməsində ən yüksək nisbətlərə istiqamətlənmə Azərbaycan iqtisadiyyatının bütün subyektləri üçün strateji fəaliyyət sahəsinə çevrilməlidir.

Keyfiyyərin idarə edilməsi sistemi

Keyfiyyət fəlsəfəsinin tarixi müəssisənin iki əsas hədəfi - məhsulların keyfiyyətinin təmin edilməsi və istehsal səmərəliliyinin artırılması arasında qarşılıqlı təsir nəticəsində inkişaf edən dörd mərhələ ilə təmsil olunur:

1) imtina mərhələsi;
2) keyfiyyətə nəzarət mərhələsi;
3) keyfiyyət idarəetmə mərhələsi;
4) keyfiyyət planlaşdırma mərhələsi.

Müasir keyfiyyət fəlsəfəsinin formalaşmasının əsas mərhələlərini nəzərə alaraq dörd üst-üstə düşən və davam edən mərhələləri (anlayışları) ayırmaq olar ki, bu da istehsalçının daxili və xarici məqsədləri arasındakı ziddiyyətlərin təzyiqi altında inkişaf etmiş, dialektika qanunlarına uyğun olaraq: məhsulların keyfiyyətini təmin etmək və buna uyğun olaraq istehsalçının bazardakı mövqeyini gücləndirməkdir:

1) keyfiyyətə nəzarət;
2) keyfiyyət zəmanəti;
3) keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi.

Keyfiyyətə nəzarət əməliyyat prosesinin nəticələrini yoxlamaq və sınaqdan keçirməyə əsaslanır. Adətən bu işi ixtisaslaşmış mütəxəssislər (nəzarətçilər) həyata keçirirlər. Hazır məhsullar ya qəbul edilərək müştəriyə göndərilir, ya da rədd edilir. Qüsurlu məhsullar azaldılmış qiymətə satıla bilər, düzəliş üçün istehsalına qaytarılır və ya bərpa olunmayan evlilik elan edilir və qırıntılara göndərilir. Belə nəzarət sistematik və çox ciddi şəkildə aparılmasa, istehlakçının uyğun olmayan mal alması ehtimalı yüksəkdir. Ancaq hərtərəfli nəzarət olmasına baxmayaraq, nəzarətçinin özündən bir şey qaçırması və daşınması üçün uyğun olmayan mallara imza atması şansı var (Mehdiyev, 2007: 103).

“Keyfiyyət zəmanəti” nin aşağıdakı tərifini verir: “keyfiyyət tələblərinin yerinə yetiriləcəyinə inam yaratmağa yönəlmiş keyfiyyət menecmentinin bir hissəsi.”

Bu tərif yalnız istehlakçı güvəninə aid deyil. Aydındır ki, keyfiyyət zəmanəti daxili və xarici məqsədlərə can atır.

Buradakı daxili aspekt: təşkilat daxilində keyfiyyətə zəmanət idarəetməyə inam verir. İstehlakçıların tələbləri barədə bir anlayışın olduğuna və bu tələbləri ən aşağı qiymətə ödəməyin və beləliklə davamlı bir qazanc əldə etməyinizə inam yaradır.

Xarici aspekt: təşkilat daxilində keyfiyyət təminatı, istehlakçılar arasında etimad oyandırır.

Keyfiyyət zəmanətinin tərifini nəzərə alsaq görərik ki, burada əsas sual məhsulların nə olduğunu və onların keyfiyyətinə olan tələbləri müəyyən etməkdir.

Müasir istehsalda keyfiyyət menecmenti maliyyə, investisiya, istehsal, sosial və s. ilə birlikdə təşkilatın ümumi idarəçiliyində aparıcı yer tutur. Müəyyən bir miqyası olan bir çox Azərbaycan müəssisəsində müntəzəm keyfiyyət sisteminin olmaması, idarəetmə qaynaqlarının bazarda rəqabət mövqeyini tutması üçün kifayət etməməsinə səbəb olur. Nəticə etibarilə, bazarda lider mövqe tutmağa çalışan müəssisə, təşkilati strukturun, metodların, proseslərin və mənbələrin effektiv işləməsini təmin etmək üçün keyfiyyət menecmenti sistemində məlumatların effektiv işlənməsi vasitələrini, metodlarını və vasitələrini əhatə etməlidir. Aydındır ki, keyfiyyətin idarəetmə sistemində məlumatların işlənməsi alqoritmi nə qədər səmərəli olarsa, şirkətin bazarda mövqeyi bir o qədər etibarlıdır.

İSO 9000 seriyalı standartlar keyfiyyətin idarə olunması ideologiyasını əks etdirir. Bu ideologiya istənilən təşkilatda keyfiyyətli bir sistemin qurulması və inkişafı üçün əsasdır. Keyfiyyətin idarə edilməsi sistemi 8 prinsipə əsaslanır. Keyfiyyət menecmenti prinsipləri kifayət qədər qısa şəkildə tərtib edilmişdir, lakin prinsiplərin sözlərində əks olunan fikir daha sonra İSO 9001-in xüsusi tələblərində inkişaf etdirilir. Hər prinsip standartın tələblərinin bir neçə blokunda açıqlana bilər.

İlk dəfə olaraq keyfiyyət menecmenti prinsipləri 2000-ci il versiyasında standartların mətninə daxil edilmişdir. Bu prinsiplər ISO 9000: 2000, Keyfiyyət İdarəetmə Sistemində tərtib edilmişdir (Ильенковой, 2010:96).

ISO 9000: 2000 “Keyfiyyət İdarəetmə Sistemləri. Əsas məqamlar və lüğət ” keyfiyyət menecmentinin səkkiz prinsipini elan edir; keyfiyyət menecmenti sistemlərinin əsas müddəalarını təsvir edir və keyfiyyət menecmenti sistemlərinin terminologiyasını təyin edir.

ISO 9001: 2000 “Keyfiyyət İdarəetmə Sistemləri. Tələblər” təşkilatın müştəri tələblərinə və tətbiq olunan məcburi tələblərə cavab verən məhsulları təqdim etmək qabiliyyətini nümayiş etdirməsi lazım olan və müştəri məmnuniyyətini artırmağa yönəldilən hallarda keyfiyyət menecmenti sistemlərinə tələbləri müəyyənləşdirir.

İSO 9004: 2000 “Keyfiyyət İdarəetmə Sistemləri. Fəaliyyətin təhlili və təkmilləşdirilməsi qaydaları” İSO 9001-dən fərqli olaraq keyfiyyət menecmenti sisteminin daha geniş məqsədlərinə, xüsusən də təşkilatın fəaliyyətinin və səmərəliliyinin davamlı şəkildə yaxşılaşdırılması üçün metodiki köməklik göstərir. Bu standartın məqsədi təşkilatın fəaliyyətini və müştərilərin və digər maraqlı tərəflərin məmnuniyyətini yaxşılaşdırmaqdır, lakin bu standart sertifikatlaşdırma və ya müqavilə məqsədləri üçün nəzərdə tutulmayıb.

İSO 19011: 2002 2Keyfiyyət menecmenti sistemlərinin və ətraf mühitin mühafizəsi auditi üçün Təlimatlar” keyfiyyət menecmenti sistemlərinin və ətraf mühitin mühafizəsi üzrə audit (yoxlama) qaydalarını özündə birləşdirir.

İSO 9000 seriyalı standartların konseptual əsasları, təşkilatın təhlil edilməli və davamlı olaraq təkmilləşdirilməli olan bir şəbəkə vasitəsi ilə məhsulun keyfiyyətini yaratması, təmin etməsi və yaxşılaşdırmasıdır. Prosesin düzgün idarə edilməsini, şəbəkədəki proseslər arasında qarşılıqlı əlaqənin təşkilini təmin etmək üçün İSO 9000 hər bir prosesin "sahibi" - bu prosesə cavabdeh şəxs olmalı olduğunu güman edir. Bu "sahibi", məsuliyyət və səlahiyyət prosesinin bütün iştirakçılarının aydın şəkildə anlaşılmasını təmin etməli, müəssisənin bir neçə funksional bölməsini əhatə edən problemlərin həllində qarşılıqlı fəaliyyət göstərməlidir (Адлер, Черных, 2011:48).

Əsasən ISO 9000 standartlarının tətbiq olunduğu vəziyyətlər:

• müəssisədə keyfiyyət sistemi qurarkən metodik material kimi; Bununla birlikdə İSO 9000 standartlarından istifadə təşkilatın rəqabət qabiliyyətini, fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini artıracaqdır;

• təchizatçı və istehlakçı arasında müqavilə bağlayarkən keyfiyyətin sübutu kimi; bu vəziyyətdə istehlakçı müqavilədə təchizatçı müəssisədə müəyyən proseslərin və çatdırılma üçün təklif olunan məhsulların keyfiyyətinə təsir edən keyfiyyət sisteminin müəyyən elementlərinin İSO 9000 standartlarına uyğun olmasını tələb edə bilər;

• istehlakçı təchizatçı müəssisənin keyfiyyət sistemini qiymətləndirdikdə; bu vəziyyətdə istehlakçı, təchizatçı tərəfindən qurulmuş sistemin ISO 9000 ailəsindən müəyyən bir standarta uyğunluğunu qiymətləndirir; Bununla birlikdə, təchizatçı müəyyən bir standarta uyğunluğunun rəsmi tanınmasını ala bilər;

• qeydiyyatdan keçmiş bir sertifikatlaşdırma orqanı tərəfindən keyfiyyət sisteminin qeydiyyatı və ya sertifikatlaşdırılması zamanı; eyni zamanda, təchizatçı keyfiyyət sisteminin bütün istehlakçılar üçün İSO 9000 standartlarına uyğunluğunu təmin etməyi öhdəsinə götürür - istehlakçı üçün bu, təchizatçının texnoloji cəhətdən əlverişli olduğunun kifayət qədər sübutudur və istehlakçı bu vəziyyətdə keyfiyyət sistemini ümumiyyətlə qiymətləndirmir.

İSO 9000: 2000 seriyasının beynəlxalq standartları keyfiyyət məqsədlərinə çatmaq üçün müəssisənin idarə edilməsi və istehsal proseslərinin səkkiz prinsipini müəyyənləşdirir. Keyfiyyət menecmenti prinsipi, bütün maraqlı tərəflərin tələblərinə cavab vermək üçün təşkilatın davamlı inkişaf prosesinin idarə edilməsi və idarə edilməsinin hərtərəfli fundamental qaydasıdır.

Əsas fəaliyyət prinsipləri

1) Müştəriyə yönəlmiş təşkilat - təşkilat müştərilərindən asılıdır və buna görə də müştərinin cari və gələcək ehtiyaclarını anlamalı, müştəri tələblərini yerinə yetirməli və müştəri gözləntilərini aşmağa çalışmalıdır.

Prinsip deyir ki, hər hansı bir təşkilat müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək üçün yaradılır. Keyfiyyət menecmenti baxımından təşkilatın bütün hərəkətləri müştərilərin ehtiyaclarını müəyyənləşdirməyə, başa düşməyə və təmin etməyə yönəldilməlidir.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- bazardakı dəyişikliklərə daha çevik və sürətli reaksiya səbəbiylə gəlir və bazar payının artması;
- müştəri məmnuniyyətinin artması səbəbindən təşkilatın mənbələrindən istifadənin səmərəliliyinin artırılması;
- müştəri sədaqətinin artırılması və bununla da təkrar sifarişlərin artması.

2) Liderlik prinsipi - liderlər məqsəd, istiqamət və təşkilatın daxili mühitini yaradır. İnsanlar təşkilatın məqsədlərinə çatmaqda tam iştirak edə biləcəyi bir mühit yaradırlar.

Təşkilatın məqsədlərinə təsirli şəkildə nail olmaq üçün rəhbərliyi yalnız məqsədlərinə çatmaq istəməməli, həm də bu hədəflərə çatmaqda lider olmalı, bu məqsədlərə çatmaqda bütün digər işçilərə nümunə olmalıdır.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

• təşkilatın işçiləri təşkilatın məqsədlərini bölüşməyə başlayırlar, buna görə məqsədlərinə çatmaq üçün daha çox həvəslənəcəklər;

• təşkilatda hər hansı bir hərəkəti vahid ardıcıl prinsiplər əsasında qurmaq, həyata keçirmək və qiymətləndirmək imkanı var;

• bir təşkilatda müxtəlif səviyyələrdə hökumət arasındakı uyğunsuzluq və anlaşılmazlıqlar azalır.

3) İşçilərin iştirakı - bütün səviyyələrdə çalışanlar təşkilatın əsasını təşkil edir və onların tam iştirakı təşkilata öz qabiliyyətlərindən faydalanaraq istifadə etməyə imkan verir.

Bir təşkilatda olan insanlar yalnız işlərinə həvəsli olduqda, onlar üçün maraqlı olduqda yaxşı və effektiv işləyə bilərlər. Keyfiyyətli hədəflərə çatmaq üçün təşkilat insanların gördükləri işlərə maksimum maraq göstərmələri üçün şərait yaratmalıdır. Buna effektiv kadr idarəçiliyi ilə nail olmaq olar (Адлер, Щепетова, 2012:66).

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- işçilərin təşkilatın bütün proseslərində fəal iştirakı və iştirakı var, bu da işlərinin səmərəliliyini artırır;
- işçilər təkliflərin hazırlanmasında və işlərində və bütövlükdə təşkilatın işində yeniliklərin tətbiqində maraqlı olurlar, bu da təşkilatın hədəflərinə daha sürətli çatmasına kömək edir;
- işçilərin öz təklifləri və yenilikləri üçün həqiqi bir məsuliyyəti var;
- işçilər özləri iştirak etməyə çalışırlar və təşkilatdakı davamlı inkişaf prosesinə kömək edirlər.

4) Proses yanaşması - müvafiq resurslar və fəaliyyətlər bir proses kimi idarə edildikdə istədiyiniz nəticə daha səmərəli şəkildə əldə edilir.

Təşkilatda hər hansı bir fəaliyyət bir proses kimi nəzərdən keçirilməlidir, buna görə dəqiq müəyyənləşdirilmiş və birmənalı giriş, çıxış, mənbələr, əməliyyatlar və bütün bu komponentlərin əlaqəsi olmalıdır.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

• resurslardan daha səmərəli istifadə səbəbindən xərclər azalır və istehsal dövrü azalır;

• işin nəticələri proqnozlaşdırıla bilən, təkrar edilə bilən hala gəlir və ehtiyac yaranarsa yaxşılaşdırıla bilər;

• təkmilləşdirmə imkanlarına üstünlük verilir.

5) İdarəetməyə sistemli bir yanaşma - təşkilatın səmərəliliyinə töhfə verən qarşılıqlı əlaqəli proseslər sisteminin müəyyənləşdirilməsi, başa düşülməsi və idarə edilməsi.

Bu prinsip, təşkilatdakı proseslərin və sistemlərin qarşılıqlı əlaqəsini nəzərə alaraq, hər hansı bir nəzarət tədbirinin həyata keçirilməsini təklif edir.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- proseslərin qarşılıqlı əlaqəsi yaxşılaşdırılır və proses nəzarəti təkmilləşdirilir, bu da istənilən nəticələrin daha səmərəli əldə edilməsinə səbəb olur;
- əsas proseslərin işinə diqqət yetirmək imkanı var. İdarəetmə diqqəti cari əməliyyat məsələlərinə səpilmir;
- iştirakçılar təşkilatın işinin davamlı, məhsuldar və səmərəli olduğuna əmindir.

6) Davamlı inkişaf - davamlı inkişaf təşkilatın daimi hədəfidir.

Bu prinsip, təşkilatın davamlı inkişafına ehtiyacı müəyyənləşdirir.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- təşkilatın imkanlarını artırmaqla fayda əldə etmək;
- təşkilatın bütün səviyyələrində həyata keçirilən inkişaf tədbirlərinin vahid təşkilat strategiyasına uyğunlaşdırılması;
- təşkilatın xarici mühitində yaranan dəyişikliklərə tez reaksiya vermək imkanı var.

7) Sübutlara əsaslanan qərar qəbuletmə yanaşması - qərarların effektivliyi məlumatların məntiqi təhlilinə əsaslanır.

Hər hansı bir qərar, istənilən nəzarət tədbirləri yalnız fərziyyələr və ya subyektiv fikirlər əsasında deyil, eyni zamanda obyektiv məlumatlar, obyektiv dəlillər əsasında aparılmalıdır.

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- hər bir qərarın qəbul edilməsi etibarlı məlumatlar dəsti ilə əsaslandırılır;
- sübutları təhlil edərək qərarların effektivliyini təsdiqləmək imkanı var;
- əvvəllər qəbul edilmiş qərarlarda məqbul dəyişiklik etmək imkanı var.

8) Tədarükçülərlə qarşılıqlı faydalı münasibətlər - bir təşkilat və tədarükçülər arasında qarşılıqlı faydalı münasibətlər hər iki təşkilatın dəyər yaratmaq imkanlarını artırır.

Bu prinsip təşkilatı tədarükçülərinin inkişafına istiqamətləndirir. Təchizatçı öz məhsulları üçün sabit keyfiyyət səviyyəsini təmin edə bilirsə, təşkilat üçün bu, tədarükçidən məhsullara nəzarəti azaltmağa, tədarükçünün işinə nəzarəti azaltmağa və bununla da istehsal olunan məhsullara olan xərclərini azaltmağa imkan verəcəkdir (Адлер, 2014:46).

Bu prinsipin təmin etdiyi əsas faydalar aşağıdakılardır:

- xərclərin və mənbələrin optimallaşdırılması var;
- hər iki tərəfin (təşkilatın və onun tədarükçüsünün) marağı bazarda vəziyyətin dəyişməsi halında adekvat birgə hərəkətlərdə görünür;
- təşkilatla onun tədarükçüsü arasındakı qarşılıqlı tərəfdaşlığın dəyəri artır.

Bütün keyfiyyət sisteminin işi, təşkilat rəhbərləri və işçilərinin keyfiyyət menecmenti prinsiplərini nə qədər yaxşı başa düşmələrindən asılı olacaq.

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Dissertasiyanın yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Bu gün keyfiyyət menecmenti sisteminin əsas prinsipləri bir müəssisəni bazar iqtisadiyyatının əsas xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırmaq üçün əsasdır. Artıq qazandığımız təcrübə sübut edir ki, məhsulun keyfiyyəti sahəsində bir müəssisənin rəqabət mühitində uğurlu fəaliyyətinin açarı rəhbərliyin və təşkilatın rəhbər mütəxəssislərinin bu prinsiplərin əsas qaydalarını dərk etməsi və qəbul etməsi, habelə gündəlik praktiki işə girişidir.

Nəticə

Keyfiyyətin idarə edilməsi kifayət qədər yüksək dərəcədə faydalılığa malik və istehlakçıların tələbatlarını ödəyən malların dizaynını, istehsalını və satışını təmin edən aparıcı fəaliyyətdir.

Keyfiyyət səviyyəsini keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri ilə qiymətləndirə bilərsiniz. Əgər onlar standartlara cavab verirlərsə, onda məhsullar sertifikatlaşdırılmalıdır.

Keyfiyyət problemi artıq strateji problem kimi tanınır. Məhsullarının rəqabət qabiliyyətini təmin edən bir müəssisənin məqsədlərinə çatmaq qabiliyyəti, onun üzərində işləyən təşkilat və idarəetmə sistemi - keyfiyyət menecmenti sistemi ilə müəyyən edilir. Məhsulun keyfiyyəti (yeniliyi, texniki səviyyəsi, performans qüsurlarının olmaması, işləmə etibarlılığı) rəqabət, bazar mövqeyini qazanmaq və saxlamaq üçün ən vacib vasitələrdən biridir. Buna görə, şirkətlər yüksək keyfiyyətli məhsulların təmin edilməsinə, istehsal prosesinin bütün mərhələlərində xammal və materialların keyfiyyətinə nəzarətdən başlayaraq buraxılan məhsulun texniki xüsusiyyətlərinə və parametrlərinə uyğunluğunu müəyyənləşdirməklə, yalnız sınaq zamanı deyil, həm də istismar müddətində yoxlamağa xüsusi diqqət yetirirlər. və mürəkkəb avadanlıq növləri üçün - müştərinin müəssisəsində avadanlıq quraşdırıldıqdan sonra müəyyən bir zəmanət müddəti təmin edilməklə. Buna görə məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi istehsal prosesinin əsas hissəsinə çevrilmiş və hazır məhsuldakı qüsurları və ya qüsurları müəyyən etmək üçün deyil, istehsal zamanı məhsulun keyfiyyətini yoxlamaq məqsədi daşıyır.

Müəssisənin xarici və daxili mühitdəki dəyişikliklərə reaksiyasını əks etdirən və bütövlükdə: innovativ potensialın, müəssisədə intellektual mülkiyyətin mövcudluğu, innovativ texnologiyaların tətbiqi, yenidən quruluşa əsaslanaraq müəssisənin inkişafının davamlılığının artırılması imkanları nəzərə alınmaqla müəssisənin dayanıqlı inkişaf meyarları təklif olunur.

Təklif olunan innovativ potensialın artırılması üçün amillər və şərtlər sistemi, sənaye müəssisələrinin davamlı inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsində istifadə oluna bilər və eyni zamanda müəssisələrin innovativ layihələrinin idarə olunması üçün effektiv mexanizm yaratmağa əsas verir.

Ədəbiyyatlar

1. Aslanov Z.Y., (2007) “Kvalimetriya və keyfiyyətin idarə edilməsi”, Bakı, “Elm”, 326 səh.
2. Həsənov Ə.P., Dadaşov S.B., Osmanov T.R., (2012) “Standartlaşdırmanın əsasları, metrologiya və keyfiyətin idarə edilməsi”: Ali təhsil məktəbləri üçün dərs vəsaiti, I hissə - Bakı: “Az.KC-nin mətbəəsi”, 412 səh.

3. Mehdiyev M.İ., (2007) “Keyfiyyətin idarə edilməsi”, Ali məktəblər üçün dərslik, Bakı: “Çaşıoğlu”, - 208 səh.
4. Mehdiyev M.İ., (2007) Keyfiyyətin idarə edilməsi. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı: Çaşıoğlu, 208 səh.
5. Məmmədov N.R., Ələkbərov E.B., Aslanov Z.Y. və b., (2017) “Kvalimetriya və keyfiyyətin idarə edilməs”i: Ali məktəblər üçün dərslik. - Bakı: “Elm”, 365 səh.
6. Басовский Л. Е., (2011) Протасьев В. Б. Управление качеством: Учебник. - М.: ИНФРА - М,. - 212 стр.
7. Варакута С. А., (2011) Управление качеством продукции: Учебное пособие. - М.: ИНФРА - М, 207 стр.
8. Версан В.Г., Интеграция управления качеством, сертификация. Новые возможности и пути развития.// Сертификация. 2014, -№3.- стр. .3 -10
9. Гличев А.В., Очерки по экономике и организации управления качеством продукции. // Стандарты и качество. 2015, -№4.- стр.50-55.
10. Радионов В. В., (2006) «Управление качеством: // Новосиб. Гос. Акад. Экономики и управления». - Новосибирск. 441 стр..

Kiçik Biznes: Anlayışı və Üstünlükləri

Cavid Nurullazadə

boss.nurullazade@mail.ru

Xülasə

Məqalədə qeyd olunmuşdur ki, kiçik biznesin inkişafı inkişaf etmiş iqtisadiyyatı olan istənilən dövlətin iqtisadi siyasətində prioritet sahələrdən biridir. Kiçik biznesin müəyyənləşdirilməsinin əsas meyarları (işçilərin sayı və müəssisələrin satış həcmi) kiçik müəssisələrin fəaliyyətini tənzimləyən dövlət tənzimləmələrində verilmişdir, lakin ayrı-ayrı tədqiqatçılar bu terminin tərifinə əlavələr edirlər. "Kiçik biznes" anlayışlarının öyrənilməsinə əsasən qeyd olunur ki, bu, qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada qeydiyyata alınmış sahibkarlıq fərdlərinin, habelə hər hansı təşkilati və hüquqi mülkiyyət hüquqlu hüquqi şəxslərin sistemli, fəal, müstəqil fəaliyyətidir. Bu fəaliyyət mövcud mənbələrdən istifadə riski ilə əlaqədardır, qazanc əldə etmək məqsədi daşıyır, fəaliyyətin bütün sahələrini əhatə edir və əhalinin sosial ehtiyaclarını ödəməyə yönəldilmişdir. Kiçik biznesin sosial-iqtisadi funksiyaları onun inkişafını dövlətin əsas vəzifələri sırasına qoymuşdur. Kiçik biznesin başlıca rolu iqtisadi inkişaf üçün katalizator rolunu oynayan, daha yaxşı və daha ucuz mal və xidmətin yaradılmasına töhfə verən rəqabət mühiti yaratmaqdır. Kiçik biznesin müasir şəraitdə aparılması dövlət dəstəyi olmadan mümkün deyil, çünki kiçik biznes böyük şirkətlər tərəfindən asanlıqla mənimsənilə bilər. Məqalədə həmçinin qeyd olunur ki, kiçik müəssisələrin böyük müəssisələrə nisbətən müəyyən üstünlükləri var: onlar həm böyümə dövründə, həm də böhran dövründə daxili bazardakı dəyişikliklərə reaksiya vermək üçün daha dinamik, daha sürətli və daha təsirli olurlar.

Beləliklə, kiçik biznesin öyrənilməsinin aktuallığı, birincisi, ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafı üçün əhəmiyyəti, ikincisi, Azərbaycan Respublikasında kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması və dəstəklənməsi əhəmiyyəti və kiçik biznesin inkişafında xarici təcrübənin milli kökə uyğunlaşdırılması zərurəti ilə müəyyən edilir. Tədqiqatın məqsədi müasir bazar iqtisadiyyatında kiçik biznesin əhəmiyyətini öyrənməkdir.

Açar sözlər: biznes, kiçik biznes, sahibkarlıq, fəaliyyət, risk, ümumi gəlir, innovativ fəaliyyət.

Giriş

Kiçik biznes, bazar iqtisadiyyatı subyektləri tərəfindən qanunlar, dövlət orqanları və ya digər nümayəndəlik təşkilatları tərəfindən həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyətidir. Kiçik biznes müasir iqtisadi bazarın ayrılmaz hissəsi və bazasıdır. Bu, iqtisadi artım tempinə, ümummili məhsulun quruluşuna və keyfiyyətinə təsir edən bazar iqtisadiyyatının aparıcı sahəsidir. Kiçik biznes təkcə iqtisadi deyil, həm də sosial funksiyanı yerinə yetirir. Beləliklə, kiçik şirkətlər uzun müddət iş axtaranlara iş imkanları yaradaraq yeni iş yerləri yaratmağa hazırdırlar. Üstəlik, kiçik müəssisələr əsasən istehlak mallarının istehsalı ilə məşğuldurlar və buna görə inflyasiya səviyyəsinin aşağı düşməsinə və Azərbaycan iqtisadiyyatının inflyasiya qeyri-sabitliyinin azaldılmasına töhfə verirlər. Kiçik biznesin əsas üstünlükləri kimi aşağıdakı cəhətləri qeyd etmək olar: əsasən yerli bazarların əhatə dairəsi; bazar şəraitindəki dalğalanmalara sürətli reaksiya; istehlakçı ilə yaxın münasibət; malların və xidmətlərin müəyyən bir bazarında dar ixtisaslaşma; aşağı başlanğıc kapitalı; yeniliyə yüksək həssaslıq; əhalinin geniş kütlələrini fəal sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb etmək, onları yüksək əmək keyfiyyəti standartları və sivil bazar münasibətlərinin tələbləri ilə tanış etmək, Azərbaycan Respublikasında iqtisadi inkişaf sürətini artırmaq, durğunluğu aradan qaldırmaq, həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq kiçik biznesin uğurlu inkişafı olmadan mümkün deyil. Demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə kiçik biznes iqtisadi inkişafın lokomotivi kimi aparıcı rolunu sübut etmişdir. Belə ki, Avropada AB-nin qeyri-maliyyə müəssisələrinin 99,8% -i kiçik biznesin payına düşür. ABŞ-da kiçik biznes ölkənin iqtisadi inkişafının katalizatorudur. Bu baxımdan xarici ölkələrin kiçik biznesi stimullaşdırmaq təcrübəsinin öyrənilməsi Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün çox vacibdir.

Kiçik Biznes: Anlayışı və Əhəmiyyəti

Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə keçməsi ilə əlaqədar olaraq və kiçik biznesin inkişafının başlanğıcı ilə "kiçik biznes", "kiçik müəssisələr", "kiçik biznes sahibkarları" və s. kimi anlayışlar elmi ədəbiyyata və rəsmi sənədlərə daxil olmağa başladı. Təəssüf ki, bu anlayışların bir çoxu vahidləşdirilməmişdir və buna görə birmənalı şəkildə şərh edilmir.

"Biznes" termini ingilis mənşəlidir və iş, fəaliyyət, məşğuliyyət deməkdir. Biznes ayrı-ayrı vətəndaşların öz riskləri altında və şəxsi əmlak məsuliyyəti altında, mənfəət və ya digər iqtisadi mənfəət əldə etməyə yönəlmiş müstəqil fəaliyyətidir.

İngilis biznes dərsliklərindən birində belə müəyyənləşdirilmişdir: "Biznes, fərdi şəxslərin və ya təşkilatların digər mallar, xidmətlər və ya pul qarşılığında xidmət edən və ya maraq göstərən şəxslərin və ya təşkilatların qarşılıqlı mənfəətinə səbəb olan bir fəaliyyətdir". Kiçik müəssisələrdə kiçik miqyasda biznes kiçik biznes adlanır (Арустамов, 2011: 204).

Yuxarıda göstərilən tərifə əsaslanaraq qeyd edirik ki, "biznes" və "sahibkarlıq" anlayışları arasında müəyyən fərqlər mövcuddur. Əsas fərq ondadır ki, "biznes" hüquqi şəxslər tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyət, "sahibkarlıq" isə fiziki şəxslər tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətdir. Qeyd edək ki, iqtisadi inkişafın indiki mərhələsində sahibkarlıq biznes formasından biridir və fərdi sahibkarlar və mikroorqanizmlər tərəfindən təmsil olunur (Kərimli, 2006: 198).

Bu fərqə əsaslanaraq biz biznes və sahibkarlığın əsas xüsusiyyətlərini ayırırıq (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Biznes və sahibkarlığın əsas xüsusiyyətləri

Biznes	Sahibkarlıq
Mənfəətə istiqamətlənmə	Ağlabatan risk
Yaxşı risk dözümlülüyü	Maarifləndirmə, təhsil
Yenilik (yeni həll yolları axtarışı)	Sistematik olaraq müşahidə etmək və planlaşdırma bacarığı
Məsuliyyət	Məqsədyönlülük (özünə inam, başqalarını inandırmaq bacarığı)
İqtisadi müstəqillik	Bir komandada işləmək bacarığı (əlaqə qurmaq bacarığı, iş əlaqələrində iştirak etmək, məsul şəxs)

Mənbə: https://cyberleninka.ru/article/n/malyy-biznes-ponyatie-i-preimuschestva (son daxilolma tarixi: 15.12.2019)

Yuxarıda göstərilən xüsusiyyətləri ümumiləşdirərək biznesin idarəetmə sahəsində prioritetləri olan (qərar qəbul etməkdə operativ, yenilik etmək bacarığı) yenilikçi texnologiyalardan istifadə etməklə sabit qazanc əldə etməyə yönəlmiş bir risk olduğunu söyləmək olar (Burns, 2011: 423).

İstənilən dövlətin iqtisadi sistemindəki iqtisadi inkişafın indiki mərhələsində biznes böyük və kiçik olmaqla iki böyük qrupa bölünür. Lakin kiçik biznesin inkişafına xüsusi diqqət yetirilir, inkişaf etmiş iqtisadiyyatı olan hər hansı bir dövlətin iqtisadi siyasətində onun prioritetliyi vurğulanır. I.I. Krasnov,öz tədqiqatında qeyd edir ki, "əvvəlcə kiçik biznesin inkişafı ölkədə məşğulluq səviyyəsinin artmasına kömək edir; ikincisi, kiçik biznes müxtəlif istehlakçı ehtiyaclarını ödəmək üçün ən çevikdir; üçüncüsü, kiçik sahibkarlığı dəstəkləyən dövlət dolayı yolla dövlət prioritetləri kateqoriyasına yerləşdirilə bilməyən fəaliyyət sahələrini inkişaf etdirə bilər; dördüncüsü, kiçik müəssisələr böyük müəssisələr üçün xammal və komponentlərin əsas tədarükçüsü ola bilər; beşincisi, çox sayda kiçik

müəssisənin olması dövlətdə rəqabət mühitini yaxşılaşdırır və nəticədə təklif olunan malların keyfiyyətinə və orta qiymət səviyyəsinə təsir göstərir ” (Кононкова, 2014: 114).

İqtisadiyyatda kiçik biznesin sürətli inkişafına baxmayaraq böhran şəraitində dolanışıqlarını təmin edən əsas keyfiyyəti - rəqabət qabiliyyətini itirən böyük təşkilatlar da üstünlük təşkil edir. Böyük və kiçik müəssisələrin əsas üstünlüklərini və çatışmazlıqlarını nəzərdən keçirək (cədvəl 2)

Cədvəl 2. böyük və kiçik müəssisələrin üstünlükləri və çatışmazlıqları

Böyük müəssisələr	Kiçik və orta sahibkarlıq
İnhisar meylləri	Böyük miqdarda kapital, avadanlıq, çox işçi tələb etmir
Davamlı elmi-texniki tərəqqi böyük maddi, maliyyə, əmək resursları, ixtisaslı kadr tələb edir	Yerli bazarlara yaxınlıq (dəyişikliklərə tez cavab vermək)
genişmiqyaslı texnoloji inkişaf	Kiçik qruplarda istehsal; lazımsız nəzarət əlaqələrinin aradan qaldırılması

Mənbə: https://cyberleninka.ru/article/n/malyy-biznes-ponyatie-i-preimuschestva (son daxilolma tarixi: 15.12.2019)

Cədvəl 2-ə əsasən qeyd etmək olar ki, kiçik müəssisələrin əsas üstünlüyü onların yaradılması və uğurlu fəaliyyət göstərməsidir. Bu, orta gəlirli vətəndaşlara öz müəssisələrini yaratmağa və bununla da özlərini işlə təmin etməyə imkan verir.

Kiçik müəssisələr orta, gələcəkdə isə böyük firmaların yaranması üçün əsasdır; iqtisadi proseslərə yeniliklərin tətbiqi üçün əsasdır; orta təbəqənin formalaşmasında və buna görə ölkənin siyasi sabitliyində maraqlı olan bir cəmiyyətin yaradılması üçün bir tramplin rolunu oynayır. Bundan əlavə, kiçik müəssisələr daha dinamikdir, həm böyümə dövründə, həm də böhran dövründə daxili bazardakı dəyişikliklərə daha sürətli və effektiv cavab verirlər. Kiçik biznes istehsalda, ticarətdə və xidmətlərin göstərilməsində təmsil oluna bilər (Abbasov, 2005: 87).

Kiçik müəssisə dövlətin müəyyən etdiyi meyarlara görə kiçik biznesə aid olan istənilən fəaliyyət sahəsindəki kommersiya təşkilatıdır. Kiçik müəssisələrə hüquqi şəxs olmayan sahibkarlar da daxildir. Hər hansı bir dövlətin iqtisadiyyatı böyük, orta və kiçik biznesin optimal birləşməsə normal inkişaf edə bilməz. Bunu dünyanın aparıcı ölkələrinin iqtisadi inkişafının bütün tarixi sübut edir. Kiçik biznesin metodoloji baxımdan rolu və əhəmiyyəti, müəlliflərin fikrincə bir neçə baxımdan nəzərdən keçirilməlidir: iqtisadi, elmi, texniki, sosial, siyasi.

Kiçik biznes sahibkarlıq fəaliyyətinə əsaslanan kiçik formalarda həyata keçirilən, birbaşa və ya heç bir inhisarçı müəssisəyə daxil olmayan kiçik və orta özəl sahibkarlar toplusudur.

Kiçik biznes bir tərəfdən, Konstitusiyanın verdiyi hüquqlar çərçivəsində maddi, enerji, təbii sərvətlər və insan kapitalından maksimum istifadə ilə sərvət yaradan, digər tərəfdən vətəndaşların özünü həyata keçirmə və özünü təmin etmə sahəsidir (Abbasov, 2010: 91).

İqtisadi tərəfdən kiçik biznesin rolu və əhəmiyyəti aşağıdakı göstəricilərdən istifadə edərək müəyyən edilə bilər:

- kiçik biznesdə yaradılan ümumi daxili məhsulun (ÜDM) payı;
- kiçik biznesdə əldə olunan milli gəlirin payı;
- ticarət müəssisələrinin ümumi sayında kiçik müəssisələrin payı;

- kiçik müəssisələrdə işləyən əmək qabiliyyətli əhalinin nisbəti;
- məhsul ixracında kiçik biznesin payı;
- kiçik müəssisələrdən vergilərin ümumi miqdarda payı;
- kiçik biznesdə fəaliyyət göstərən əsas kapitalın payı;
- kiçik müəssisələrin istehsal etdiyi müəyyən məhsul və ya xidmət növlərinin ümumi həcmdə payı və s.

Bu göstəricilərin dəyərlərinin artması ilə kiçik biznesin ölkə iqtisadiyyatında rolu təbii olaraq artır (Inyang, 2013: 3).

Məsələn, ABŞ-da kiçik firmalar bütün işçilərin 54% -ni, bütün aktivlərin 45% -ni, xalis gəlirin 35% -ni təşkil edir; Aİ ölkələrində işləyən əhalinin 70% -dən çoxu kiçik müəssisələrdə işləyir; Yaponiyada 300-ə qədər işçisi olan iqtisadi bölmələr (bütün müəssisələrin 99,5% -i) işçilərin 78% -ni, satışın 51.8% -ni, emal sənayesində şərti xalis məhsulun 56.6% -ni təşkil edir. Kiçik müəssisələrin ABŞ ÜDM-dəki payı 52%, AB ölkələrində 67%, Yaponiyada 55% təşkil edir.

SSRİ-də kiçik biznesin inkişafına lazımi diqqət yetirilməmişdi və nəticədə sənaye istehsalının inhisarına səbəb olan iri və orta müəssisələrə üstünlük verilmişdi. Bazar münasibətlərinə keçid ilə bu, milli iqtisadiyyatın inkişafına ciddi maneə olmuşdur.

Azərbaycanda kiçik biznesin inkişafı xüsusiyyətləri

Azərbaycanda kiçik biznesin inkişafı aşağıdakı şərtlərə görə böyük iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir (İmanov, 2009: 77):

- kiçik biznes bütün bazarlarımızı doldurmağa və əhalinin istehlak mallarına və xidmətlərə olan tələbatlarını ən yaxşı şəkildə ödəməyə imkan verir;
- kiçik firmalar yaratmaq üçün böyük investisiyalar və uzun bir tikinti müddəti tələb olunmur;
- kiçik biznesin inkişafı - antitrest siyasətinin ən təsirli sahələrindən biridir və rəqabət mühitini təmin edir;
- kiçik müəssisələri idarə etmək daha asandır, mürəkkəb idarəetmə strukturları yaratmağa ehtiyac yoxdur;
- kiçik firmalar daha sürətli, ucuz təchiz edə, yeni texnologiya tətbiq edə və sınaqdan keçirə, istehsalın qismən və ya tam avtomatlaşdırılmasını həyata keçirə bilər, avtomatlaşdırılmış və əl əməyinin optimal birləşməsinə nail ola bilər;
- kiçik biznesin inkişafı işsizlik problemini əhəmiyyətli dərəcədə həll edə və ya yüngülləşdirə bilər;
- kiçik biznesin inkişafı ilə, ölkədə iqtisadiyyatın sabitləşməsində və əsas qaydanın bərpasında maraqlı olan orta sinif və kiçik sahibkarlar sinfi meydana çıxır;
- kiçik biznes orta və böyük biznesdən ilk növbədə bazar şəraitinə çevikliyi və həssaslığı ilə fərqlənir və istehlakçı tələbinə daha tez cavab verir.

Müasir şəraitdə, ölkəmizdə kiçik biznesin formalaşması prosesi başlanğıc mərhələdə olmasına baxmayaraq, onun kəmiyyət və keyfiyyət baxımından daha da inkişafı milli iqtisadiyyatın mütərəqqi böyüməsində ən vacib amildir (Горфинкел, 2014: 221).

Kiçik biznesin sosial əhəmiyyəti müxtəlifdir və özünü aşağıdakı sahələrdə göstərir:

• işsizliyin azaldılması;

• vətəndaşların məhsul və xidmətlərə olan tələbatının daha dolğun ödənilməsi;

• xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi;

• işlərini ilk növbədə özünü ifadə etmə vasitəsi hesab edən insanların xüsusilə yüksək təhsilli bir işçi qüvvəsinə olan məmnuniyyəti;

• orta təbəqənin iqtisadi inkişaf və vətəndaşların həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması üçün əsas kimi formalaşması;

• cəmiyyətdə və iqtisadiyyatda nizam və sabitliyin təmin edilməsində ən çox maraqlı olan kiçik sahiblərin böyük bir qrupunun formalaşması;

• tətillərin və cəmiyyətdəki sosial gərginliyin azalması.

Kiçik biznesin bir və ya digər ölkədə inkişafı iqtisadiyyatdakı müsbət proseslərin yaxşılaşmasına (bildiyiniz kimi, siyasət və iqtisadiyyatın bir-birindən ayrılması çətindir), cəmiyyətin demokratikləşməsinə və beynəlxalq aləmdə siyasi çəkisinin artmasına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində dövlətə yalnız siyasi deyil, həm də iqtisadi dividentlər qazandırır.

Beləliklə, kiçik biznes bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz hissəsidir. Xüsusi hərəkətlilik, rahatlıq və yüksək məhsuldarlıq ilə xarakterizə olunur. Əhalinin tələbatını ödəmək üçün iqtisadiyyatın istənilən sektorunda kiçik müəssisələr yaradıla bilər.

Kiçik biznesin bu və digər üstünlükləri milli iqtisadiyyatın inkişafını stimullaşdırır, buna görə dövlət kiçik biznesin inkişafına əsaslı dəstək göstərməyə borcludur (Лапуста, 2011: 512).

Bununla yanaşı, kiçik müəssisələrin də zəif tərəfləri var. Əsas olan fərdi kapitalın az olmasıdır. Kiçik müəssisələrin böyük əksəriyyəti üçün başlanğıc kapitalı və ya artıq bir işə qoyulmuş vəsaitin doldurulmasının əsas mənbəyi özünü maliyyələşdirmədir və yalnız kifayət qədər uğurlu biznes əməliyyatları olduqda bank kreditindən istifadə etmək mümkündür. Lakin kommersiya bankları həmişə kiçik müəssisələrlə əlaqələnmək istəmirlər, iri müəssisələrə kredit verməyə üstünlük verirlər. Kiçik kreditlər, bir qayda olaraq, daha çox risk ilə əlaqələndirilir. Təcrübə göstərir ki, kommersiya krediti əldə etməkdə çətinliklər bir çox kiçik müəssisələrə iflasların əksəriyyətinə səbəb olan dövriyyə kapitalı çatışmazlığına səbəb olur. Kiçik müəssisələrin maliyyə vəziyyəti inflyasiyaya xüsusilə həssasdır, çünki xərclərinin artımını istehlakçılara ötürmək üçün məhdud imkanlara malikdirlər.

Kiçik biznes üçün tipik kapitalın ümumi maliyyə həcmində aşağı səviyyədə olması kreditdən asılılığın artmasına səbəb olur. İstehsalın texniki yenidən qurulması üçün xeyli vəsait tələb olunur və kreditin alınması onun vaxtında ödənilməməsi və buna görə iflas olması ilə əlaqədardır. Buna baxmayaraq, mənfi cəhətlər kiçik biznesin üstünlükləri ilə üst-üstə düşür (Демкович, 2015: 26).

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bütün tədqiqat metodlarının əsasını qoyan əsas metod dialektik metoddur. Onun mahiyyəti, əks cərəyanların birliyi və mübarizəsi, köhnə ilə yeni arasındakı mübarizə, sadədən mürəkkəb səviyyəyə qalxması ilə səciyyələnən fasiləsiz hərəkət və dəyişikliyin nəzərə alınmasıdır. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. İnduksiya metodu fərdi amillərə əsaslanan ümumi bir nəticənin formalaşdırılmasını əhatə edir, yəni müzakirə konkretdən ümumi, faktlardan nəzəriyyəyə

qədər aparılır. Deduksiya metodu, əksinə, ümumidən xüsusi və fərdin keçidinə əsaslanır. Müqayisəli təhlil metodu ən yaxşı nəticələrin müəyyənləşdirilməsi üçün özəl və ümumiləşdirilmiş iqtisadi göstəricilərin müqayisə edilməsindən ibarətdir. Hər hansı bir sahibkar öz xərclərini rəqiblərin xərcləri ilə müqayisə edir, fəaliyyətlərinin müxtəlif alternativ variantlarını müqayisə edir, fəaliyyətlərinin nəticələrini xərclərlə müqayisə edir. Hesablama-konstruktiv metod problemin ən səmərəli və həqiqətən mümkün həllini əsaslandırır.

Analiz

Dövlətlərin sosial-iqtisadi inkişafı baxımından kiçik biznesin öyrənilməsi oldqca aktualdır. Bununla yanaşı, Azərbaycan Respublikasında kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması və dəstəklənməsi əhəmiyyəti və kiçik biznesin inkişafında xarici təcrübənin milli kökə uyğunlaşdırılması zərurəti tədqiqatın əhəmiyyətini daha da artırır.

Nəticə

Malların rəqabət qabiliyyətli istehsalını yaratmağa, idarəetmənin səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verən vacib sahələrdən biri məhz kiçik müəssisələr şəbəkəsidir. Qeyd etmək lazımdır ki, kiçik biznesin müəyyənləşdirilməsi üçün universal meyarlar hələ hazırlanmamışdır. Müxtəlif ölkələrdə bu meyarlar əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. Kiçik biznes sektoru istənilən təsərrüfat sistemində mühüm rol oynayır. Kiçik biznes iqtisadi fəaliyyətin ən kütləvi, dinamik və çevik formasıdır. Son illərdə kiçik müəssisələrin rolu artmışdır, bu xüsusilə kiçik və orta sahibkarlığa önəm verən sənayeləşmiş ölkələrin timsalında nəzərə çarpır. Bu cür müəssisələr sayəsində iqtisadi artım tempi nəzərə çarpacaq dərəcədə yaxşılaşır və ümummili məhsulun keyfiyyəti yaxşılaşır. Kiçik biznesin yuxarıdakı təhlili bizə həm mənfi cəhətləri, həm də üstünlüklərini qeyd etməyə imkan verir:

- kiçik biznes - sahibkarlıq subyektlərinin öz təşəbbüsü ilə fəaliyyət göstərdikləri, kapitalını itirmək və qazanc əldə etməmək riski altında fəaliyyət növüdür;
- kiçik biznes bütün son elmi nailiyyətlərin sınaqdan keçirildiyi bir sahədir. İstehsalın bütün həcmini, kapitalını, əməyini itirmək riskini qarşısını almaq üçün ən yeni texnologiyalar kiçik modellərdə (kiçik müəssisələrdə) sınaqdan keçirilir və yalnız uğurlu olduqda genişmiqyaslı istehsalata keçir;
- kiçik bir müəssisənin işləməsi üçün istehsal, maliyyə menecmenti və marketinqin geniş formalarına ehtiyac yoxdur; ən az sayda menecer ilə mobil əməliyyat rəhbərliyi formalaşdırmaq kifayətdir;
- böyük müəssisələrdən fərqli olaraq kiçik müəssisələr daha çevikdirlər, bazardakı dəyişikliklərə tez reaksiya verə və tələblərinə uyğun olaraq tez bir zamanda yenidən qurulmağa qadirdirlər;
- kiçik biznes iri korporasiyalara nisbətən iqtisadi böhranlara və iflasa daha çox davamlıdır. Belə müəssisələrdən birinin ləğvi və ya iflas etməsi ölkədəki iqtisadi vəziyyətə ciddi təsir göstərməyəcək, çünki bu sektorun bir neçə yeni müəssisəsi öz yerində görünəcək;
- kiçik biznes öz strukturlarında yeni iş yerlərinin yaradılması hesabına məşğulluq problemini tez bir zamanda həll edə bilir;
- kiçik bir müəssisə kifayət qədər qısa müddətdə "ilkin kapital" toplaya bilər və həcmi kifayətdirsə, istehsalata sərmayə qoyur;
- sənaye kompleksinin iri müəssisələrinin yenidən qurulması əsasında kiçik müəssisələr istehlak mallarının istehsalına istiqamətləndirilməsini gücləndirə bilər.

Beləliklə, kiçik biznes bölgə iqtisadiyyatının hərəkətli bir hissəsidir və onun inkişafı bütövlükdə ölkənin iqtisadi sisteminin çevikliyinə və dayanıqlığına kömək edəcəkdir.

Demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələr kiçik və orta bizneslərə güclü dövlət dəstəyinə malikdirlər, baxmayaraq ki, əlbəttə ki, hər bir ölkənin kiçik və orta biznes sahəsində öz xüsusiyyətləri var. Məsələn, ABŞ-da uzun müddətdir mövcud olan kiçik və orta biznes üçün təşviq proqramı özəl biznesin gücləndirilməsinə və sahibkarlıq təşəbbüslərinin həyata keçirilməsinə yönəlmişdir. ABŞ kiçik və orta biznesinin bir xüsusiyyəti françayz şəbəkələrinin aktiv inkişafıdır. Almaniyada yüksək texnoloji sahələrin inkişafına böyük diqqət yetirilir. Avropada istehsalın ekoloji təmizliyinə xüsusi diqqət yetirilir. Başqa sözlə, kiçik və orta biznesin inkişafı üçün hər bir ölkənin özünəməxsus prioritet sahələri var, baxmayaraq ki, əlbəttə ki, iqtisadiyyatın çox vacib bu sektorunu dəstəkləmək üçün ümumi istiqamətlər mövcuddur. Kiçik biznesin dövlətin dəstəyinə ehtiyacı var, çünki iqtisadiyyatın bu seqmenti böyük strukturlarla rəqabət aparmaq iqtidarında deyil. Azərbaycan Respublikasındakı hazırkı mərhələdə kiçik biznes istehsalın şaxələndirilməsi və effektiv innovativ layihələrin həyata keçirilməsi üçün əsas funksiyaları yerinə yetirmir, ancaq Azərbaycan sənayesi qlobal rəqabətə tab gətirmədiyi üçün yalnız istehsalçı, adətən xarici bir istehsalçı və daxili istehlakçı arasında vasitəçi rolunu oynayır.Xüsusi xüsusiyyətləri nəzərə alaraq kiçik sahibkarlığı dəstəkləməkdə xarici ölkələrin təcrübəsi bu sahədə köklü dəyişikliklər üçün çox faydalı ola bilər və kiçik biznesi stimullaşdıra bilər. Sonda demək istərdim ki, Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyi daim fəaliyyətdədir və kiçik biznes sahəsini dəstəkləmək üçün yeni tədbirlər mütəmadi olaraq tətbiq olunur. Ümid etmək istərdim ki, yaxın gələcəkdə kiçik müəssisələr Azərbaycan bazarında özlərini daha inamlı hiss edəcəklər.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.B., (2005) “Biznesin əsasları”., Bakı, 655 s.
2. Abbasov A.B., (2010) “Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri”. Bakı, 365 s.
3. Burns, P., (2011) “Entrepreneurship and Small Business”, Palgrave, Basingstoke, 635 p.
4. İmanov Ə.Ş., (2009) “Kiçik sahibkarlıq”. Dərs vəsaiti. Bakı, “Elm”nəşriyyatı, 368 s.
5. Inyang, B. (2013). “Defining the Role Engagement of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Corporate Social Responsibility (CSR)”. International Business Research, 6(5), p. 3.
6. Kərimli İ. (2006). Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin müasir problemləri, Bakı, Sabah
7. Демкович, В.И. (2015)Малое и среднее предпринимательство: современные вызовы / В.И. Демкович // Деньги и кредит. № 11.-С. 26-31.
8. Кононкова, Н.И. (2014)Малый бизнес как источник экономического роста .№ 9. - С. 114-119.
9. Лапуста, М.Г.(2011) Малое предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста. - М.: ИНФРА-М, 685 с.
10. Малый бизнес под ред. профессора Горфинкеля В.Я. // Кнорус. Москва, 2014. – С.336.
11. Предпринимательская деятельность под ред. д.э.н., профессора Арустамова Э.А. // Кнорус. Москва, 2011. - С.204.
12. https://cyberleninka.ru/article/n/malyy-biznes-ponyatie-i-preimuschestva

Azərbaycan Respublikasında Maliyyə Bazarları ilə Bağlı Dövlət Siyasətinin Qiymətləndirilməsi

Türkanə Vəlili

velili_turkane@mail.ru

Xülasə

Azərbaycan son illər keçirilən iqtisadi islahatlar və onun dünya iqtisadiyyatı sisteminə inteqrasiyası iqtisadiyyatın o cümlədən maliyyə bazarı iştirakçılarının fəaliyyətinin inkişafına şərait yaratmışdır. Bu da maliyyə bazarının bank sistemi ilə paralel olaraq iqtisadiyyatda pul axınlarının ötürücüsü kimi real sektorun canlanmasında əhəmiyyətli rol oynamasından irəli gəlir. Xüsusilə Azərbaycanda neft sektorunda cəmlənmiş iqtisadı gəlirlərin qeyri-neft sektorlara yönəldilməsi probleminin mövcudluğu ölkəmizin maliyyə bazarının iştirakçılarının fəaliyyətinin inkişafına xüsusi əhəmiyyət verilməsinə zəmin yaradır. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində bütün iqtisadi sistemlərdə daxili və xarici iqtisadi resursların iqtisadi inkişafa cəlb edilməsini təmin edən maliyyə bazarlarının və onun iştirakçılarının mövcudluğu zəruru amildir. Hər il üçün dövlətin maliyyə siyasətinin müəyyənləşdirilməsi və təsdiq edilməsi, pul siyasətinin alətlərinə dair qərarların qəbul edilməsi, valyuta tənzimi və nəzarətinin həyata keçirilməsi qaydasının təsdiq edilməsi, valyuta tənzimi və nəzarətinin həyata keçirilməsi qaydasının təsdiq edilməsi, Azərbaycan Mərkəzi Bankının büdcəsinin və ona dəyişikliklərin təsdiq edilməsi, kapital ehtiyatlarının formalaşdırılması və istifadə olunması qaydasının müəyyənləşdirilməsi, illik maliyyə hesabatının təsdiq edilməsi, beynəlxalq qızıl-valyuta ehtiyatlarının saxlanılması və idarə olunması strategiyası və qaydalarının müəyyən edilməsi; kredit təşkilatlarına bank fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün lisenziyaların verilməsi və ləğv edilməsi barədə qərarın qəbul edilməsi, kredit təşkilatları üçün iqtisadi tənzimləmə normativlərinin müəyyən edilməsi, ölkənin bank sistemində xarici kapitalın iştirak limitinin müəyyənləşdirilməsi və digər bu kimi məsələlər məqalə mövzunun tətqiqini aktuallşdırır.Lakin Azərbaycanda maliyyə bazarının dövlət tənzimlənməsi həyata keçirən qurumları birləşdirən və əlaqələndirən struktur və eləcə də vahid bir bütöv kimi maliyyə bazarını tənzimləyən normativ aktın olamması öz növbəsində tətqiqatı zəruriliyini artırır.

Açar sözlər: Maliyyə, Bazar, Dövlət

Giriş

Son dövrlərədək Azərbaycanda maliyyə bazarlarının dövlət tənzimlənməsi bir sıra ixtisaslaşdınlmış strukturlar və təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilir.Belə ki,hazırda ölkəmizdə maliyyə bazarlarına dövlət nəzarətinin həyata keçirilmə prosesinin əsas hissəsi Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının öhdəsinə verilmişdir. Belə ki, 3 fevral 2016-cu ildə Azərbaycan Prezidentinin fərmanı ilə yaradılan Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatası 2019-cu ildə 28 noyabr tarixində ləğv olunaraq Azərbaycan Respublikasının qanunlarında maliyyə bazarlarına nəzarət orqanının müəyyən edilmiş səlahiyyətləri, o cümlədən onun maliyyə xidmətləri bazarında lisenziyalaşdırma, tənzimləmə, eyni zamanda nəzarət, investorların və maliyyə xidmətləri istehlakçılarının hüquqlarının qorunması sahəsində vəzifə və hüquqları, habelə əmlakı Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankına həvalə olunmuşdu.

Metod

Maliyyə bazarlarının fəaliyyətinin tənzimlənməsini qiymətləndirmək üçün inkişaf etmiş ölkələrdə iki əsas metoddan istifadə edilir. Bunlar fundamental analiz və texniki analizdir.

Fundamental analiz

əsasən maliyyə bazarlarında makroiqtisadi amillərin təsiri altında qiymətlərin hərəkətini öyrənir.Fundamental analizdə dünyadakı və ölkədə mövcud olan siyasi-iqtisadi vəziyyətin, habelə iqtisadi sistemdə sənayenin ümumi vəziyyətinin öyrənilməsi nöqteyi-nəzərindən, qiymət

dəyişikliklərinin proqnozlaşdırılmasına yönəlmiş təhlil metodları aparılır.

Maliyyə bazarında fundamental amillər adətən iki mövqedən qiymətləndirilir: 1) rəsmi güzəşt dərəcəsinə təsir nöqteyi-nəzərindən; 2) ölkənin milli iqtisadiyyatının vəziyyəti nöqteyi-nəzərindən (Ağır, H.; Peker, O.; Kar, M., 2016: s.34).

Texniki analiz

Qiymətlərin hərəkətini proqnozlaşdırmaq və bazarın yaddaşa malik olduğunu fərz edərək bazar araşdırmasına yönəldilmiş ümumi yanaşmadır və bu səbəbdən, keçmişdə və indiki davranışdakı müşahidə edilmiş qanunauyğunluqlar kursun gələcək hərəkətinə təsir göstərə bilər .(Neftci, Salih N. 2015: s.550).

VaR hesablama metodları

bazarlarında risk idarəetməsini həyata keçirən menecerlər və investorlar üçün mühüm ölçü vasitəsidir. Praktikada bir qayda olaraq, məqsəd yalnız ədalətli risk qiymətləndirməsini əldə etmək deyil, həm də onun hesablanması xərclərini optimallaşdırmaqdır. Bu, konkret bir maliyyə vəsaiti portfelinə daha uyğun olacaq bir metodun seçilməsi üzrə işi nəzərdə tutur. Bu baxımdan, VaR qiymətləndirilməsinə bir neçə yanaşma işlənib hazırlanmışdır.(Akan, N. Burak, 2012).

VaR qiymətləndirilməsinə bu yanaşmalar iki qrupa ayrıla bilər. Birinci qrup yerli qiymətləndirmə metodlarını istifadə edir. Bu qrup başlanğıc vaxtda ilk dəyərin ilkin müəyyənləşdirilməsi yolu ilə riskləri ölçür və sonra mümkün dəyişikliklərin müəyyənləşdirilməsi üçün törəmələri istifadə edir. Bu qrupda delta-normal metod yalnız birinci dərəcəli törəmə və ya delta vasitəsilə dinamikanın xətti komponentindən istifadə edir və gəlirin gələcək paylanmasının normallığını nəzərdə tutur. Beləliklə, delta metodu birinci və ikinci dərəcəli törəmələrin analitik yaxınlaşmasını təqdim edir və məhdud risk potensiallı portfellər üçün həddindən çox uyğun gəlir (https://www.spk.gov. tr/ Site Apps/ Yayin/ Yayin Goster/1014).

Tam qiymətləndirmə metodları

(Monte-Karlo). Bəzi hallarda, təhlil vasitəsilə yaxınlaşma metodu Teylor yanaşmasına tamamilə uyğun gəlmir. Misal olaraq, əsas aktivlərin ekstermal dəyişiklikləri zamanı ən zərərli itkilər əldə edilə bilməyəcək vəziyyətdə olduğu halda, bu “qoy” və “çağrı” tipli seçimlərin konyuktura qeyri-sabitliyi baxımından eyni təlqinedici qiymətlər və icra müddətləri ilə eyni vaxtda alındığı prosedə olduğu kimi, uzun ikiqat seçim (long straddle) üçün də eyni cür baş verir. Seçimlər üzrə ödənmiş mükafatların məbləği olan maksimal itkiyə, əsas aktiv qiymətinin ümumiyyətcə dəyişmədiyi halda nail olmaq olur.Bu halda, mümkün qiymət dəyişikliyi üçün geniş portfel dəyərini nəzərdən keçirən tam qiymətləndirmə üsulu istifadə olunur:

$Dv= V(S_1)- V S(S_0)$ (https://tr.qwe.wiki/wiki/Monte_Carlo_methods_in_finance)

Yeni S1 dəyərləri statistik modelləşdirmə metodlarının köməyi ilə, xüsusilə də, mümkün artımların əvvəlcədən təyin edilmiş aprior tapşırığına əsaslanan Monte-Karlo metodunun köməyi ilə yaranır. S_1 dəyərini əldə etmək üçün digər bir metod son tarixi dəyərlərdən sadəcə örnək yaradan tarixi modelləşdirmə metodu ola bilər. Eyni zamanda məhz keçmiş dəyərlərə qayıdaraq gəlirliliyin tarixi dəyərlərinə müəyyən ağırlıq tətbiq edilir. Bu yanaşma əks halda ilk önyükləmə (butstreppinq) və ya yeni variantın yaradılması üçün mövcud proses variantının istifadəsi adlanır, belə ki, son tarixi dəyərlərin paylanmasının istifadəsini nəzərdə tutur.Hər iki halda tam qiymətləndirmə üsulunu istifadə

edərək portfel dəyəri verilmiş tarixdə formalaşır. Bu metod potensial olaraq ən dəqiqdir, belə ki, o bütün mümkün qeyri-xəttiliyi və hətta bütün mümkün ödənişləri nəzərə alır ki, adətən, delta-normal yanaşmanın tətbiq edilməsində sadəcə bu cəhətlərə məhəl qoyulmur.

Tam qiymətləndirmə metodunda VaR yanaşması mümkün ödənişlərin tam paylanmasının tələb olunan faizlərindən hesablanır. Hesablama prosesləri nöqteyi-nəzərindən, bu yanaşma resursları kifayət dərəcədə tələb edir, çünki əsas aktivlərin - risk faktorlarının çox sayda mümkün dəyişiklikləri üçün mövqenin bazar dəyərini tam olaraq hesablamaq lazımdır.Tələb olunan hesablama həcminin azaldılması məqsədilə, hərdən Monte-Karlo şəbəkə metodu istifadə edilir , lakin bu portfel dəyərinin hesablanması bütün dəyərlər şəbəkəsində deyil, yalnız məhdud sayda qovşaq nöqtələrində baş verir. (https://riskdynamicsconsultancy.com/ monte-carlo-simulasyonu/).

Analiz

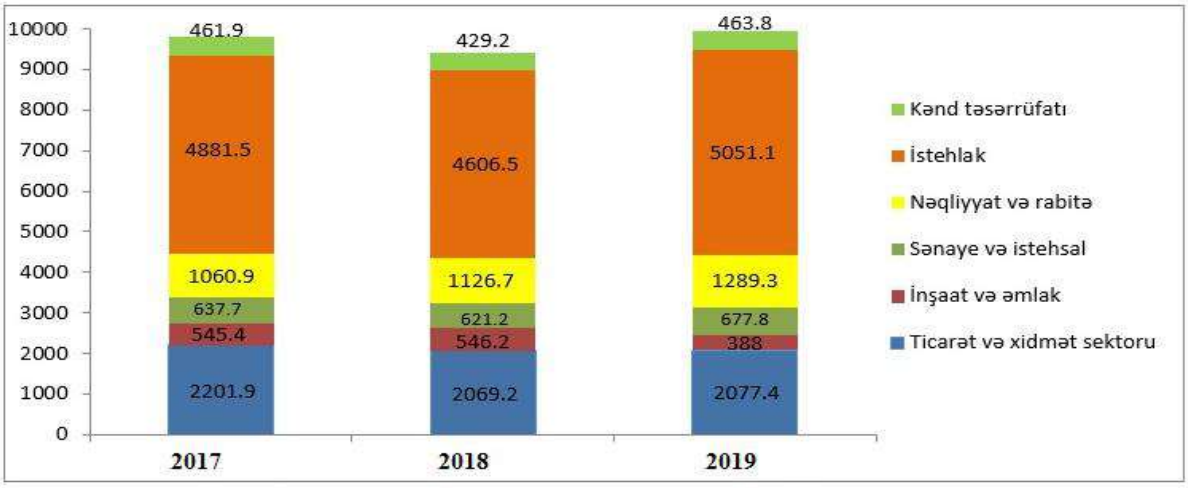
Maliyyə bazarlarının mövcud vəziyyətini təhlil edərkən ilk növbədə misalla vəsaitin əmtəə və ya maliyyə bazarına getməsini izah edək. Fərz edək ki,bir nəfərin 10000 manat pulu var. O bu pula avtomobil alirsa bu vəsait əmtəə bazarına gedir, maliyyə bazarına daxil olmur. Əgər:

1. 10000 manat banka qoyulursa o kredit bazarına
2. 10000 manat ABŞ dolları (sonralar dollar) alqısına sərf olunursa onda valyuta bazarına
3. 10000 manata səhm alınırsa o QKB-yə
4. 10000 manata qızıl alınırsa o qiymətli metallar bazarına
5. 10000 manata investisiya fonduna pul yatırırsa Sərmayə Fondları bazarına
6. 10000 manata əmlak sığortalanırsa onda sığorta bazarına
7. 10000 manat lizinqə götürülən avadanlığın alınmasına pay kimi qoyulursa o lizinq bazarına gedir və s.

Beləliklə vəsait maliyyə bazarına daxil olur. Vəsait bir müddət maliyyə bazarının 1 hissəsində qala, dövr edə bilər. Bir hissəsindən digər hissəsinə keçə bilər.

Kredit bazarı

Diaqram 1. Kredit qoyuluşlarının sahələr üzrə dinamikası, milyon AZN



Mənbə: https://www.cbar.az/ (26.03.3019) Mərkəzi bank məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

İstehlak kreditlərinin payının 2014-cü ildən başlayaraq azalması tendensiyası son dövrlər yenidən artımla əvəz olunmağa başlayıb. İlin əvvəli ilə müqayisədə cəmi kreditlərdə istehlak kreditlərinin payı 39,2%-dən 41,1%-ə yüksəlib. Bu müddətdə ticarət və xidmət sektorunun payı 17,6%-dən 16,9%-ə, inşaat və əmlak sektorunun payı 4,6%-dən 3,2%-ə düşüb. Kənd təsərrüfatı sektorunun payı 3,7%-dən 3,8%-ə, sənaye və istehsal sektorunun payı 5,3%-dən 5,5%-ə, nəqliyyat və rabitə sektorunun payı 9,6%-dən 10,5%-ə yüksəlib. (Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Statistik bülleten, N:09 (222), 09/2018. (www.cbar.az).

Valyuta bazarı

Cədvəl 1. Manatın xarici valyutalara nisbətən nominal və real effektiv məzənnələri %-lə

	Nominal effektiv məzənnə		Real effektiv məzənnə	
İl	Ümumi	qeyri-neft sektoru üzrə	Ümumi	qeyri-neft sektoru üzrə
2010	98,4	119,3	115,5	110,2
2011	104,4	123,5	127,3	115,4
2012	108,2	131,3	134,4	121,5
2013	108,3	131,5	130,5	114,7
2014	108,2	139,2	131,2	120,4
2015	124,5	173,3	146,9	140,2
2016	89,7	132,7	110,2	107,5
2017	66,3	96,5	91,5	86,2
2018	65,7	97,4	94,3	89,9

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (27.03.3019) sayıtının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycan Respublikasında milli manatın məzənnəsi hər zaman aktuallıq kəsb edən məsələlərdən biri olmuşdur. Belə ki, məzənnənin vəziyyəti hər zaman ixracı və idxalı tənzimləyən parametr kimi çıxış etmişdir. Lakin Azərbaycanda 2015-ci ilə kimi üzən məzənnə rejiminin tətbiq edilməməsi, manatın sərbəst buraxılmaması məzənnə rejiminin iqtisadi inkişafla və artımla əlaqəsi olmadığını deməyə əsas verir. Aşağıdakı diaqramda manatın xarici valyutalara olan məzənnəsi verilmişdir.

Cədvəl 2. Manatın xarici valyutalara qarşı məzənnəsi (2012-2018)

TARİX	DOLLAR	MANAT
31.12.2012	1$	0,7850
31.12.2013	1$	0,7842
31.12.2014	1$	0,7844
21.02.2015	1$	1,0500
21.12.2015	1$	1,5500
31.12.2015	1$	1,5594
30.12.2016	1$	1.7707
29.12.2017	1$	1.7001
28.03.2018	1$	1.7000

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (26.03.3019) sayıtının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Pul bazarı

Makroiqtisadi proqnozlara əsasən 2019-cu ildə və ortamüddətli dövrdə də pul-kredit siyasəti aşağı və sabit inflyasiya əsaslı dayanıqlı sosial-iqtisadi mühitin yaranmasına, iqtisadi artımın daha da intensivləşdirilməsinə yönəldilmişdir. (http://banco.az/az/news/merkezi-bankdan-2019-cu-il-ucun-pul-siyaseti-beyanati).

Cədvəl 3. 2009-2019 Pul icmalı (dövrün sonuna mln. manat)

İl, ay	Xalis Xarici Aktivlər	Xalis Daxili Aktivlər	İqtisadiyyata tələblər	Geniş pul kütləsi	Geniş pul kütləsi, manatla	Manatın dövretmə sürəti
2009	3529,3	4940,0	8556,4	8469,2	6169,2	5,61
2010	4638,3	5889,4	9785,7	10527,5	8297,5	5,01
2011	7849,9	6053,5	11714,2	13903,2	10997,2	4,55
2012	8283,1	8492,3	15126,3	16775,3	13806,4	3,91
2013	9902,8	9386,7	16930,0	19289,4	16434,8	3,51
2014	10491,8	11074,5	20402,3	21566,4	17435,8	3,38
2015	11055,6	10263,0	24627,2	21318,6	8613,1	6,31
2016	7956,1	12933,5	17661,8	20889,6	11546,3	5,20
2017	15422,4	7349,7	11363,2	22772,1	12466,4	5,63
2018	14982,7	9077,7	13057,8	24060,4	14643,6	5,45
2019	15801,0	7878,3	12703,2	23679,3	13961,7	5,10

Mənbə: https://www.cbar.az/page-42/monetary-indicators

Pul bazarının VECM modelinin qurulması

Bu modellə maliyyə bazarlarına pul siyasətinin təsirləri araşdırılmışdır.

Modelin qiymətləndirilməsi aparılmazdan əvvəl vahid kök testləri vasitəsilə dəyişənlərin stasionarlığının yoxlanılması vacibdir. Bu məqsədlə dəyişənlərin stasionarlığını yoxlamaq üçün Genişləndirilmiş Dikey-Fuller (ADF) testi istifadə edilmişdir. Əldə olunan nəticələr Cədvəl 4-də verilmişdir.

Cədvəl 4: Genişləndirilmiş Dikey-Fuller (ADF) vahid kök testlərinin nəticələri

	Səviyyədə				
	t-Statistikası	p-qiyməti	Gecikmə uzunluğu *	Testin sərhəd qiymətləri **	
GDP	-0.9347	0.771	0	1%	-3.530030
EXC	-1.1321	0.698	0	5%	-2.904848
INT	-1.9532	0.306	0	10%	-2.589907

M2	-0.8374	0.801	0		
1-ci tərtib fərqdən					
	t-Statistikası	p-qiyməti	Gecikmə uzunluğu *	Testin sərhəd qiymətləri **	
ΔGDP	-9.9226	0.000	0	1%	-3.530030
ΔEXC	-2.6207	0.093	0	5%	-2.904848
ΔINT	-5.6337	0.000	0	10%	-2.589907
ΔM2	-6.1217	0.000			

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Dickey-Fuller (ADF) testi nəticələrinə görə dəyişənlərin heç biri səviyyədə stasionar deyil, yəni I(0) deyil amm, 1-ci tərtib fərqdə stasionardır, yəni I(1)-dir.Daha sonra dəyişənlər arasında kointeqrasiya münasibətinin varlığını FMOLS kointeqrasiya yanaşmaları ilə qurulan modelə əsasən yoxlamışıq. FMOLS modeli üçün kointeqrasiya testlərinin nəticəsi olaraq müəyyən edilmişdir ki, Engle-Granger və Phillips Ouliaris kointeqrasiya testlərinin nəticələrinə əsasən bütün hallarda p-qiyməti 5 %-dən böyük olmuşdur (Cədvəl 5;6). Nəticə olaraq bu o deməkdir ki, dəyişənlər arasında uzunmüddətli dövrdə kointeqrasiya əlaqəsi yoxdur. Hər bir halda, "kointeqrasiya əlaqəsi yoxdur" sıfır hipotezi 5% əhəmiyyətlilik dərəcəsində rədd olunur.

Cədvəl 5. Engle Granger KointeqrasiyaTesti

	Value	Prob.*
Engle-Granger tau-statistic	-5.029774	0.0072
Engle-Granger z-statistic	-37.59502	0.0054

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 6. Phillips-Ouliaris Kointeqrasiya Testi

	Value	Prob.*
Phillips-Ouliaris tau-statistic	-5.054991	0.0067
Phillips-Ouliaris z-statistic	-38.18857	0.0046

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Kointeqrasiya testi olaraq istifadə olunan Engle-Granger və Phillips Ouliaris yanaşmalarının nəticələrinə əsasən qiymətləndirilən reqressiya tənliklərini uzunmüddətli dövr tənliyi kimi qəbul edərək şərh vermək olar. Cədvəl 7-də FMOLS metodu ilə yanaşı CCR kointeqrasiya metodu istifadə olunmaqla əldə olunan uzunmüddətli dövr üzrə elastiklik əmsalları təsvir olunmuşdur. Bu isə nəticələrin etibarlılığı və inandırıcılığı baxımından çox vacibdir. Metodologiya hissəsində ifadə edildiyi kimi əsasən FMOLS metoduna görə ətraflı şərh veriləcəkdir. Bununla yanaşı, bütün metodlara görə əldə edilən əmsallarla bağlı vahid fikir söyləmək mümkündür. Bütün modellərdə M_2 pul aqreqatı və valyuta məzənnəsini ifadə edən sərbəst dəyişənin əmsalı nəzəriyyə ilə də gözlənildiyi kimi müsbət və statistik olaraq əhəmiyyətlidir. Eyni zamanda əldə edilən əmsallar biri birinə çox yaxındır. Nəzəriyyədə uçot dərəcəsinin ÜDM üzərində təsiri iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətli olsa da, həmin dəyişənin p-qiyməti 5 %-dən böyük olduğu üçün statistik olaraq əhəmiyyətli deyildir. Yəni ki, uçot

dərəcəsi haqqında şərh verilməyəcək.

Cədvəl 7. Uzunmüddətli dövr əlaqəsinin qiymətləndirmə nəticələri

Dəyişən	FMOLS	CCR
M2	0.20 (0.004)	0.20 (0.003)
INT	-0.19 (0.195)	-0.20 (0.150)
EXC	0.62 (0.042	0.63 (0.041)

Qeyd: Asılı dəyişən; GDP. ***, ** və * sıfır hipotezinin müvafiq olaraq 1%, 5% və 10% əhəmiyyətlilik dərəcəsində rədd olunduğunu göstərir. P- qiyməti mötərizədə verilmişdir. Qiymətləndirmə periodu 1995-2017.

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Nəticələrə baxıldığında digər dəyişənlər sabit ikən pul aqreqati (M2) dəyişənində 1% artım maliyyə bazarlarının inkişafında 0.20 % bir artıma səbəb olmaqdadır. Digər bir dəyişən məzənnədə isə 1%-lik artım maliyyə bazarlarında 0.62%-lik bir artıma səbəb olmaqdadır.

Qiymətli kağızlar bazarı

2017-2018- ci illər hesabat dövrü müddətində AR-nın Maliyyə Nazirliyinin vasitəsiylə daxildən borclanma siyasətinin yürüdülməsi, bununla yanaşı AR-nın Milli Bankı hesabına milli valyutaya olunan təzyiqləri azaltmaq məqsədilə not buraxılışları dövlət sənədləri bazarında prosedurların həcminin artım dinamikasını təyin etmiş bununla yanaşı dövlət istiqrazları bazarı 48 faiz, not bazarı isə 19,4 dəfə çoxalmışdır.

Cədvəl 8. Dövlət qiymətli kağızlar üzrə dinamika

	2018-ci il		2017-ci il		Məbləğ üzrə fərq	Bazar payı (%)
	Əqdlərin sayı	Məbləği (mlrd AZN)	Əqdlərin sayı	Məbləği (mlrd AZN)		
Dövlət qiymətli kağızları	1 096	6.07	282	0.84	7 dəfə	100%
Dövlət istiqrazları	487	0.84	261	0.57	48%	14%
İlkin bazar (1)	396	0.79	207	0.42	89%	
Təkrar bazar	91	0.04	54	0.15	-69%	
Mərkəzi Bankın notaları	609	5.23	21	0.27	19 dəfə	86%
İlkin bazar (2)	602	5.19	21	0.27	19 dəfə	
Təkrar bazar	7	0.04	0	0		0%
(1) Dövlət istiqrazları üzrə olan yerləşdirilmiş nominal həcm (850 mln AZN)						

(2) Notlar üzrə olan yerləşdirilmiş nominal həcm (5 384 mln AZN)

Mənbə: www.fimsa.az sayıtının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Lizinq, faktorinq bazarı

Dünyada tək avadanlıq **lizinqi** 750 milyard dollardır. (2019) Azərbaycan İpoteka Fondu ASC-nin verdiyi məlumata görə 18162 şəxs ipoteka krediti götürüb, verilmiş ipoteka kreditləri üzrə məbləğ 741.3 milyon manatı keçib. Satistika Komitəsinin məlumatına əsasən 31 mart 2019-cu il vəziyyətinə görə, ölkədə layihələrin ümumi sayı 471 olmaqla fəal lizinq portfelinin həcmi 39,4 milyon manat təşkil edib.

Cədvəl 9. Lizinq şirkətlərinin bəzi fəaliyyət göstəriciləri

Şirkətin adı	Minimum və maksimum məbləğ	İllik %	İllik avans ödənişi	Lizinq müddəti	Lizinq obyektləri
Joint Leasing Company	10 000 AZN	17-21 %-dən başlayaraq	layihə dəyərinin 20- 30%-i	10 ilədək	tikinti, sənaye texnikası, nəqliyyat vasitələri
Unilizinq (daşınmaz əmlak xaric)	obyekt növündən asılı olaraq dəyişir	21%	20-30%	2-5 il	tikinti, sənaye texnikası, nəqliyyat vasitələri
MBC Lizinq	şirkətin investisiyasının 60%-ə qədər	17-20%	30%	3-7 il	nəqliyyat vasitələri, istehsal avadanlığı, tibbi avadanlıq, tikinti
Qafqaz Lizinq	min. 15 000 AZN, maks. 800 000 AZN	18-26%	min. 20%	min. 3 ay, maks. 8 ay	minik avtomobilləri
Ata Lizinq (daşınmaz əmlak xaric)	min. məbləğ 5000 ABŞ dolları	20-30%	30%-dən yuxarı	12 aydan 60 ayadək	ikinci əl avadanlıqları
Finans Lizinq	min. məbləğ 10 000 AZN, 50-60%- ə qədəri	20-25%-dən başlayaraq	40%	12-60 ay	nəqliyyat, inşaat, istehsalat, k/t avadanlıqları, iaşə
Parex Leasing & Factoring	10 000 AZN	20-35%	obyekt növündən asılı olaraq dəyişir	30-60 aya qədər	xüsusi təyinatlı texnika, avadanlıq, minik avtomobilləri

Mənbə: Lizinq şirkətlərinin rəsmi saytları məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən ümumiləşdirilmişdir

Cədvəldən göründüyü kimi, ümumi şəkil, 30% -dən daha çox haqqı olan müştərilər üçün 17% -dən başlayaraq icarə haqqı verildikdə, lizinq əməliyyatlarının orta müddəti 36 ay, orta illik faiz dərəcəsi 20%, avans ödənişləri 18-25-dir. %. Kirayə sektorunda lizinq aşağıdakı kimi portfel sahələrindən fərqlənə bilər: tikinti sektoru (40%), nəqliyyat (33%), istehsal (20%), digər sahələr (7%) (www.stat.gov.az).

Faktorinq əməliyyatları 2016-cı ildə 7.0, 2017- ci ildə 9.1, 2018 –ci ildə isə 27.7 olmuşdur. Bu əməliyyatların yüksək templə artdığını 2019-cu ilin yanvar ayı üçün olan 26.7 göstəricisi də sübut edir (www.cbar.az).

Faktorinq əməliyyatlarını Azərbaycan Respublikasında inteqrasiya prosesini təkmilləşdirmək üçün komisyon haqqını və ya faktorinq əməliyyatlarına aid olan xərcləri azaltmaq məqsədilə xarici ticarət sahəsində dövlət dəstəyini və ya zəmanətlərini tətbiq etmək məsləhətə uyğun sayılır.

Maliyyə bazarları ilə bağlı dövlət siyasətinin qiymətləndirilməsi

2019-cu ildə 11,5 milyard manat və 4,1 milyard ABŞ dolları məbləğində qiymətli kağızların dövlət qeydiyyatı aparılmışdır.

Cədvəl 10. Emitentlər dövlət qeydiyyatı

Emitentlər	**Qeydiyyat sayı**	**Məbləği (AZN)**
Kredit təşkilatları	18	1 280 000 000
Sığorta şirkətləri	2	55 000 000
Digər təşkilatlar	40	1 200 000 000
Cəmi	**60**	**2 535 000 000**

Mənbə: www.stat.gov.az (26.03.3019)

Veksel üzrə: Hesabat dövründə 3,1 milyard. ABŞ dolları və 1,7 milyard. manat məbləğində ümumilikdə 20 veksel buraxılışı dövlət qeydiyyatına keçmişdir.

Nəticə

Beləliklə, maliyyə bazarlarının tənzimlənməsinin qiymətləndirilməsi zamanı tarixi modelləşdirmə metodu, Monte-Karlo modelləşdirmə metodu, Delta-normal qiymətləndirmə metodu, Delta-qamma qiymətləndirməsini istifadə etməklə VaR hesablama metodları geniş tətbiq edilir.

Azərbaycanda tənzimləyici funksiyasını nəinki dövlət orqanları, habelə qeyri dövlət strukturları və təşkilatlar, o cümlədən, maliyyə bazarlarının peşəkar iştirakçılarının birlikləri də (ittifaqlar və assosiasiyalar) yerinə yetirir. Lakin onların rolu inkişaf etmiş bazar ölkələrində olduğu kimi o qədər də geniş deyildir. Bu kimi ittifaq və assosiasiyalar maliyyə bazarının müxtəlif seqmentlərində peşəkar iştirakçıların könüllü qeyri-kommersiya birlikləridir ki, onlar da özünütənzimləyici əsaslarla, lakin qanunvericilik çərçivəsində fəaliyyət göstərirlər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov A.H. (2016). Maliyyə bazarının formalaşması. Audit jurnalı, N°3, Bakı, 20-29
2. Abbasov A. H. (2015). Qiymətli kağızlar və onlarla əməliyyatlar. Bakı, İqtisad Universiteti, 1-221
3. Ağır, H.; Peker, O.; Kar, M., (2016). Finansal Derinleşmenin Belirleyicileri Üzerine Bir Değerlendirme: Literatür Taraması., BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar, 3(2), 31- 62.
4. Neftci, Salih N. (2015). Naive Trading Rules in Financial Markets and Wiener-Kolmogorov Prediction Theory: A Study of Technical Analysis. Journal of Business, 64: 549-571
5. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/
6. http://banco.az/az/news/merkezi-bankdan-2019-cu-il-ucun-pul-siyaseti-beyanati
7. https://bakuresearchinstitute.org/az/azerbaijani-2018-ci-ild%C9%99-az%C9%99rbaycanin-bank-sektoru/
8. https://banker.az/az%C9%99rbaycanda-h%C9%99r-6-ipoteka-kreditind%C9%99n-5-ni-kisil%C9%99r-goturur-t%C9%99hlil/
9. https://data.worldbank.org/
10. https://www.cbar.az/
11. https://www.cbar.az/page-42/monetary-indicators
12. www. socar.az Azərbaycan Dövlət Neft Şirkəti
13. www.cbar.az- Azərbayacan Respublikası Mərkəzi Bankı
14. https://tr.qwe.wiki/wiki/Monte_Carlo_methods_in_finance)
15. https://www.spk.gov. tr/ Site Apps/ Yayin/ Yayin Goster/1014

Müasir Dövrdə Azərbaycanda Səhm Bazarının İnkişaf İstiqamətləri

Fidan Həbibli

fidanhebibli47@gmail.com

Xülasə

Maliyyə bazarlarının əsasını təşkil edən səhm bazarı hal-hazırda Azərbaycanda inkişaf etməkdədir. Ölkəmizdə maliyyə bazarının sürətlə formalaşması prosesi ilə iqtisadiyyat və hüquq sahəsində aparılan islahatlar prosesi bazar infrastrukturunun yaradılması nəticəsində mümkündür. Yeni formalaşdırılan bazar infrastrukturunun ən vacib hissələrindən biri qiymətli kağızlar bazarıdır. Azərbaycanda kapitala tələbat çoxdur, amma banklarda kredit dərəcələrinin, bank faizlərinin artım sürəti yüksəkdir. Ölkəmizdə səhm bazarlarının inkişaf etdirilməsinin yüksək iqtisadi əhəmiyyəti olsa da, bu prosesin bütün dövrlərinin dövlət tənziminin və normativ-hüquqi bazasının tam formalaşmaması bu tədqiqat mövzusunun aktuallığına gətirib çıxarmışdır.Səhm bazarının inkişaf etməsi və səhm bazarının təkmilləşdirilməsi, ölkədəki iqtisdiyyatda davamlı iqtisadi artımın təmin olunmasında mühüm rol oynayır. Səhm bazarının güclü inkişaf etməsi, dövlət tərəfindən proqramlrın qəbul olunması və hayata keçirilməsi, həmçinin iqtisdiyyatın real sektorunun maliyyə ehtiyacının ödənilməsi problemləri, Azərbaycanda kapitala yüksək tələbat bu mövzününun aktuallığına gətirib çıxarıb. Belə ki, bazar iqtisadiyyatı dövründə olan ölkələrdə həmçinin, Azərbaycanda səhm bazarının inkişaf etdirilməsi qarşıda olan öhdəliklərdən biridir. İndiki dövrdə bütün dünyada səhm bazarındakı problemlərin həll edilməsini mümkün yolları barədə dövlət dairələrində və müəssisə miqyasında müvafiq tədbirlər görülür. Azərbaycanda səhm bazarının formalaşması üçün pozitiv beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla nəzəri və praktiki məsələlərin həlli zəruriliyi tədqiqat mövzusunun aktuallığını müəyyən edib, onun məqsəd və vəzifələrini şərtləndirmişdir.Məqalənin əsas məqsədi müasir dövrdə səhm bazarlarının inkişaf istiqamətlərini, bu sahədəki mövcud problem və nöqsanların araşdırılması, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq daha da inkişaf etmiş və ölkə reallığına uyğun vahid sistemin formalaşdırılması üçün təkliflər və tövsiyələr irəli sürməkdir.

Açar sözlər: Səhm, Bazar, Maliyyə, İnkişaf

Giriş

İqtisadiyyatın inkişafında xüsusi roluna görə fərqlənən bazar qiymətli kağızı olan səhmlər böyük əhəmiyyət kəsb edir. İlk səhmlər coğrafi kəşflər dövründə meydana gəlmişdir. Dəniz ekspedisiyalarının və iri ticarət karvanlarının maliyələşdirilməsi üçün əhəmiyyətli kapital qoyuluşuna ehtiyac hiss edilirdi. Qiymətli kağızların ən əsas növləri olan səhmlər ilə korporativ istiqrazların yaranması istehsalın vacib tələblərindən irəli gəlmişdir. Çünki, səhmlər ilə korporativ istiqrazlar real kapitalların mərkəzləşdirilməyinin vacib alətləri vəzifəsini icra edir. Eyni zamanda korporativ qiymətli kağızlarından istifadə olunması əhalinin bazar əlaqələri və istehsal sferasında marağının təmin edilməsində, iqtisadiyyatla əlaqəli mədəniyyətin formalaşmağına zəmin yaratmışdır. Bu proses hazırki dövrdə davam etməkdə olaraq mühüm rol oynamaqdadır.

Səhm bazarı, digər bazarlar kimi, bitkin texnoloji silsilələrin mürəkkəb təşkilati-iqtisadi sistemi kimi çıxış edir. Burada, bir yandan, qiymətli kağızlar buraxan emitentlər (hüquqi və fiziki şəxslər), digər yandan isə qiymətli kağızları alan investorlar (hüquqi və fiziki şəxslər), həmçinin qiymətli kağızların tədavülünə və müxtəlif fond əməliyyatların keçirilməsinə kömək edən vasitəçilər mövcuddur.Hər bir iqtisadiyyatın bir qütbündə pul yığımlarının artığı, digərində isə investisiyalar üçün əlavə pul vəsaitlərinin cəlb edilməsinə ehtiyac yaranır. Pul yığımlarının yenidən bölgüsü mexanizmlərindən biri də məhz qiymətli kağızlar bazarıdır. İqtisadiyyatın başqa sferaları ilə sıx əlaqəli olan bu bazar, kapitalın sərbəst pul resurlarına malik sahələrdən inkişafını maliyyələşdirməkdən ötrü imkanlarından daha geniş maliyyələşməyə ehtiyac duyan sahələrə axınını təmin edir. Qiymətli kağızları sonradan, lazım olduqda mənfəətli satışının mümkünlüyü investorları qiymətli kağızları almağa və bu yolla kapitalı ona ehtiyacı olan müəssisələrə verməyə sövq edir. (İbadov , E. T., Şabanov .E. İ., Ağayev. T. E. 2017:

s.19).

Metod

Məqalənin metodoloji əsaslarını Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsinin statistik məcmuələrindən, Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin, Maliyyə Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətinin, Bakı Fond Birjası, və Milli Depozit Mərkəzinin, Ümumdünya Fond Birjaları Federasiyasının S&P ,The Market Vectors Russia Index-in illik hesabat və analitik materialları təşkil edir.

Cədvəl 1. Səhmlərin müasir təhlilində istifadə edilən göstəricilər

Göstərici	Formula	Göstəriş
Borc əmsalı	Cəlb edilən kapital şəxsi kapital	Cəlb edilən kapitalın həcmi
Balans qiyməti	Şəxsi kapital x Nominal qiymət Abunə kapitalı	Bir aksiya üzrə şəxsi kapitalın həcmi
Bir aksiya üzrə gəlir	Düzəldilmiş nəticə aksiyaların sayı	Bir aksiyanın cəmləşdirilmiş nəticəsinin həcmi
«kurs/gəlir» nisbəti	Birja kursu Bir aksiya üzrə gəlir	Bütün il ərzində nə qədər gəlir qazanmaq lazımdır ki, qiymət bugünkü qiymətə bərabər olsun
kurs/ pulun hərəkət nisbəti	Birja kursu Bir aksiya üzrə pulun hərəkəti	Aksiyaların hesablanması zamanı pulun hərəkəti əmsalının aksiya kursunda əks edilməsi
Faktiki dividend gəlir	Dividend x Birja kursu	Birja kursu ilə müqayisədə dividendin həcmi

Mənbə: Abramov.A.E., (2017), s. 46

Uzun tarixi inkişaf yolu keçmiş səhm bazarları bu yolun müxtəlif mərhələlərində tədricən təşkilati, hüquqi və iqtisadi xarakterli yeni üsullar və elementlərlə tamamlanmşdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə iki əsas metoddan istifadə edilir. Bunlar fundamental analiz və texniki analizdir.

Analiz

Səhm bazarının fəaliyyətinin nəzəri əsasları

Qiymətli kağızlar bazarı barəsində xarici ölkələrdə tədqiqatlar uzun zamandır ki aparılır. Bu, həmin bazarların orada böyük həcmdə olması, geniş təcrübənin olması ilə bağlıdır. Rus iqtisadçısı Abramov A.E. qiymətli kağızlar bazarını belə səciyyələndirir: “Qiymətli kağızlar bazarı – investorların müvəqqəti azad kapitallarını akkumulyasiya edən, qiymətli kağızları satanların və alanların qarşılaşdığı və mənafelərinin reallaşdığı yer olaraq maliyyə bazarının sektorudur”.(Abramov A.E. 2017).

E.M.Sadıqovun kitabında qiymətli kağızlar bazarının elmi anlayışı verildikdə yazılır: «Qiymətli kağızlar bazarı – maliyyə bazarının hissəsidir. Tarixən belə olub ki, fond bazarı anlayışı və qiymətli kağızlar bazarı uyğun gəlir. Fondlar deyildikdə burada hər şeydən əvvəl «ən ümumi mənada qiymətli kağızlar» nəzərdə tutulur.(Sadıqov E.M., 2010).

Türk dilli iqtisadçı A. E. Menteş qeyd edirki, “Maliyyə bazarının bir hissəsi olan qiymətli kağızların emissiyası və yerləşdirilməsi zamanı yaranan münasibətləri, həmçinin bazarın peşəkar iştirakçılarının qiymətli kağızların sonrakı tədavülü üzrə fəaliyyətini əhatə edən anlayışdır”. (Menteş, A. E., 2015)

Kaporale, Hovells və Soliman qiymətli kağızların əsas tiplərini nəzərdə keçirərək yalnız adi səhmləri səciyyələndirirlər. Bu səhmlər korporasiyalar tərəfindən vaxtaşırı olaraq direktorlar şurasının müəyyən etdiyi məbləğdə dividendlər ödənilməsi öhdəliklərini əks etdirir. Bu tərifdə səhmlərin yalnız bir əlaməti – dividentlər şəklində gəlir ödənilməsi əlaməti əks olunmuşdur. Bu maliyyə alətinin bütün digər mühüm əlamətləri və xassələri həmin tədqiqatçıların nəzərindən kənarda qalmışdır. (Caporale, G.M., Howells, P.G.A. and Soliman, A.M., 2014).

İngilis müəllifləri Levine və Zervos adi səhmlərə səhmdar kapitalının bir hissəsi üzərində mülkiyyət hüququ verən sərmayə qoyulması aləti kimi tərif verirlər. Hər bir adi səhm korporasiyanın kapitalının bir hissəsi üzərində mülkiyyətin tituludur. Bu müəlliflər diqqəti ona cəlb edirlər ki, adi səhm üzrə gəlirin iki növü vardır: emitentin öz səhmlərinin sahiblərinə ödədiyi dividentlərin vaxtaşırı daxilolmaları; səhmlərin satışı və alışı zamanı onların məzənnə fərqindən yaranan məzənnə gəliri. Onlar imtiyazlı səhmləri sabit gəlir gətirən qiymətli kağızlar hesab edir, çünki adi səhmlərdən fərqli olaraq imtiyazlı səhmlər divident şəklində əvvəlcədən razılaşdırılmış həcmdə gəlir gətirir və bu dividendlər həmin korporasiyanın adi səhmlərinin sahiblərinə dividend ödənilməsindən hökmən əvvəl ödənilir. (Levine, R. and Zervos, 2010).

Azərbaycanda səhm bazarının mövcud vəziyyətinin təhlili

Bildiyimiz kimi 2015-ci il fevralın 21-ə kimi manat dollar qarşısında öz stabilliyini qoruyub saxlayırdı. Həmin vaxda kimi 1 manat 0.78 dollar olaraq qalırdı və ilk devalvasiya olduqdan sonra 1 manat 1.05 dollar oldu və bu manatın məzzənəsi üçün yetərincə zərbə idi. Beləki manat dollar qarşısında 38% ucuzlaşdı. Aydındır ki, belə zərbə 1994-1995-ci illərdə və bir müddət aradan sonra 1999- cu ildə qeydə alınmışdı . 2015-ci ilin fevral ayında dəyən zərbədən çox keçmədi və sonuncu ən böyük devalvasiya 2015-ci ilin 21 dekabr tarixində qeydə alındı. Buna səbəb 2015-ci ilin iyul aylarında dünya bazarında neftin qiymətinin sürətlə aşağı düşməsi oldu və valyuta bazarına sərt təsir göstərdi. (Abbasov A.H., 2016: s.22) Bununlada Mərkəzi Bankın qərarı ilə 21 dekabr 2015-ci ildən manat Üzən Valyuta sisteminə keçdi və 1 manat 1.55 dollar oldu. Bu prossein təsiri ilə səhm bazarında nələr yaşandı bütün bunları sxem şəklində aşağıda göstərək.

Cədvəl 2. Azərbaycan qiymətli kağızlar bazarının statistik göstəriciləri

	2018- ci il		2017- ci il		2018-2017-ci illər üzrə fərq	Bazardakı payı (%)
	Əqd sayı	Məbləği (mlrd AZN)	Əqd sayı	Məbləği (mlrd AZN)		
Korporativ qiymətli kağızlar	**2 948**	**3.66**	**3,235**	**8.75**	**-58%**	**23%**
İlkin bazar	167	2.27	**628**	8.25	-73%	
Təkrar bazar	2,781	1.39	**2 607**	0.50	3 dəfə	
Dövlət qiymətli kağızları	**1 096**	**6.07**	**282**	**0.84**	**7 dəfə**	**39%**
İlkin bazar	998	5.98	**228**	0.69	9 dəfə	
Təkrar bazar	98	0.86	**54**	0.15	**-41%**	
Törəmə maliyyə alətləri	**83,939**	**5.94**	**45 833**	**4.44**	34%	**38%**
Repo/əks-repo	**51**	**0.52**	**2**	**0.02**	25 dəfə	**0.30%**
Qiymətli kağızlar bazarı	**88 034**	**15.72**	**49 352**	14.03	12%	**100%**
İlkin bazar	1 165	8.25	835	8.94	**-8%**	
təkrar bazar	86 869	7.47	48 496	5.09	47%	

Mənbə: https://www.afbia.az/qk-göstericiler (21.03.2020)

2018-ci il ərzində qiymətli kağızlar bazarında artımdan əlavə, müsbət yönümlü qiymət və keyfiyyət yenilikləri göstərilmişdir. Buna əsas olaraq göstərmək olar ki, 2018-ci ildə qiymətli kağızlar bazarı 2017-ci illə nisbətdə 12 faiz çoxalaraq 15,7 milyard manat təşkil etmişdir. (https://www.afbia.az/qk-gostericiler) (21.03.2020)

2016-2017-ci illər hesabat dövrü müddətində Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyinin vasitəsiylə daxildən borclanma siyasətinin yürüdülməsi, bununla yanaşı AR-nın Mərkəzi Bankı hesabına milli valyutaya olunan təzyiqləri azaltmaq məqsədilə not buraxılışları dövlət sənədləri bazarında prosedurların həcminin artım dinamikasını təyin etmiş bununla yanaşı dövlət istiqrazları bazarı 48 faiz, not bazarı isə 19,4 dəfə çoxalmışdır. (https://www.afbia.az/qk-göstericiler) (21.03.2020)

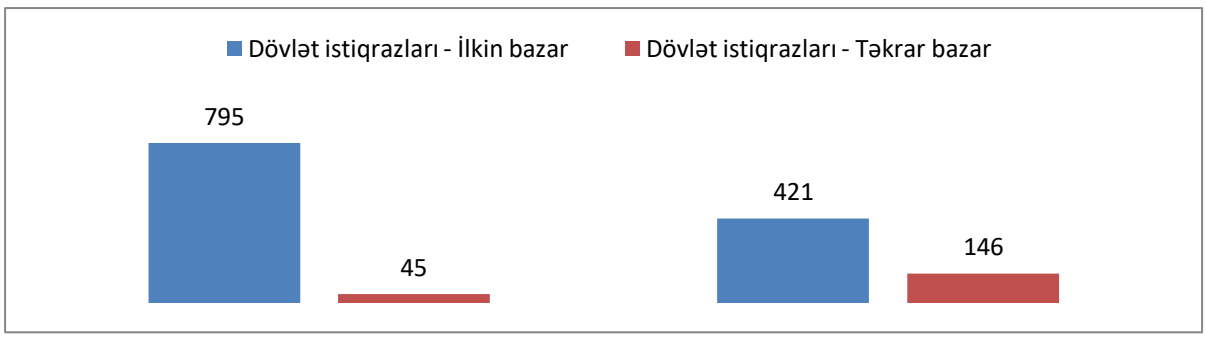
Cədvəl 3. Dövlət qiymətli kağızları üzrə göstəricilər

	2018-ci il		2017-ci il		2018-2017-ci illər üzrə fərq	Bazar payı (%)
	Əqdlərin sayı	**Məbləği (mlrd AZN)**	**Əqdlərin sayı**	**Məbləği (mlrd AZN)**		
Dövlət qiymətli kağızları	**1 096**	**6.07**	**282**	**0.84**	**7 dəfə**	**100%**
Dövlət istiqrazları	487	**0.84**	**261**	**0.57**	48%	14%
İlkin bazar (1)	396	0.79	**207**	0.42	89	
Təkrar bazar	**91**	0.04	**54**	0.15	**-69%**	
Mərkəzi Bankın notları	609	**5.23**	**21**	**0.27**	**19 dəfə**	86%
İlkin bazar (2)	602	5.19	21	0.27	**19 dəfə**	
Təkrar bazar	7	0.04	0	0	0	**0%**
(1) Dövlət istiqrazları üzrə olan yerləşdirilmiş nominal həcm (850 mln AZN)						
(2) Notlar üzrə olan yerləşdirilmiş nominal həcm (5 384 mln AZN)						

Mənbə: https://bbn.az/2019-cu-ilin-ii-rubu-uzr%C9%99-qiym%C9%99tli-kagizlar-bazarinin-icmal-gost%C9%99ricil%C9%99ri-aciqlanib/ (21.03.2020)

2019-cu ildə hərraclarda notlarla bağlanmış əqdlər üçün orta çəkili gəlirlilik 10,89 faiz təşkil etmişdir. İki il ərzində hesabat zamanı dövlət istiqrazlarının olması üçün fond birjasında 45 hərrac keçirilmiş və yekun olaraq ilkin bazarda əqdlərin tutumu ötən illə müqayisədə 89 faiz artaraq 795 milyon manat olmuşdur. Dövlət istiqrazlarının isə təkrar bazarı hesabat dövründə neqativ nəticə qazanaraq 69% azalmışdır və 45 milyon manat təşkil etmişdir. Bu dövr ərzində manat vasitəsiylə yerləşdirilmiş qısamüddətli dövlət istiqrazlarıyla bağlanmış əqdlər üçün orta çəkili gəlirlilik göstəricisi 10,15%, ortamüddətli dövlət istiqrazlarıyla bağlanmış əqdlər üçün isə orta çəkili gəlirlilik 13,08% olmuşdur.(http://m.islamazeri.com/azerbaycanin-qiymetli-kagizlar-bazari-34-yuzde-kicilib--39649.html) (21.03.2020)

Diaqram 1. Dövlət istiqrazları ilkin və təkar bazar (2019)



Mənbə: https://bfb.az/korporativ-istiqrazlar/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2017 – 2018 ci ilin hesabat dövründə real sektor idarəçilərinin və maliyyə institutlarının fond bazarı köməyilə öz kapitallarını çoxaltmaq təşəbbüsləri hesabına korporativ qiymətli kağızlar bazarının səhm seqmentində əqdlərin dəyəri 2,2 dəfə çoxalaraq 2 milyard manatı keçmişdir. Əsasən banklar tərəfindən investisiya istəklərinin təmin edilməsi üçün kapitalların çoxaldılması səhm bazarının artımını əsaslandıran vacib meyar kimi qeyd olunmuşdur. Ümumiyyətlə, səhmlərin ilkin bazarında yerinə yetirilən əqdlərin məbləği əvvəlki 2018-ci ilə nisbətən 2017-ci ilə nisbətdə 3,3 dəfə artaraq 1,9 milyard manat təşkil etmişdir.

Cədvəl 4. Korporativ qiymətli kağızlar üzrə göstəricilər (2017-2018-ci illər)

	2018 - ci il		**2017 - cı il**		**2018-2017-ci illər üzrə fərq**	**Bazar payı (%)**
	Əqdlərin sayı	**Məbləği (mlrd AZN)**	**Əqdlərin sayı**	**Məbləği (mlrd AZN)**		
Korporativ qiymətli kağızlar	**2 948**	**3.66**	**3 235**	**8.75**	**-58%**	**100%**
Səhmlər	2 009	2.03	2 587	0.92	2 dəfə	56%
Səhm (ilkin bazar)	57	1.9	133	0.56	3 dəfə	
Səhm (təkrar bazar)	1 952	0.16	2 454	0.35	-54%	
Korporativ istiqrazalar	**939**	**1.63**	**648**	**7.83**	**-79%**	**44%**
Ilkin bazar (manatla)	77	0.27	24	7.50	**-96%**	
Ilkin bazar (Xarici valyutada)	33	0.13	471	0.18	-31%	
Təkrar bazar(manatla)	70	0.92	40	0.07	12 dəfə	
Təkrar bazar(manatla)	759	0.32	113	0.08	4 dəfə	

Mənbə:https://bbn.az/korporativ-qiym%C9%99tli-kagizlar-bazari-913-mln-manat-t%C9%99skil-edib/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2017-2018-ci illərdə korporativ istiqrazların ilkin bazarı azalmağına baxmayaraq yenidən bazarda əqdlərin dəyərində artım müşhidə edilmişdir. Milli valyuta ilə əsasən buraxılmış korporativ istiqrazların təkrar bazarında əməliyyatların həcmi 12,4 dəfə artaraq 917 milyon manat və xarici valyutada olan korporativ istiqrazların tutumu 4,2 dəfə çoxalaraq 315 milyon manat olmuşdur.İstiqraz bazarına nəzər yetirmək istəyirəm**.** Hazırda ölkəmizdə istiqraz bazarında fəallıq edən Maliyyə Nazirliyinin buraxdığı manat istiqrazı və Azərbaycan dövlət neft müəssisəsinin buraxdığı SOCAR istiqrazıdır. Əsasən diqqətimi SOCAR istiqrazı çəkdiyi üçün bu mövzuda geniş bəhs etmək istəyirəm.

Respublikamızda istiqraz bazarında aparılan prosedurların 76%-dən çox hissəsi SOCAR istiqrazları təşkil edir. SOCAR istiqrazları 2017-ci ildə rekort həddə çata bilib. Həmin ilin ilk iki ayı müddətində respublikamızın qiymətli kağızlar bazarında istiqrazlarla 69,7 milyon manatlıq əməliyyat aparılıb. Onuda qeyd edimki respublikamızda 2019-cu ildə sənədlər bazarında bütün istiqrazlar üzrə (ipoteka istiqrazları xaric) bütövlükdə 135 milyon ABŞ dolları dəyərində əməliyyat olub. Ümumilikdə

SOCAR İstiqrazları istiqraz bazarının 67,8%-ni əhatə edir.

Cədvəl 5. 2019 – cu ildə istiqraz bazarının dinamikası (ABŞ dolları ilə ifadə)

SOCAR	89 535 626 $	66.8 %
Digər Korporativ	16 972 518 $	12.6 %
Dövlət	27 516 320 $	20.6 %
Cəmi:	134 024 464 $	100 %

Mənbə: http://socaristiqraz.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2019-cu ildə SOCAR istiqrazları təzədən bazarda ən çox alınıb-satılan qiymətli kağız olmuşdur. Bu istiqrazlara fiziki və hüquqi şəxslərin böyük diqqət göstərməsi isə onun bahalaşmasına səbəb olmuşdur. 2019-cu ildə istiqrazların qiyməti 1 000-1 023 ABŞ dolları intervalında dəyişmişdir, həmin ilin sonunda isə satış qiymətinin ən yüksək həddi 1030 ABŞ dollarınadək yüksəlib.(http://socaristiqraz.az/) (21.03.2020) Bununla yanaşı 2019-cu ildə SOCAR istiqrazları ilə REPO əməliyyatlarına da start verilmişdir. REPO əməliyyatı əsasən istiqraz sahiblərinə öz sənədlərini girov qoyaraq güzəştli şərtlər əsasında (güzəştli şərtlər dedikdə illik 3,6%-4 faiz) kredit götürməyə şərait yaradır. İstiqraz sahiblərinin öz sənədlərini satmasına ehtiyac da qalmır, istiqraz sahibləri istənilən vaxt REPO əməliyyatından istifadə etməklə tələb olan vəsaiti çəkə bilirlər. REPO prosedurlarını cəlbedici edən başqa bir cəhət isə faiz dərəcəsinin olduqca sərfəli olmasıdır. Yəni ki, istiqrazın gəlirlilik səviyyəsi illik 5% olduğu üçün REPO əməliyyatları vasitəsiylə kredit cəlb edənlər yenə də gəlir götürməkdə davam etməkdədir. 2019-cu ildə bu üstünlük nəticəsinə görə istiqraz sahibləri REPO prosedurlarına böyük diqqət göstəriblər. Tez bir zamanda SOCAR istiqrazları ilə REPO prosedurlarının tutumu 11,6 mln ABŞ dollarını keçib (http://socaristiqraz.az/). (21.03.2020)

Cədvəl 6. 2019- cu ildə REPO bazarının dinamikası (ABŞ dolları ilə ifadə)

SOCAR İstiqrazları	13 REPO müqaviləsi	11 692 646 $	57 %
Digər istiqrazlar	20 REPO müqaviləsi	8 704 496 $	43 %
Cəmi:		20 397 142 $	100 %

Mənbə: www.http://socaristiqraz.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2019-cu il ərzində SOCAR İstiqrazları üzrə 4 dəfə faiz ödənişi olunub. Bu ödənişlər yanvar, aprel, iyul və oktyabır aylarında olub. Bu tarixlərdə olunan ödənişlər əsasında istiqraz sahibləri 5 000 000 dollar gəlir götürüblər və bununla da 2018-ci ildə SOCAR İstiqrazları respublikamızda öz sahiblərinə ABŞ doları ilə ən çox gəlir qazandıran sənəd olub (http://socaristiqraz.az/) (21.03.2020) SOCAR istiqrazlarının nominal qiyməti 1 000 ABŞ dolları olan istiqrazların illik qazancı 5% yəni 50 dollardır. İstiqraza üzrə faiz ödənişləri əsasən il ərzində 3 ayda bir olurki buda il ərzində 4 dəfə ödənilir (http://socaristiqraz.az/). (21.03.2020)

Azərbaycanda SOCAR istiqrazları nəinki təkcə istiqraz bazarında həmçinin bütün qiymətli kağızlar bazarında ən böyük tələb olunan qiymətli kağıza çevrilib. Düşünsək ki, hal hazırda qiymətli kağızlar bazarında başqa qiymətli kağızlarla aparılan prosedurların böyük qismi birdəfəlik xarakter daşıyır. Dəqiq desek bu qiymətli kağızların əsasən ilkin yerləşdirilməsindən

sonra yenidən bazarda prosedurların tutumu az olur. Bundan əlavə, aparılan prosedurların böyük qismi banklar, müəssisələr və investisiya müəssisələrinin arasında olur. Lakin SOCAR istiqrazlarında təkrar bazar kifayət qədər aktivdir və bugunədək buraxılmış 100 milyon dollarlıq istiqrazlar üzrə tam olaraq 69 milyon dollarlıq prosedur aparılıb.

Cədvəl 7. Qiymətli kağızların dövlət qeydiyyatı (2019)

Emitentlər	Qeydiyyat sayı	Məbləği (AZN)
Kredit təşkilatları	18	1 280 000 000
Sığorta şirkətləri	2	55 000 000
Digər təşkilatlar	40	1 200 000 000
Cəmi	**60**	**2 535 000 000**

Mənbə: https://report.az/maliyye/azerbaycanda-yeni-qiymetli-kagizlarin-qeydiyyati-8-artib/ (21.03.2020)

Cədvəl 8. Emitentlərin Qeydiyyat sayı (AZN) (2019)

Emitentlər	Qeydiyyat sayı	Məbləği (AZN)
Dövlət istiqrazları	4	900 000 000
Mərkəzi bankın notları	50	6 085 000 000
Cəmi	**54**	**6 985 000 000**

Mənbə: https://report.az/maliyye/azerbaycanda-yeni-qiymetli-kagizlarin-qeydiyyati-8-artib/ (21.03.2020)

Qiymətli kağızlar bazarınının ayrılmaz hissəsi fond bazarıdır və bu kağızların satışına görə fond bazarlarının fəaliyyəti birinci və ikinci bazarlara ayrılır.İlkin bazar təzə buraxılmış sənədlərin satışı üçün düşünülür, o ən çox yeni qurulan şirkətlərin, səhmdar cəmiyyətlərinin və başqa təsərrüfat subyektlərinin ilkin buraxılışı səhmlərinin gerçəkləşdirilməsini həyata keçirir. Bu bazarın işlərinin əsas özəlliyi odur ki, burada emitentlərlə alıcılar dəqiqliklə müəyyən olur və prosedurlar bir növ qapalı formada keçirlir. İlkin bazarın nümayəndələri vəzifəsində sənədlərin emitentləri və investorları özünü göstərir. İlkin bazarın gördüyü işlər mütləq anlamda ikinci bazarın varlığını əsaslandırır. İkinci bazar əvvəllər buraxılmış sənədlərin alqı-satqısı üçün düşünülür. Bu bazarın mühüm subyektləri emitentlər deyil, ən çox hər hansı mənfəət, qazanc məqsədilə fəaliyyət göstərən istifadəçilər olur. İkinci bazar ölkədə investisiya və əmanətlərin tutumuna təsir göstərməkdən əlavə, eyni zamanda onların təzədən paylaşdırılmasını həyata keçirir. Sözü gedən bazar qiymətli kağızarın buraxılmasının dəyişməzliyini təmin edir ki, nəticədə bu qiymətli kağızlarla əlaqədar balanslaşdırılmanın və likvidliyin formalaşmasında vacib rol oynayır.İkinci bazarın təşkil edilən və təşkil edilməyən şəkilləri vardır. Təşkil edilən bazarda birja ticarəti, təşkil edilməyən bazarda isə birjadankənar ticarət prosedurları keçirilir. Təşkil edilən bazarın fərqləndirici yönü – burada alıcı və satıcı tərəflərin görüşməsi və istək və təklif amilindən asılı şəkildə ayrı-ayrı əqdlərin bağlanma imkanlarının mümkünlüyüdür. 2019-cu ildə 11,5 milyard manat və 4,1 milyard ABŞ dolları məbləğində qiymətli kağızların dövlət qeydiyyatı aparılmışdır (https://report.az/maliyye/azerbaycanda-yeni-qiymetli-kagizlarin-qeydiyyati-8-artib/). (21.03.2020)

Cədvəl 9. BFB-nin ticarət dövriyyəsinin illik və orta günlük cədvəli

Bazarlar/ Əməliyyatlar	31.12.2019-cu il tarixinə		31.12.2019-cu il tarixinə	
	Əqdləri həcmi (manatla)	Əqdlərin sayı	Əqdlərin orta günlük həcmi (manatla)	Əqdlərin orta günlük sayı
1. Dövlət qiymətli kağızları	11,781,968,963	2,177	48,286,758	8.92
1.1. İlkin bazar	10,877,166,709	1,581	44,578,552	6.48
Dövlət istiqrazları	659,008,281	368	2,700,854	1.51
ARMB* qiymətli kağızları	10,218,158,428	1,213	41,877,698	4.97
1.2. Təkrar bazar	904,802,254	596	3,708,206	2.44
Dövlət istiqrazları	525,745,218	513	2,154,694	2.10
ARMB qiymətli kağızları	379,057,036	83	1,553,512	0.34
2. Korporativ qiymətli kağızlar	1,129,248,340	2,665	4,628,067	10.92
2.1. İlkin bazar	167,095,367	59	684,817	0.24
2.1.1. Səhmlər	700,000	3	2,869	0.01
2.1.2. İstiqrazlar	166,395,367	56	681,948	0.23
- İpoteka istiqrazları	151,007,578	25	618,884	0.10
- Digər istiqrazlar	15,387,789	31	63,065	0.13
2.2. Təkrar bazar	962,152,973	2,606	3,943,250	10.68
2.2.1. Səhmlər	3,360,103	2,069	13,771	8.48
2.2.2. İstiqrazlar	958,792,870	537	3,929,479	2.20
- İpoteka istiqrazları	916,068,096	47	3,754,377	0.19
- Digər istiqrazlar	42,724,774	490	175,102	2.01
3. Repo əməliyyatları	1,122,579,735	618	4,600,737	2.53
Dövlət istiqrazları üzrə	737,173,415	545	3,021,203	2.23

ARMB qiymətli kağızları üzrə	375,410,922	55	1,538,569	0.23
Korporativ qiymətli kağızlar üzrə	9,995,398	18	40,965	0.07
Cəmi (1+2+3)	14,033,797,038	5,460	57,515,562	22.38
- o cümlədən: ilkin bazar	11,044,262,076	1,640	45,263,369	6.72
- o cümlədən: təkrar bazar	1,866,955,227	3,202	7,651,456	13.12

Mənbə: https://bfb.az/wp-content/uploads/2015/07/Statistika-2019-.pdf (21.03.2020)

Bakı Fond Birjası" QSC-də (BFB) bütün maliyyə alətləri üzrə bağlanmış əqdlərin ümumi dəyəri 2019-cu il üzrə 10 022,897 milyon manat təşkil etmişdir. 2019 –cu ildə ildə bağlanmış əqdlərin sayı isə 1,65% artaraq 3 338 olub. BFB-nin dövriyyəsinin 85,1%-i və yaxud 8 531,92 milyon manatı dövlət qiymətli kağızlarının payına düşüb. Bu, illik müqayisədə 0,15% çoxdur. Həmçinin 2019-cu ildə korporativ qiymətli kağızlar bazarı üzrə əqdlərin dəyəri 26,2% artaraq 746,684 milyon manat, repo əməliyyatları üzrə əqdlərin dəyəri 39,8% artaraq 744,294 milyon manat olub.2019-cu il ərzində (244 ticarət günü) Bakı Fond Birjasında bütün alətlər üzrə keçirilən əqdlərin ümumi həcmi 14,033,797,038 AZN , orta günlük həcmi isə 57,515,562 AZN təşkil etmişdir.

Nəticə

Səhm bazarı iqtisadiyyatın maliyyələşdirilməsinin dövlət büdcəsi və bank sistemi ilə yanaşı ən mühüm üsullarındandır. Səhm bazarı bir növ dinamik inkişafedən istehsalların xeyrinə perspektivli və rentabelli şəkildə təkrar bölgünü təmin edir. Şirkətin fəaliyət prosesi tsiklik xarakter daşıyır və bu vaxt ərzində vəsaitlərin cəlbi, məhsulun istehsalı, istehsal edilən məhsulun satışı və yekun olaraq maliyyə vəsaitinin əldə edilməsi baş verir. Bundan əlavə şirkətin digər maliyyələşmə mənbəyi aksiyaların satılmasında əldə edilən maliyyə vəsaitidir. Səhm bazarının yaranması hər şeydən əvvəl cəmiyyətdə bazar münsibətlərinin yaranmasından başlayır. Hal-hazırkı zamanda Azərbaycanda iqtisadiyyatın qlobal makro və mikroiqtisadi proseslərdən təcrid olunduğunu demək düzgün deyildir. Başqa sahələrdə olduğu kimi iqtisadi sferada da, Azərbaycan beynəlxalq proseslərə tam inteqrasiya olunub və bu hadisələrin aktiv iştirakçısına çevrilməklə qlobal dünyanın bir parçası olmuşdur.

Respublikamızda keçən dövr ərzində səhm bazarının tərəqqisi istiqamətində bir sıra geniş islahatlar keçirmişdir və bu dövrdə səhm bazarının hüquqi-tənzimləyici bazasının qabaqcıl beynəlmiləl təcrübəyə uyğunlaşdırılması üçün kəskin şəkildə tədbirlər görülmüşdür.

Səhm bazarında baş verən mühüm problemləri aradan qaldırması istiqamətində həyata keçirilməkdə olan uğurlu iqtisadi siyasətin nəticəsində ölkə iqtisadiyyatının həmçinin xarici effektlərə daha dözülməz olan maliyyə sahəsinin möhkəmliyi təmin olunmuşdur. Axır dövrlər dünya ölkələrində cərəyan edən maliyyə-iqtisadi böhranı şəraitində belə ölkə iqtisadiyyatının dinamik tərəqqisi davam etmişdir, bununla yanaşı maliyyə sektorunun stabilliyi, yüksək kapital axını dərəcəsi və likvidlik dərəcəsi qorunub saxlanmışdır.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.H. (2016). Maliyyə bazarının formalaşması, «Audit» jurnalı, N°3, Bakı, 20-29
2. Abbasov A. H. (2015) . Qiymətli kağızlar və onlarla əməliyyatlar Bakı: İqtisad Universiteti,.1-221
3. Caporale, G.M., Howells, P.G.A. and Soliman, A.M. (2014) "Stock Market Development and Economic Growth: The Causal Linkages" Journal of Economic Development, Vol. 29, No. 1,. 35-52.
4. İbadov , E. T., Şabanov .E. İ., Ağayev. T. E. (2017). Fond birjasında investisiya, Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi , Headstart İnternational , PAŞA Bank, Bakı: Headstart İnternational, 1-398
5. Levine, R. and Zervos, S., (2010) "Stock Market Development and Long-Run Growth" World Bank Economic Review, 10(2), 332-341
6. Menteş, A. E. (2015). Sermaye Piyasası Tekniği", (1nci baskı). Doğuş Matbaacılık: İstanbul, 1- 278
7. Sadıqov E.M.(2010), Bank əməliyyatları.Bakı ,Çıraq,1-263
8. Абрамов А.Е.(2017) Российский финансовый рынок: факторы развития и барьеры роста М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 1-202.
9. Абрамов А.Е.(2017). Российский финансовый рынок: факторы развития и барьеры роста. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 1- 4
10. http://m.islamazeri.com/azerbaycanin-qiymetli-kagizlar-bazari-34-yuzde-kicilib--39649.html
11. http://socaristiqraz.az/
12. https://banker.az/baki-fond-birjasinin-funksiyalari-n%C9%99d%C9%99n-ibar%C9%99tdir/
13. https://bbn.az/2019-cu-ilin-ii-rubu-uzr%C9%99-qiym%C9%99tli-kagizlar-bazarinin-icmal-gost%C9%99ricil%C9%99ri-aciqlanib/
14. https://bbn.az/korporativ-qiym%C9%99tli-kagizlar-bazari-913-mln-manat-t%C9%99skil-edib/
15. https://bfb.az/bfb-nin-dovriyyesinin-muqayiseli-cedveli-2/
16. https://bfb.az/dovlet-qiymetli-kagizlari/
17. https://bfb.az/korporativ-istiqrazlar/
18. https://bfb.az/wp-content/uploads/2015/07/Statistika-2019-.pdf
19. https://finco.az/baki-fond-birjasinin-dovriyy%C9%99si-4-artib/
20. https://report.az/maliyye/azerbaycanda-yeni-qiymetli-kagizlarin-qeydiyyati-8-artib/
21. https://www.afbia.az/qk-göstericiler
22. socar.az Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti
23. www.bfb.az-Bakı Fond Birjası
24. www.cbar.az-Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı
25. www.economy.gov.az-Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi
26. www.maliyye.gov.az-Maliyyə Nazirliyi
27. www.mdm.az-Milli Depozit Mərkəzi
28. www.sehm.az
29. www.stat.gov.az-Dövlət Statistika Komitəsi

Azərbaycanda səhm bazarlarının mövcud problemləri və onların həlli yolları

Həqiqət Abdullayeva

haqiqatabdullayeva@gmail.com

Xülasə

Bu tədqiqatın əsas məqsədi Səhm bazarlarının Azərbaycandakı faktiki vəziyyətinin təhlili, müasir bazar iqtisadi münasibətlərinin formalaşmasında və inkişafında rolu, maliyyə və pul resurslarının investisiya məqsədləri üçün cəlbində əsas bazar kimi araşdırılmasından ibarətdir. Maliyyə resurslarının yığılaraq, məqsədli şəkildə istifadəyə veriməsi, investisiyanın daxili mənbələrinin yaradılması, fiziki və hüquqi şəxslərin sərbəst pul vəsaitlərini onların və cəmiyyətin xeyrinə istifadə etməsi, inflyasiya kimi neqativ proseslərin qarşısının alınması, iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi və mühüm məqsədlərin həyata keçirilməsinə xidmət etməsi metodlarının təhlil edilməsi bu məqalinin yazılmasını aktual etmişdir. Nəzərə alsaq ki, inkişaf etmiş bir çox ölkələrin dövlət büdcəsinin 30 faizinə qədəri məhz fond bazarlarında yaranır və real sektora və iqtisadiyyata geniş təsir imkanlarına malikdir, Azərbaycanda bu bazarın inkişaf etdirilməsi dövlətin maliyyə siyasətində başlıca məqsədinə çevrilməlidir. Ən sonuncu on ildə baş verən qlobal səviyyəli iqtisadi və maliyyə böhranları fond bazarının təşkili və tənzimlənməsi, eyn zamanda problemlərin tədqiqinə daha da geniş çərçivədə baxılmasını aktual etmişdir. Bazarın dünya və daxili iqtisadiyyatın inkişafında önəmli rol oynadığını nəzərə alaraq baş verən proseslərin mütəmadi təhlil edilib, qiymətləndirilməsinə ehtiyac artır. Azərbaycanda qəbul edilən qanun sənədləri bu bazarın təşkili əsaslarını möhkəmləndirir.

Açar sözlər: Səhm bazarları, qiymətli kağızlar bazarı, fond birjası

Giriş

Səhm bazarları modern dövrdə bazar münasibətlərinin formalaşmasında və inkişaf etdirilməsində önəmli rol oynamaqla yanaşı, maliyyə-pul resurslarının investisiya məqsədləri üçün cəlb edilməsində də əsas bazar kimi əhəmiyyət kəsb edir. Bu bazar maliyyə resurslarının yığılıb, məqsədli şəkildə istifadəsini, daxili investisiya mənbəyinin yaradılmasını, fiziki və hüquqi şəxslərin sərbəst pul vəsaitlərindən onların və cəmiyyətin xeyrinə səmərəli istifadəsini, inflyasiya kimi neqativ proseslərin qarşısının alınmasını, iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi və mühüm məqsədlərin həyata keçirilməsini təmin edən bir vasitədir. İEÖ-lərin əksəriyyətinin büdcəsinin 30 faizə yaxını səhm bazarlarında yaranır. Səhm bazarı real sektora və iqtisadiyyata geniş təsir imkanlarına malikdir. Azərbaycanda da tam rahatlıqla belə mülahizəni sübuta yetirmək olar ki, səhm bazarı ölkənin makroiqtisadi və mikroiqtisadi inkişafına dəstək olmaqla birlikdə, həm də sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsində, vətəndaşların maddi rifah halının artırılmasında təsirli olub, sivil bazar münasibətlərinin təşəkkülündə öz əvəzsiz xidmətini göstərmək gücündədir. (M.Quluzadə, 2015).

2000-ci ildən başlayaraq Azərbaycanda səhm bazarının təşkili istiqamətində önəmli addımlar qət edilmiş, tənzimlənmə mexanizmi və infrastrukturu yaradılmış, hüquqi bazası formalaşdırılmışdır. Müasir inkişaf daxili və xarici iqtisadi əlaqələrin artırılmasını aktuallığa çevirməklə, müəssisə və təsərrüfat subyektlərinin investisiya cəlbində önəmli rol oynayan səhm bazarına diqqəti daha da artırmışdır. Məhz belə səbəblərdən ölkədə qəbul edilmiş bir çox hüquqi-normativ sənədlərdə qiymətli kağızlar, əsasən də səhm bazarının inkişafına xüsusi diqqət yetirilməkdədir. “Bu cür sənədlərdən olan Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası”- da və “2011-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının 6 inkişafı” Dövlət Proqramında qiymətli kağızlar bazarının institusional inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi və onun beynəlxalq standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi, ölkə iqtisadiyyatında onun kapitallaşma dərəcəsinin yüksəldilməsinə

nail olunması və iqtisadi layihələrin maliyyələşdirilməsində fond bazarı vasitəsilə cəlb olunan qeyri-inflyasiya mənşəli investisiya vəsaitlərindən istifadənin genişləndirilməsi kimi mühüm məsələlər əsas diqqət mərkəzində götürülmüşdür". (Y.Ə.Məmmədov, 2016).

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını araşdırılan mövzu üzrə yerli və xarici müəlliflərin elmi işləri, rəsmi və biblioqrafik mənbələr təşkil edirlər. Tədqiqatın alətlər bazası kimi daha çox nəticə verə bilən elmi dərketmə, araşdırmalar və təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Müasir dövrdə səhm bazarının əsas vəzifələri ilə yanaşı - vasitəçi və qiymətyaratma, həmçinin ictimai istehsal tənzimləyicisinə xidmət göstərmək, istehsalçılara ictimai tələblər haqqında informasiya təqdim etmək, iqtisadiyyatın bir sektorundakı ehtiyatların digərlərinə yönləndirilməsinə kömək etmək kimi digər vəzifələri vardır. Bakı Fond Birjasının fəaliyyətə başladığı vaxtdan indiyədək keçdiyi yol qısa olmayıb. Bu gün bu bazar bütün qiymətli kağızlar bazarının infrastrukturunun əsasıdır. Baxmayaraq ki, inkişafındakı çatışmazlıqlar, həm də birjanın pis vəziyyətindən xəbər verir. Beləliklə, mövcud ölkə bazarı bir tərəfdən Azərbaycan Mərkəzi Bankı və Maliyyə Nazirliyi, digər tərəfdən isə əsas hissəsi bankların qiymətli kağızlarına malik olan investorlar arasında vasitəçi rolunda çıxış edir. Birjanın korporativ sektoru praktiki olaraq kifayət qədər inkişaf etməyib. Burada həmçinin, daha çox banklar tərəfindən emisiya olunan (banklar səhmləri faktiki olaraq nizamnamə kapitallarının artırılması üçün emisiya edirlər) möhkəmlənmiş əsas rola malik qiymətli kağızlarla ilkin bazarın istiqrazları iştirak edirlər. Birjanın fəaliyyətində dövlət qiymətli kağızları öz yüksək mövqeyini hələ də saxlamaqdadır. Bu nüans dövlətin bu bazarı inkişafına dəstək məqsədlərindən çox bankların ehtiyaclarının qarşılanmasına xidmət etməkdədir. Uzunmüddətli alətlərin olmaması şübhəsiz ki, onların yüksək satınalınma təminatındakı çətinliklərlə əlaqədardır. Bazarda banklar çoxluq təşkil edir və hələki onların xüsusi çəkisini azaltmaq mümkün deyil. Birja və bank sektoru arasında müəyyən rəqabətin olduğunu nəzərə alsaq, yaxın zaman içərisində bunu etmək mümkün olmayacaq. Banklar isə, öz növbəsində, qiymətli kağızlara qoyuluşlara ciddi maraq göstərmir, əsasən öz qiymətli kağızları ilə bağlı əməliyyatlarla fəaliyyət göstərirlər. Əgər ölkə müəssisələri tərəfindən qiymətli kağızların və istiqrazların bazarda uğurlu yerləşdirilməsi həyata keçirilərsə bank kreditlərinə maraq azalar. (A.Abbasov, 2007)

Qiymətli kağızlar bazarında geniş çeşiddə alətlərin yoxluğu qiymətli kağızların nisbətən daha optimal portfelinin yaradılmasını çətinləşdirir. Korporativ qiymətli kağızlar sektorunda səhm və istiqraz alətlərinin çeşidi də azdır. Qeyd edilən problemlər ölkədə fond bazarının inkişafının ləngiməsinə öz təsirini təsir göstərir. Bazarın inkişafi iqtisadi metodların geniş tətbiqi, birja məlumatlarının yayılması və təhlili kimi amillərlə sıx bağlıdır. Burada bir neçə informasiya – təhlil mərkəzələrinin və ya ümumi bazar xidmətinin yaradılması zəruridir. Azərbaycanda fond bazarının təşəkkül tapması və inkişafi onun bazar iqtisadiyyatı institutları sırasına əsaslı şəkildə transformasiyası ilə bağlıdır və bu aktual problem hesab olunur. Fond bazarının ölkədə kapital və investisiya təminatının əsas maliyyələşmə mənbəyi və mexanizmi kimi formalaşdırılması - onun dayanıqlı iqtisadi inkişafın zəruri amilinə çevrilməsinə, texniki tərəqqiyə və cəmiyyətin rifah halının yaxşılaşdırılmasına səbəb olacaqdır. Bu məqsədə ancaq dövlətin və milli kapitalın qarşılıqlı intensiv fəaliyyəti əsasında nail oluna bilər. Bununla yanaşı, beynəlxalq təcrübə göstərir ki, yüksək texnologiyalar sahəsində fəaliyyət göstərən firma və şirkətlərin

inkişafı üçün məhz fond bazarı birinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edən maliyyə mənbəyidir. (A.Musayev, 2014).

Azərbaycan qlobal iqtisadiyyata inteqrasiya etdikcə maliyyə sahəsi ilə fond bazarı arasında əlaqələr daha da dərinləşir. Azərbaycanın fond bazarının birinci problemi kimi maliyyə resurslarının qeyri-səfərbərliyi ilə yanaşı, investisiya fəaliyyətinin əsaslandırılmaması diqqəti cəlb edir. Buna maliyyə institutlarına inamın zəif olması kimi baxmaq olar. Kiçik investorların "yuyulub aparılması", əksər səhmdar cəmiyyətlərinə, müəssisələrə nəzarət edən və səhmlərin gəlirliyinin və likvidliyinin saxlanılmasında, dividend siyasətinin aparılmasında maraqlı olmayan iri mülkiyyətçilərin üstünlük təşkil etməsinə gətirib çıxartmışdır. Emitentlər açıq kapital bazarına çıxmaqda maraqlı deyillər və onlar bazarın kapital cəlbediciliyi imkanlarını başa düşmürlər. Nəticədə müstəqil olaraq bazara çıxmağa hazırlaşa bilmirlər. Maliyyə institutları və emitentlər ölkə müəssisələrinin bazar kapitallaşmasının obyektiv qiymətləndirilməsində maraqlı deyillər. Lakin, məhz bazar iqtisadiyyatı obyektivlik naminə şirkətlərin maliyyə hesabatı ilə yanaşı, investorlar üçün ən sadə və mümkün meyarlar olan – şəffaf səhm bazarında "risk-gəlir" əsasında fəaliyyətin qiymətləndirilməsini tələb edir. Səhm bazarının tənzimlənməsi isə milli fond bazarının fəaliyyətinin ən zəif yeridir. Bu problem özünü bir neçə amillərdə göstərir: Qiymətli kağızlara investisiyanın vergi stimullaşdırılmasının olmaması; Qiymətli kağızlar bazarını tənzimləyən dövlət orqanlarının daimi maraq münaqişəsi; Böhran əleyhinə tənzimlənmənin olmaması; Gündəlik proseslərə təsir etməyin qeyri-mümkünlüyü; Fond bazarının normativ-hüquqi bazasında boşluqların və ziddiyyətlərin mövcudluğu; Səhm bazarının tənzimlənməsi məsələlərində mövcud qanunvericilik və normativ aktların yerinə yetirilməsi üzərində nəzarətin kifayət qədər olmaması. (President.az, 2015).

Bütün dünyada fond bazarının inkişaf səviyyəsinin vacib indikatorlarından biri səhm bazarının məcmu kapitallaşması (şirkətlərin bazar dəyəri) ilə Ümumi Daxili Məhsulun həcmi arasındakı nisbət hesab olunur. Ölkənin fond bazarı aşağı kapitallaşma səviyyəsi ilə iri olmayan maliyyə institutları əsasında qurulub ki, bunların da daha diversifikasiyalı və iri biznesə qədər artması çətin bir prosesdir. Regional bazarlar qapalı vəziyyətdədir: regional çərçivədə maliyyə məhsullarına təkliflər yoxdur. Bazar ilkin mərhələsində investisiya prosesi ləngiyir, səhmdarlar və menecment nadir hallarda gəlirin öz müəssisələrinin inkişafına investisiya olunması haqqında məlumatlandırılırlar. Səhm bazarlarının yaranması ilə yanaşı inkişafı üçün də zəruri olan bu amillər bazarın zəif inkişafını şərtləndirir. Səhm bazarının inkişafı müəssisələrin və dövlətin maliyyələşmə mənbələrini axtarma prioritetindən aslıdır. Bazarda fond axtaranlar, ilk növbədə özünün yüksək gəlirliyini, perspektivliyini cəmiyyətə göstərmək yoluyla nail ola bilər. Lakin, Azərbaycan reallığında bu sanki özünü göstərmir. Yüksək gəlirliyin göstərilməsinin arxasında qanuni fəaliyyət və vergi ödənişləri durur. Bu isə, öz növbəsində müəssisəyə "sərf" etmir. Digər tərəfdən Energetika və digər dövlət sektoruna yönələn külli miqdarda xarici investisiyalar səhm bazarının yaradılmasının zərurətlərindən biri olan xarici maliyyələşmə problemini nisbətən arxa plana çəkir. Təcürbə olunur ki, fond bazarında ən ğurlu birjalar mənfəət məqsədi daşıyırlar. Belə olanda birjadan mənfəət gözləyən iştirakçılar, investorlar və səhmdarlar birjanın daha effektiv fəaliyyətinin təşkilində maraqlı olacaqlar. Çünki belə birjaya daha çox müəssisələr, firmalar üz tutar və burada aparan əməliyyatların həcmi daha çox artmış olar. Dövlətdən başqa birjanın səhmdarlarının da məqsədi vacibdir. Ölkənin fond bazarının əsas məqsədi mənfəət götürmək olsada, o qapalı səhmdar cəmiyyət olmaqla, geniş fəaliyyət imkanına malik deyil. (Y.Ə.Məmmədov, 2016).

Səhm bazarlarının faydalarını qeyd etdikdə, birinci növbədə fond əldə etmək faktoru meydana gəlir. Ancaq, müəssisəni fond ilə təmin edənlərin iki məqsədi ola bilər: birincisi qısa müddətli gəlir əldə

etmək, yəni qısa müddətli dövrdə səhmləri əldən çıxarmaq, ikincisi isə uzun müddətə investisiya edərək müəssisənin gəlirlərinə ortaq olmaq. Əlbəttə ki, qısa müddətli gəlir əldə etmək məqsədi olanlar üçün istədikləri zamanda səhmləri əldən çıxarda bilmək, yəni səhmlərin likvidliyi vacibdir. Azərbaycanda səhmdarların böyük hissəsi uzun müddətli səhmdar olmaqla müəssisəyə ortaq olub, onun səhmdarına çevrilirlər. Aydın məsələdir ki, belə olduqda onlar birjanın inkişafına maraqlı olmayacaqlar. Maliyyə mənbəyinə ehtiyacı olan müəssisələr bu vəsaiti banklar vasitəsi ilə təmin etməyə cəhd edir, bu səbəbdən də ölkədə bankların üstün mövqeyi olur. Avropa ölkələrində də mövcud vəziyyət müşahidə edilir. Bu amilin isə korporativ idarəetmə sisteminin inkişafına neqativ təsiri biraz da çoxdur. Çünki firma və müəssisələr banklardan borc təldə edə bildiyi üçün birjada daha aktiv olmur. Səhm bazarının inkişafı baxımından dövlət müəssisələri özəlləşdirilərkən blok satışdan əlavə hissə satışına da üstünlük verilməsi və bu prosesin birja vasitəsilə həyata keçirilməsi zəruridir. Yəni müəssisələrin monopoliyasına qarşı göstərilən həssaslığı səhmdarların monopoliyasına qarşı da göstərmək olar. Kiçik və orta sahibkarlıqalar üçün birjada fond təminatına və fond cəlbinə şərait yaradılmalıdır. Belə halda kiçik, təzə yaranmış və perspektivli müəssisələrə inkişaf imkanları yaradılar və fond bazarının aktivliyi artmış olar. Təcürbə deyir ki, belə müəssisələr bank kreditindən faydalana bilmir və onlar birja yoluyla maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin əlavə maliyyələşdirilməsinə maraq göstərirlər. Məhz bu amil Azərbaycanda da NASDAQ (ABŞ), Nouveau Marché (Fransa) kimi birjaların analoqunun yaranmasına kömək edə bilər. (E.Tağızadə 2018).

Azərbaycan səhm bazarının inkişaf etməsi eyni zamanda müəssisələrin fəaliyyəti ilə bağlı geniş məlumatların əldə etmə imkanınından da aslıdır. Müəssisələr şəffaflığın labüdlüyünü anlayışla qarşılamalıdır və şəffaflıqla fəaliyyətlətlərinin genişlənməsinə inam göstərməlidirlər. Çünki müəssisəyə yatırım edən şəxsin bu müəssisə ilə bağlı geniş növdə məlumat tapmaq məqsədi var və bu səbəbdən həmin məlumatlar sonrakı proseslərinin qiymətləndirilməsinə də imkan yaratmalıdır. Lakin, ölkəmizin səhm bazarında belə münasibətin kifayət qədər formalaşmaması və səhmdarların səhmlərinin təkrar bazarda satmağa ehtiyacının olmaması bazarın inkişafına maneələr yaradır. Ölkənin özəlləşdirilmiş iri müəssisələrinin çoxu əvvəl dövlətə məxsus olmuş, blok halında satılan müəssisələrdir. Bu müəssisələrin səhmdarlarının təkrar bazarın inkişafında maraqlı olub-olamayacaqlarını aşdırmaq yaxşı olardı. Kiçik və orta müəssisələr üçün birjadan maliyyə vəsaitləri əldə etmək mümkün olsada, bu zaman yeni səhmdarların yaranması və onların maraqlarının da gözlənilməsi vacib məsələdir. Onlar da həmçinin təkrar bazarın inkişafında maraqlı olmasalar demək ki, birja yenə ilkin bazar kimi fəaliyyət göstərəcəkdir. Hal-hazırda olkəmizdə təkrar bazarın vacibliyini göstərən kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsinə zərurət artır. Bazardan borclanan və ya bazarda səhmlərini sataraq maliyyə vəsait əldə etmək istəyən müəssisə bazarı daima şəffaf informasiyayla təmin etməlidir. Lakin, bu cür ehtiyac banklar üçün yoxdur, çünki onlar istədikləri kimi məlumatı şirkətlərdən əldə edə bilirlər. Ölkə müəssisələrinin banklardan borclanma səviyyəsini və imkanını müasir şəraitdə təbii qarşılamaq olar, çünki maliyyə-kredit və digər bu kimi bazarlarda bu qurumlar öz üstün mövqeləri ilə çıxış edirlər. Məhz bununla bağlı ölkənin səhm bazrının inkişafı üçün daha geniş imkanlar yaranmaqdadır. Belə bir məsələ xüsusi narahatlıq yaradır, banklar maliyyə bazarının inkişafında maraqlıdırlarmı, yoxsa onlar ölkədə yeganə gəlir-qaynaq mənbəyi olmaqla, daha mənfəətli fəaliyyət göstərmələrini əsas götürürlər. Borcverməklə bankların müəssisə fəaliyyətinə nəzarəti və məsrəfləri yüksəlir. Baxmayaraq ki, birjadan alınan data bankların bu imkanlarını və məsrəflərini azaldar. Əlbəttə banklarla müəssisələrin səhmdarları arasındakı əlaqələr də vacibdir. Ölkədə müəssisə idarəetməsində və menecementində paylaşımçılıq fikri zəif inkişaf etmişdir. Səhmdarlıq institutunun

inkişafı isə yalnız və yalnız güclü maliyyə-fond bazarları, əsasən də təkrar bazar vasitəsilə mümkün ola bilər.

Zənnimcə, Azərbaycan Respublikasında fond bazarının inkişafını ləngidən səbəbləri, problemləri aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək zəruridir: Mövcud hüquqi-normativ və metodoloji bazanın təkmilləşməyə ehtiyacının artması; Bazarın kapitallaşma səviyyəsinin aşağı olması; Bazarın beynəlxalq bazarlara açılma imkanlarının məhdudluğu və xarici investorların ölkə bazarında iştirakının qeyriqaneedici səviyyəsi; Bazarda investisiya cəlbediciliyinin zəifliyi; Bazarın likvidlik səviyyəinin qeyri-müəyyənliyi; İnvestorların hüquqlarının qorunması üçün hüquqi və təşkilatı-tənzimləyici islahatların qaneedici səviyyədə olmaması; Korporativ qiymətli kağızlar bazarının, xüsusilə səhm bazarının qeyri-mütəşəkilliyi; Real sektora və biznes mühitinin inkişafına yönəlmiş ilikin və təkrar bazarların inkişafının qənaətbəxş səviyyədə olmaması; Hüquqi və fiziki şəxslərin bazarda zəif iştirak səviyyəsi; Əhalinin və digər maraqlı tərəflərin bazara olan inamının kifayət qədər formalaşmaması; Bazarın mobilliyinin, informasiya təminatının və İKT imkanlarından (xüsusilə də müasir proqram təminatlarından) istifadəsinin kifayət qədər yüksək olmaması; Bazarda qiymət indekslərinin müasir bazar tələblərinə uyğun təşkiledilməməsi; Ölkədə bazar rəqabət mühitinin inkişafına ehtiyacın artması və müəssisələrin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin beynəlxalq standartlara keçidinin sürətləndirilməsində olan ləngimələr; Bazarın infrasturkturunun və qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsinə ehtiyacın artması; Bazarın təşklinin və tənzimlənməsinin kommersiya yönümlü istiqamətliyinin və şaxələnməsinin aşağı olması; Bazarda özünütənzimləmə mexanizminin tətbiqinin həyata keçirilməməsi; Bazar statistikasının kifayət qədər formalaşmaması və informasiya təminatının şəffaflaşdırılmasına ehtiyacın yüksəkliyi.

Nəticə

Azərbaycan iqtisadiyyatında kapitala tələbat yüksək dərəcədədir, baxmayaraq ki, bankların faiz dərəcələri və kredit dərəcələrinin artım templəri hələ ki çox yüksəkdir, bu isə Azərbaycan iqtisad elminin qarşısında duran ən aktual problemlərdən biri kimi səhmlərin ilkin yerləşdirilmə mexanizminin inkişafı zərurətini yaradır. Maliyyə bazarının tərkib hissəsi olan səhm bazarı hal-hazırda Azərbaycanda inkişaf mərhələsindədir. Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarının inkişafı, eyni zamanda maliyyə bazarının bütövlükdə fəaliyyətindəki problemləri aradan qaldırmaq üçün makro səviyyədə aşağıdakılar həyata keçirilməlidir:

İqtisadiyyatın real sektorunun inkişafına təkan vermək məqsədilə vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi;

Bank sisteminin strukturunun yenidən qurulması;

Tədiyyə balansı kəsirinin aradan qaldırılması;

Dövlət büdcəsi kəsirinin azaldılması;

Manatın sabitliyinin qorunması və ödəmələr probleminin həll olunması.

Səhm bazarının normal fəaliyyəti və onun gələcək inkişaf etdirilməsi məqsədilə qk bazarının təkmilləşdirlməsinə istiqamətlənən bir sıra tədbirlər həyata keçirməlidir. Ölkənin milli maraqlarına cavab verən qiymətli kağızlar bazarı konsepsiyasının işlənib hazırlanması, qanunvericilik və normativ bazanın daim təkmilləsdirilməsi və mövcud qanunvericiliyə riayət olunmasına ciddi nəzarətin həyata keçirilməsi, investorların hüquqlarının qorunması, səhmdar cəmiyyətlərinin dövlət səhm nəzarət paketlərinin səmərəli idarə edilməsi bu tədbirlərə aiddir. Hal-hazırda Azərbaycanda səhm bazarının

inkişafı problemlərlə üzləşməkdədir və bunun üçün aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsini tövsiyyə etmək olar:

1. İlkin səhm bazarında vəsaitlərin yerləşdirilməsi investisiya bankları və fondlarına həvalə olunmalıdır;

2. Ölkənin milli maraqlarına cavab verən strateji qiymətli kağızlar bazarı konsepsiyası işlənib hazırlanmalıdır, xarici təcrübədən istifadə olunmalıdır;

3. Borc qiymətli kağızlara maliyyə vəsaiti yatıran yerli və xarici investorlar üçün vergi şərtləri stimullaşdırılmalıdır;

4. QK bazarının rəqabətliliyyətinin gücləndirilməsi üçün dövriyyədə müvcud olan investisiya resurslarının artırılması, eləcə də, MDB, Mərkəzi Asiya və digər yaxın qonşu ölkələrdə emissiya edilən maliyyə vasitələri üçün Bakıda beynəlxalq qiymətli kağızlar bazarını yaratmaq, "Euronext" birja timsalında regional və yaxud beynəlxalq fond birjası yaradılmalıdır (Bakıda);

5. Bazar riskləri haqqında informasiya açıqlanmalı, qiymətli kağızlar bazarında ticarətin həyata keçirilməsi üzrə etik prinsiplər işlənib hazırlanmalıdır;

6. İnvestorların maarifləndirilməsi, həmçinin investisiya və korporativ idarəetmə mədəniyyətinin formalaşdırılması üzrə proqramlar hazırlanmalı və reallaşdırılmalıdır;

7. Real sektora yönəldilən investisiyaların stimullaşdırırlması baxımından qiymətli kağızlar bazarı tənzimlənməlidir.

“Təsnifləşdirilmiş qiymətli kağızlar bazarı kateqoriyasına keçməklə Azərbaycanın qiymətli kağızlar bazarının inkişaf etməkdə olan bazar kateqoriyasına daxil olması üçün səhm bazarının kapitallaşması ÜDM-in 30-40 faizinə çatdırılmalıdır. Bu isə, öz növbəsində, müasir Azərbaycan qiymətli kağızlar bazarı həcminin 8-10 dəfə artırılması deməkdir. Bununla yanaşı, bu gün Azərbaycan qiymətli kağızlar bazarında xarici investorların fəaliyyəti ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsində ən vacib amillərdən biridir. Azərbaycan fond bazarında bir sıra problemlərin olmasına baxmayaraq, xarici investorlar və beynəlxalq qurumlar kapital yatırılması imkanları baxımından Azərbaycan bazarını kifayət qədər perspektivli bazar hesab edirlər ki, bu da ölkədə əlverişli investisiya mühiti ilə əlaqədardır. Həqiqətən Azərbaycanda mütəmadi olaraq qanunvericilik və iqtisadi xarakterli tədbirlər həyata keçirilir, qiymətli kağızlar bazarının inkişafı ilə əlaqədar xarici və beynəlxalq qurumlarla daim iş aparılır, beynəlxalq təcrübə öyrənilir”. (Ramil Hacıyev, 2009).

Ədəbiyyat

1. İbadov , E. T., Şabanov .E. İ., Ağayev. T. E. (2017) “Fond birjasında investisiya “, Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi , Headstart İnternational , PAŞA Bank, Bakı: Headstart İnternational, s. 398
2. Y.Ə.Məmmədov, (2016), Azərbaycan Respublikasında Fond bazarının formalaşması və inkişaf istiqamətləri, Bakı. “Avropa Nəşriyyatı” 162 s.
3. Bəyalı Ataşov (2016) “Maliyyə Bazarları”
4. Paul Mladjenovic (2011) “ Fond Birjasında İnvestisiya”
5. M.C.Atakişiyev, N.M.Şıxəliyeva, R.N.Nurəliyeva (2010) “Maliyyə Menecmenti”
6. I.M.Mikayılov, (2009). Maliyyə bazarı alətləri, milli iqtisadiyyatın ikişafında onun rolu və əhəmiyyəti. “Maliyyə və uçot ”2009 :№ 9 :S.3 - 11. http://www.elibrary.az/docs/JURNAL/jrn2009_948.pdf
7. Ramil Haciyev (2009) 21 iyun s-4“Qiymətli kağızlar bazarı və müvcud investisiya imkanları” http://anl.az/down/meqale/azerbaycan/azerbaycan_iyun2009/83477.htm
8. www.elibrary.bsu.az

9. www.economics.com.az
10. www.lib.bbu.edu.az
11. www.eqanun.az
12. www.banker.az
13. www.maliyye.gov.az
14. www.stat.gov.az
15. www.sehm.az
16. https://bfb.az/
17. www.academia.edu

Azərbaycanda Maliyyə Bazarının İnfrastrukturunun İnkişafının Mövcud Vəziyyətinin Analizi

Lalə Qafarova

laleqafarova555@gmail.com

Xülasə

Azərbaycanda maliyyə bazarının strukturu elə istiqamətləndirilməlidir ki, birincisi, o sağlam milli iqtisadiyyatın formalaşmasına xidmət etsin və onun başa çatmasına nail olunsun. İkincisi, bazar iqtisadiyyatının əsaslarının yaradılması və bazar münasibətləri sisteminə maddi-texniki şərait və iqtisadi təminat yarada bilsin. Üçüncüsü, bu elə bir struktur olmalıdır ki, əhalinin tələbatlarının ödənilməsini təmin etməyə imkan verən bir iqtisadiyyat formalaşsın.Bütün bunları nəzərə alaraq,tədqiqatın başlıca məqsədi Azərbaycan Respublikasının maliyyə bazarlarının infrastrukturun formalaşma istiqamətlərini araşdırmaq və onun inkişafına maneə olan məsələləri dərindən öyrənməkdir.Başqa sözlə, maliyyə bazarlarının inkişaf qanunauyğunluqlarını öyrənmək, müasir strukturunu kompleks şəkildə təhlil etmək, onun kəmiyyət və keyfiyyət parametrlərini müəyyən etməkdənibarətdir.Məqalənin işinin əsas məqsədi ölkəmizdə maliyyə bazarının infrastrukturu və və onların inkişaf yollarını, bu sahədə olan nöqsanların araşdırılması, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq daha çox inkişaf etmiş və ölkə reallığına uyğun sistemin formalaşdırılması üçün təkliflər irəli sürməkdir. Müasir dövrdə ölkəmizdə aparılmış iqtisadi islahatlar bazar quruluşuna xüsusilə təsir etmişdir. Bazar iqtisadiyyatının əsas göstəricilərindən olan maliyyə bazarlarının bütün sahələrin tərəqqi etdirilməsi problemi xüsusi yer tutur. Maliyyə bazarlarında qiymət yaranması məsələləri ona görə zəruridir ki, maliyyə bazarları daxilində kredit, sənədlər və pul bazarları vardır. Bununla yanaşı, başqa bazarlar ilə müqayisə edildikdə ölkəmizdə maliyyə bazarları intensiv olaraq təkmilləşməkdədir. Günümüzdə Azərbaycan Respublikasının maliyyə bazarlarında bəzi vacib problemlər yoluna qoyulur. Misal üçün, işgüzar sahələr kapital axımı ilə təchiz edilir, pul ehtiyatlarını müəyyən bir sahədən fərqli bir sahəyə istiqamətləndirməklə iqtisadiyyatın strukturunda yeniliklər etmək imkanı əldə olunur.

Açar sözlər: Maliyyə, Bazar, İnfrastruktur

Giriş

Maliyyə bazarının subyektləri onun fəaliyyətinin başlıca hərəkətverici qüvvəsidir. Çünki maliyyə bazarını bunlarsız təsəvvür etmək mümkünsüzdür. Maliyyə bazarında reallaşdırılan bazar əməliyyatlarında bilavasitə və dolayısıyla iştirak edən, qiymətli kağızların yerləşdirilməsini və emissiyasını təşkil edən, onların alqı və satqısını həyata keçirən, vasitəçi qismində çıxış edən, bazarın fəaliyyətini tənzimləyən və s. fəaliyyətləri reallaşdıran təşkilatlar və başqa-başqa şəxslər maliyyə bazarın subyektləridir.

Son dövrlərdə Respublikadaa maliyyə bazarının bütün subyektləri inkişaf mərhələsindədir. Bu subyektlərə bazarda əqdlərin bağlanmasında və maliyyə bazarının tənzimlənməsində iştirak edən subyektləri - brokerlər və dilerləri (underrayeter və market meykerlər daxil olmaqla), ticarət platformasını və qarşılıqlı öhdəliklərin və hesablaşmaların aparılmasını təmin edən Bakı Fond Birjasını, kommersiya banklarını, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankını, qiymətli kağızların mərkəzləşdirilmiş saxlancının və reyestrinin aparılmasını təmin edən Milli Depozit Mərkəzini, səhmdar cəmiyyətləri, və s. aid etmək olar.(Mustafayeva. G., 2018: s.59).

Metod

Materialların nəzəri hissəəsinin qiymətləndirilməsi zamanı müqayisəli təhlil, qrafik qruplaşdırma, analitik nəzəri metodlardan, ümumiləşdirmə, praktiki hissəsinin qiymətləndirilməsini isə iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, qrafik tədqiqatlar, ekonometrik təhlili, E-views programı əsasında hesablamalar, VAR modelinin qurulması təşkil edir.

Analiz

Maliyyə bazarlarının infrastrukturunun formalaşmasının nəzəri əsasları

Campos və Filer araşdırmalarında bazar infrastrukturu iqtisadiyyatın ayrılmaz tərkib hissəsi olaraq, iqtisadi funksiyaları icra etmək üçün (resursların optimal akkumliyasiyası və bu resurslardan təsərrüfat məhsulları istehsal etmək) imkan və şərait yaratdığını vurğulayırlar.. Öz təbiəti aspektindən, bazar canlı orqanizm kimi iqtisadi sistemə daxil olmuş və onun fəaliyyətinə təkan verən institutların kompleksi kimi özünü göstərir. Onun əsas məzmunu, sərhədləri daxilində mövcud olan bazarların əlamətləri ilə təyin edilir. Misal üçün, əmtəə və xidmətlər bazarının ayrılmaz tərkib hissəsinə yarmarkalar, çoxsaylı firmalar, marketinq, əmtəə birjaları və başqa qurumlar aiddir. MB pul, kredit və QKB-dan təşkil edilib. (Filer və Campos, 2014).

Gusev, I. A fikrincə, MB-nın infrastrukturu dedikdə, satış mərkəzində maliyyə vasitələrinin hərəkətinə şərait yaradan institutlarda, norma və qaydalarda, texniki vasitələrdə maddiləşmiş texnologiyaların cəmi nəzərdə tutulur. Maliyyə bazarlarının infrastrukturuna aid texnologiyaları üç qrupa ayırmaq olar: 1.tənzimləyici, 2. informativ 3. texniki. (Gusev, I. A., 2018).

Tənzimləyici infrastruktur dedikdə normativ- hüquqi tənzimləmə nəzərdə tutulur. Müxtəlif ölkələrdən toplanmış məlumatlar əsasında, Mariusz P və Katarzyna hüquq və maliyyə bazarının inkişaf arasındakı əlaqənin tədqiq edərək müəyyən etmişdir ki, investor üçün hüquqi müdafiənin güclü olduğu ölkələr daha effektiv fəaliyyət göstərən maliyyə institutları və bunun nəticəsində ümumi iqtisadi inkişafda daha güclü nəticələrlə səciyyələnir. Bu araşdırmada həmçinin qeyd edilir ki, ingilis hüquq sistemi mənşəyi ilə fəaliyyət göstərən ölkələrdə fransız hüquq sisteminə əsaslanan ölkələrə nisbətən həm səhmdarlar, həm də kreditorlar daha güclü hüquqi müdafiədən faydalanırlar. (Mariusz P və Katarzyna V. 2016).

Ölkəmizdə maliyyə bazarlarının inkişaf etməsi maliyyə institutlarının formalaşdırılması ilə əlaqədardır. Bu prosedur təkmilləşmiş qanunvericilik ilə həyata keçirilir. Çoxsaylı maliyyə qurumlarının əməliyyatları indiyədək ölkə Prezidentinin sərəncamı, Hökumətin qərarları, təlimləri yaxud ayrı-ayrı nazirlik və idarələrin təlimat və aydınlaşdırmaları ilə tənzimlənir. Bu hal MB-nın müxtəlif aspektlərinin ortaya çıxmasına və inkişaf prosesinə neqativ təsir göstərir.

İnformativ infrastruktur bir neçə iştirakçı arasında məlumat mübadiləsini nəzərdə tutur. İnformasiyanın qazanılmasına dəstək olan maliyyə bazarlarında səhm bazarını nümunə göstərmək olar. Bank sisteminin və səhm bazarının məlumatın emal olunması və eyni zamanda ötürülməsi baxımından hansının daha təsirli olduğu fikrini deyə bilərik. Səhm bazarı vacib məlumatını üzə çıxarmaqdan başqa, onun əldə olunması prosesinə təkan verir. Böyük və güclü likvidliyi olan səhm bazarı, işçiləri şirkətləri araşdırmağa təşviq edir, ona görə ki, alınmış informasiya böyük likvidliyi olan səhm bazarında lap çox gəlir qazanmağa imkan verir.Maliyyə sahəsi asimmetrik məlumat və maliyyələşmə maneələrini nə qədər ləğv edirsə, maliyyə sisteminin iqtisadi böhranları və iqtisadi tsikillər zamanı ortaya çıxacaq problemləri həll etməsi daha mümkün olur.

Texniki infrastruktur dedikdə, maliyyə vasitələrinin uçotu, qeydiyyatı və hesablaşması üzrə əməliyyatları başa düşülür. Bura klirinq-hesablaşma, depozitar və qeydiyyat şəbəkəsi aiddir.

Maliyyə bazarlarının infrastrukturu, fərqli meyarlar üzrə bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərən azad bazarlardan ibarətdir. İstehsalçıdan istehlakçıya qədər əmtəə və xidmətlərin müstəqil hərəkətini təmin edən müxtəlif qarşılıqlı əlaqəli bazarların və idarəetmə strukturlarının toplusu bazar

quruluşunu inkişaf etdirir. Dünya üzrə yürüdülən iqtisadi islahatlar bazarın quruluşuna da təsir göstərmişdir.(Mariusz P. 2016: s.101).

Maliyyə bazarının infrastrukturunun qiymətləndirilməsi

2018-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının apardığı pul-kredit siyasəti ölkəmizin iqtisadiyyatında qiymətlər sabitliyinə, aşağı və stabil inflyasiyanın təmin olunması nəticəsində ölkə əhalisinin yaşayışı və işgüzar fəaliyyəti üçün lazımi sosial və iqtisadi şəraitin formalaşmasına istiqamətlənmişdir.Makroiqtisadi proqnozlara əsasən 2019-cu ildə və ortamüddətli dövrdə də pul-kredit siyasəti aşağı və stabil inflyasiya dayanıqlı sosial-iqtisadi şəraitin əmələ gəlməsinə, iqtisadi yüksəlişin daha da intensivləşdirilməsinə istiqamətlənmişdir. (http://banco.az/az/news/merkezi-bankdan-2019-cu-il-ucun-pul-siyaseti-beyanati).

Cədvəl 1 2009-2019 Pul icmalı (dövrün son mln. manat)

İl, ay	Xalis Xarici Aktivlər	Xalis Daxili Aktivlər	İqtisadiyyata tələblər	Geniş pul kütləsi	Geniş pul kütləsi, manatla	Manatın dövretmə sürəti
2009	3529,3	4940,0	8556,4	8469,2	6169,2	5,61
2010	4638,3	5889,4	9785,7	10527,5	8297,5	5,01
2011	7849,9	6053,5	11714,2	13903,2	10997,2	4,55
2012	8283,1	8492,3	15126,3	16775,3	13806,4	3,91
2013	9902,8	9386,7	16930,0	19289,4	16434,8	3,51
2014	10491,8	11074,5	20402,3	21566,4	17435,8	3,38
2015	11055,6	10263,0	24627,2	21318,6	8613,1	6,31
2016	7956,1	12933,5	17661,8	20889,6	11546,3	5,20
2017	15422,4	7349,7	11363,2	22772,1	12466,4	5,63
2018	14982,7	9077,7	13057,8	24060,4	14643,6	5,45
2019	15801,0	7878,3	12703,2	23679,3	13961,7	5,10

Mənbə: https://www.cbar.az/page-42/monetary-indicators (01.03.2019)

Banklar tərəfindən 2017-cı ildə 445,5 milyon dollar xalis valyuta satışı həyata keçirməyinə baxmayaraq, 2018-ci ildə 26,6 milyon dolları xalis satış həyata keçirmişdir ki, bu da manatın məzənnəsinin sabitliyi ilə əlaqədar olmuşdur.

Cədvəl 2. Manatın xarici valyutalara nisbətən nominal və real effektiv məzənnələri %-lə

	Nominal effektiv məzənnə		Real effektiv məzənnə	
İl	Ümumi	qeyri-neft sektoru üzrə	Ümumi	qeyri-neft sektoru
2010	98.4	119.3	115.5	110.2
2011	104.4	123.5	127.3	115.4
2012	108.2	131.3	134.4	121.5
2013	108.3	131.5	130.5	114.7
2014	108.2	139.2	131.2	120.4
2015	124.5	173.3	146.9	140.2
2016	89.7	132.7	110.2	107.5
2017	66.3	96.5	91.5	86.2
2018	65.7	97.4	94.3	89.9

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (26.03.2019)

Kredit bazarı

Kredit bazarı – borc kapitalı bazarıdır. Kredit bazarının stabil, həmçinin əlverişli formada olmasını onun təşkil olunmuş monitorinqləri ilə əlaqəlidir. Aydındır ki, maliyyə bazarlarına nəzarəti və tənzimlənmə prosesi kommersiya banklarının ümumi formada olan məsələlərin həllinə istiqamətlənmişdir.

2018-ci ildə özəl banklar tərəfindən yatırılan kredit məbləğləri 12632,0 mln manat təşkil edib ki, buda keçən ay ilə müqayisədə 67.1 mln manat azdır. İlin əvvəli ilə müqayisədə isə özəl bankların kredit yatırmaları 658.4 mln manat, yəni 5.5% -ə qədər azalıb. Keçən ay ilə müqayisədə özəl bankların xüsusi həcmi 61,2%-ə enib. Dövlət bankları tərəfindən verilən kreditlər isə 7 440,8 mln manat olub ki, bu məlumat bir ay ərzində 2.1mln manat artıb. Dövlət banklarının xüsusi həcmi isə 36,1%-ə qədər artmışdır. Qeyri-bank kredit təşkilatları tərəfindən yatırılan kreditlər 559.5 mln manat xüsusi çəkisi isə 2.7% olmuşdur.

Fond bazarı

Cədvəl 3. Fond bazarının infrastrukturu

	2014	2015	2016	2017	2018
BF	13	13	13	15	14
DF	13	11	11	14	14
QKİOF	4	2	2	1	3
KF	1	1	1	2	2
DF	3	3	3	3	3
QKSRAF	2	2	2	2	2
FBF	1	1	1	1	1

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (26.03.2019)

Fond bazarının infrastrukturunda üstünlüyə broker və dillər fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslər malikdir. 2014-cü ilə nisbətdə 2018-ci ildə broker fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayı 10% artmış və 14%-ə çatmış, dillər fəaliyyətində də belə artım meyili baş vermiş, onların sayı da 14% təşkil etmişdir. Bazarın

başqa infrastrukturuna daxil olanların sayı fərqlənsədə, ancaq onların tərkibində ciddi dəyişiklik baş verməyibdir.

Sığorta bazarı.

2011-ci ildən sığorta bazarının tərəqqisində intensivlik daha çox artmağa başlamışdır. Beləliklə, bu il ümumi sığorta bazarı üzrə toplanmış sığorta məbləği 213 milyon manat olub, keçən ilə nisbətdə 37% artım demək idi. 2012-ci il ərzində isə toplanmış sığorta ödənişləri rekord səviyyədə - 60,8% artaraq 342,5 milyon manata çatmışdır. Həmin ildə sığorta haqları 93,7 milyon manat olmuşdur ki, bu məbləğlərin 40%-ə yaxını 3 sığorta şirkətinin ("Atəşgah Sığorta", "Paşa Sığorta" və "AzərSığorta") payına düşmüşdür. 2013-cü il ərzində isə 18% artımla daxili bazarda ümumi olaraq 405.7 milyon manat həcmində sığorta ödənişi əldə olunmuşdur, hansı ki, bu dövr üçün ÜDM-in 0.7%-ni təşkil edirdi. Növbəti üç il ərzində dünyada baş verən maliyyə-iqtisadi böhranı bank-sığorta sahəsinin tərəqqisinə önəmli dərəcədə neqativ təsir göstərmişdir. Ancaq bu illərdə (2014-2016) sığorta şirkətləri tərəfindən ümumi sığorta bazarı üzrə toplanmış sığorta ödənişlərində enmə müşahidə edilməmiş, uyğun olaraq 2017-ci ildə 6%, 2018-ci ildə 3% və 4,6% artım qeyd edilmişdir. Hər üç ildə yığılan sığorta ödənişləri stabil olaraq ümumi daxili məhsulun 0.8%-ni təşkil etmişdir.

Ölkəmizin dünya valyuta-maliyyə sistemində iştirakının əsas formalarından başqası ölkə iqtisadiyyatına xarici kapital qoyuluşudur.

Cədvəl 4. Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyalar, mlyn.dollar

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İnvestisiya qoyuluşları bütün mənbələr üzrə	7116,4	17581,3	27350,0	27807,4	19546,3	14327,0
Xarici investisiyalar	4894,3	8347,8	10640,8	11597,6	10618,1	10261,2
Daxili investisiyalar	2104,8	7489,3	13278,5	12615,0	9048.6	6590,4

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (26.03.2019)

Cədvəldən göründüyü kimi 2018-cı ildə ölkəmizin iqtisadiyyatına yatırım zamanı xarici yatırımın payı 2013-cü və 2014-ci illər istisna olmaqla başqa dövrlərdə yüksək oluşdur. Ölkəmizin dünya valyuta-maliyyə sistemi hesabına həyata keçirilmiş xarici ticarət dövriyyəsi bu cür olmuşdur.

Cədvəl 5. Azərbaycanda Xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikası

İllər	Milyon ABŞ dolları ilə			
	ticarət dövriyyəsi	İdxal	İxrac	Saldo
2011	27 960,7	6 600,5	21 360,3	14 759,5
2012	36 326,8	9 756,1	26 570,8	16 814,8
2013	33 560,8	9 652,8	23 908,1	14 255,2
2014	34 687,8	10 713,5	23 975,3	13 262,8
2015	31 016,4	9 187,6	21 828,5	12 640,8
2016	21 945,7	9 216,6	12 729,2	3 512,5

2017	17 675,6	8 532,5	9 143,2	610,8
2018	17221,8	6177,5	11044,2	4866,6

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/trade/ (01.01.2019)

Cədvəldən məlum olduğu kimi, ölkəmizin dünya valyuta-maliyyə sistemində fəaliyyəti yüksələrək xarici ticarət dövriyəsi müstəqilliyin ilk ilində 4 003,3 milyon ABŞ dolları olduğu halda 2018-ci ildə 17 231,6 milyon ABŞ dolları olmuşdur.

Azərbaycan Respublikasıbda milli maliyyə bazarları sistemini daha da təkmilləşdirərək, fərqli beynəlxalq maliyyə təşkilatları və ölkələrlə ciddi şəkildə əməkaşlıq etmiş və dünya valyuta-maliyyə sistemində aktiv iştirak etmişdir. Nəticə etibarı ilə, ölkəmizin dünya maliyyə satış mərkəzləri sistemində iştirakı yalnız beynəlxalq qurumlarla deyil, onlarla bərabər milli valyuta-maliyyə sistemində daxili satış mərkəzin iştirakçılarının aktivliyindən də asılı olmuşdur. Respublikamızda daxili investisiya qoyuluşlarının illər üzrə dinamikasına nəzər saldıqda bu göstəricinin az olduğunu görürük. Bu vəziyyəti düzəltmək və onları təhlükələrdən mühafizə etmək üçün dünya valyuta-maliyyə satış mərkəzində müşahidə olunan keyfiyyət dəyişiklikləri mütəmadi olaraq izlənməli və bu dəyişikliklərə uyğun ölkəmizdə "maliyyə savadlılığı" proyekti reallaşdırılmalıdır.

Maliyyə bazarının infrastrukturunun VAR modelinin qurulması

Maliyyə bazarlarında aparılan empirik çalışmalarda istifadə edilən başlıca ekonometrik üsul VAR metodologiyasıdır. Beləki dəyişənlərin bir-birilə olan dinamik münasibətləri nəticəsində onlardan birində meydana gələ biləcək mümkün bir şoka qarşı qısa müddətli dövrdə verəcəyi reaksiyaları əks olunur.

Azərbaycanda maliyyə bazarlarının 01.01.2001-01.01.2019 dövrü ərzindəki rüblük məlumatlar istifadə olunaraq analiz olunmuşdur. Dəyişənlərin seçimində beynəlxalq empirik çalışmalar nəzərə alınmışdır. Asılı dəyişənlər istehsalçı qiymət indeksi (PPI), istehlakçı qiymət indeksi (CPI), banklararası kredit faizləri (INT), dollar məzənnəsi (EXC) və net ixracatdan (NX) ibarətdir. Əsas dəyişənlər isə neft qiymətləri (OIL) və Federal fond dərəcələrindən (FEDFUNDS) ibarətdir. İstifadə olunan bu dəyişənlərdən istehsalçı qiymət indeksi mal və xidmət bazarını, istehlakçı qiymət indeksi ölkədə ümumi qiymət səviyyəsini və banklararası faiz dərəcələri isə pul bazarını təmsil edir. Modeldə yer alan bütün dəyişənlər FED, Azərbaycan Mərkəzi Bankı və Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin qaynaqlarından əldə edilmişdir.

VAR modeli ilə analizin aparıla bilməsi üçün sözügedən dəyişənlərlə bağlı məlumatlar müəyyən proseslərdən keçirilmişdir. İlkin mərhələdə inflyasiyadan başqa bütün dəyişənlərin logarifması alınaraq eyni səviyyəyə gətirilmişdir. İkinci mərhələdə isə, dəyişənlərin stasionarlığı genişləndirilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller: ADF) testi ilə tədqiq edilmişdir. Nəticələr Cədvəl 1-də təqdim olunmuşdur və bütün dəyişənlərin səviyyədə dayanıqlı olmadığını, ancaq birinci tərtib fərqlərinin dayanıqlı olduğunu göstərir. Texniki ifadə ilə desək, I (1)-dir və aralarında kointeqrasiya münasibətinin olması ehtimal olunur.

Cədvəl 6. Genişləndirilmiş Dickey-Fuller Vahid Kök Testi Nəticələri

Dəyişən	Səviyyə				1. Fərq				Nəticə
	k*	t Testi	P Dəyəri	Kritik Dəyəri	k*	t Testi	p Dəyəri	Kritik Dəyəri	

Log(PPI)	4	-1.8189	0.3679	1% -3.5482	3	-8.9357	0.0000	1% -3.5482	İ(1)
Log(CPI)	1	-2.5361	0.1121	5% -2.9126	0	-5.9804	0.0000	5% -2.9126	İ(1)
Log (NX)	2	-1.3835	0.5845	10% -2.5940	1	-8.7739	0.0000	10% -2.5940	İ(1)
Log(EXC)	4	-1.9858	0.2921		0	-7.9959	0.0000		İ(1)
Log (INT)	0	-0.3850	0.9040		0	-9.8214	0.0000		İ(1)

(*) Shwarz bilgi kriteriyasına görə
(**) MacKinnon (1996) tək tərəfli p dəyərləri

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Bir VAR modelinin dəyərləndirilməsindən əvvəl modelin optimal gecikmə uzunluğunun müəyyənləşdirilməsi tələb edilir. Əgər gecikmə sayı çox azdırsa, model əksik müəyyən olunacaq, gecikmə sayı çox artıqdırsa, sərbəstlik dərəcəsi azalacaqdır. Çalışmada optimal gecikmə ölçüsünün müəyyən edilə bilməsi üçün bütün asılı dəyişənlərin daxil olduğu bir VAR modeli təsadüfi seçilən bir gecikmə uzunluğu ilə qiymətləndirilmiş və qalıqlara gecikmə ölçüsü müəyyənləşdirmə testləri tətbiq edilmişdir. Bu nəticələr Azərbaycanda maliyyə bazarlarının fəaliyyətinin səmərəliliyi istiqamətindədir.

Nəticə

Nəticə etibarı ilə ölkə daxilində həyata keçirilən iqtisadi islahatlar və dünya sosial-iqtisadi sisteminə inteqrasiyasının daha da dərinləşməsi iqtisadiyyatın dinamik tərəqqisinə xüsusi şərait yaratmışdır. Bu şəraitdə maliyyə vəsaitlərinin davamlı ölkə iqtisadiyyatına cəlb olunması dinamik tərəqqiyə stimul verir. Müasir dövr daxili resurslardan əlavə xarici resursların da iqtisadi tərəqqiyə cəlb olunmasını zəruriyyətə çevirmişdir. Buna stimul verən vasitələrdən əsası isə maliyyə bazarlarının olmasıdır. Bazar iqtisadiyyatında Maliyyə bazarı mülkiyyət formasından asılı olmayaraq makroiqtisadi və eyni zamanda da dövlət səviyyəsində maliyyə vəsaitləri ilə təmin edilmənin mühüm vasitəsidir. Maliyyə bazarı pul vəsaitlərinin hərəkətinin təşkil olunmasının xüsusi metodu olmaqla maliyyə əlaqələri sektorunda alqı-satqının məcmusu kimi özünü göstərir.

Ölkənin dünya iqtisadi sisteminə inteqrasiyası kontekstində həyata keçirilən iqtisadi islahatların daha da dərinləşməsi dinamik tərəqqiyə xüsusi şərait yaradır. Bu cür şəraitdə ölkənin iqtisadiyyatına maliyyə vəsaitlərinin mütəmadi olaraq cəlb edilməsi bu dinamik tərəqqiyə daha da stimul verə bilər. Daxili mənbələrdən başqa, müasir dövr iqtisadi tərəqqiyə xarici mənbələri cəlb etmək zərurətini ortaya çıxarıb. Bunu təmin edən ən faydalı vasitələr maliyyə bazarlarının varlığını bir daha sübut edir. Bazar iqtisadiyyatında həmin bazarlar mülkiyyət formasından asılı olmadan makroiqtisadi səviyyədə olmaqla yanaşı, həm də dövlət tərkibində də maliyyə ehtiyyatlarının təmin edilməsi üçün əsas vəsaitdir. Bu bazarlar pul hərəkatının təşkil edilməsi və maliyyə əlaqələri istiqamətində alqı-satqı əlaqələri kimi fəaliyyət göstərən xüsusi metoddur. Maliyyə bazarının ortaya çıxması obyektiv xarakterlidir və dövlətin hüquqi normalı müəssisələrinin, ayrı-ayrı qurumların fəaliyyətinə görə lap çox inkişaf edir.

Müasir dövrdə, Azərbaycan Respublikaında, iqtisadiyyatı İEÖ ilə müqayisədə, bütün xidmət sektorlarında tərəqqi lazımdır. Bütün ölkələrin gələcək dinamik tərəqqisi və onun dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya etməsi, xidmət sektorları şəbəkəsinin, əsasən bazar iqtisadiyyatının fəaliyyəti gedişində əsas rol oynayan sahələrin böyüməsindən keçir. Maliyyə xidmətləri bazarını öyrənərkən, sistem əlaqələrindən başqa bazarın institusional strukturunu da nəzərə almağa şərait yaradan institusional yanaşma istifadə etmək lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Mustafayeva. G.,. (2018) .Bazar infrastrukturu. Bakı, 1-359.
2. Filer, A. and Campos, F (2015). Analysis of the financial markets infrastructure in the context of modern globalization. International Journal of Financial Research, 214-226
3. Mariusz P. (2016). Analyze the impact of stock market privatization on investments. Journal of Governance and regulation, 185-196
4. Гусева, И. А. (2018). Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Издательство Юрайт, 1-347
5. https://banco.az/az/news/azerbaycanin-broker-ve-dilerleri-siyahi
6. https://www.cbar.az/page-42/monetary-indicators
7. http://banco.az/az/news/merkezi-bankdan-2019-cu-il-ucun-pul-siyaseti-beyanati
8. https://www.stat.gov.az/source/trade/
9. https://banker.az/ozəl-banklarin-kredit-qoyuluslari
10. https://www.fimsa.az/az/2018%20sinifler əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycan Respublikasının Tədiyə Balansının Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Şəlalə Səfərova

shalala.hasan@mail.ru

Xülasə

Qloballaşma şəraitində ölkələr arasında xarici iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi bir qayda olaraq rəqabət əsasında əmək bölgüsü vasitəsilə beynəlxalq bazarda həyata keçirilir. Beynəlxalq rəqabət şəraitində ixracat üstünlüyünə malik ölkələr tərəfindən gözlənilən təsirlərdən qorunmaq və beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən səmərəli şəkildə faydalanmaq məqsədilə xarici iqtisadi fəaliyyətin dərin və hərtərəfli təhlilinin aparılmasının nəzəri metodoloji və praktiki aspektlərinin öyrənilməsi vacibdir.

Tədiyə balansının strukturu, proqnozlaşdırılma üsullarının müəyyən edilməsi, ölkəmizdə tədiyə balansının tənzimlənməsi, təsir edən mənfi amillərin təhlili, mövcud problemlərin aşkar edilməsi və modern metodlardan istifadə edərək tərtibi metodikanın təkmilləşdirilməsi yollarını tətbiq etmək tədqiqat işinin əsas məqsədlərindəndir. Həmçinin, ölkədə müəyyən bir dövr ərzində baş verən iqtisadi əməliyyatların nəticələrini ümumiləşdirmək və bu nəticələrə əsasən növbəti dövrlər üçün strateji iqtisadi qərarların verilməsini önə çıxarmaq tədiyə balansının vacibliyini göstərir.

Mövzu ilə əlaqədar yerli və xarici tədqiqatçıların araşdırmaları, Azərbaycan və xarici ölkə alimlərinin elmi əsərləri, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının, Dövlət Statistika Komitəsinin hesabat və materialları, beynəlxalq təşkilatların hazırladıqları hesabatlar, tədqiqat mövzusu üzrə elmi araşdırmalar, elmi ədəbiyyatlar və digər hüquqi normativ sənədlər tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsaslarını təşkil edir. Tədiyə balansının tədqiqi zamanı sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil və sintez metodlarından istifadə olunması nəzərdə tutulur.

Tədiyə balansının strukturunun təkmilləşdirilməsinə dair tədqiqat işində verilən təklif və tövsiyələrin həyata keçirilməsi, tədiyə balansının tənzimlənməsi problemlərinin həll edilməsində, müasir pul-maliyyə və məzənnə siyasətinin sabitliyində böyük rol oynaya bilər.

Açar sözlər: Tədiyə Balansı, Rəqabətqabiliyyətlilik, Məzənnə Siyasəti

Giriş

Ölkəmiz dünya iqtisadiyyatına qarşılıqlı maraqlar əsasında inteqrasiya olunur. Açıq iqtisadiyyat modelinə üstünlük verilməsi, xarici iqtisadi əlaqələrin təhlili əsaslandırılmış proqnozların hazırlanması üçün rasional zəmin yaradır. Beynəlxalq rəqabət şəraitində ixracat üstünlüyünə malik ölkələr tərəfindən gözlənilən təsirlərdən qorunmaq və beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən səmərəli şəkildə faydalanmaq məqsədilə xarici iqtisadi fəaliyyətin dərin və hərtərəfli təhlilinin aparılmasının nəzəri metodoloji və praktiki aspektlərinin öyrənilməsi vacibdir. **Ölkəyə daxil olan və çıxan valyutanın həcmini, o cümlədən, ölkənin apardığı ticarət əməliyyatlarını, investisiya qoyuluşlarını, həmçinin pul köçürmələrini, xaricdən əldə edilən dividend ödənişlərinin həcmini, eləcə də humanitar yardımları və s. biz tədiyə balansı vasitəsi ilə izləyə bilərik. Başqa sözlə ifadə etsək, tədiyə balansı ölkənin xariclə apardığı bütün əməliyyatların pul formasında əks etdirildiyi hesablar toplusudur.**

Tədiyə balansının öyrənilməsinin elmi-nəzəri və metodoloji əsasları

Ölkənin beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin mədaxil və məxaric formasında valyuta ilə ifadə olunmasına əsaslanan tədiyə balansı bu baxımdan həlledici rol oynayır. Odur ki, tədiyə balansının tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində aparılan işlər olduqca əhəmiyyətlidir. Başqa sözlə, bu balans bizə ölkəyə istənilən bir mənbədən daxil olan və çıxan

xarici valyutanın həcmini izləməyə imkan verir. Buna görə də hesab edirəm ki, tədqiqat işinin mövzusu dövrümüz üçün ən aktual iqtisadi məsələlərdən biridir.

Metod

Məqalədə bir neçə metod: sistemli yanaşma, müqayisəli və sintez təhlil metodlarından istifadə edilmişdir. Sistemli yanaşma metodu ökənin maliyyə sistemini bütövlükdə xarakterizə etmək və onun inkişaf prosesini tədqiq etmək üçün tətbiq olunacaqdır. Müqayisəli təhlil zamanı dünya ölkələrinin hesabatları ilə ölkəmizin mövcud sistemi üzrə göstəricilərinin müqayisəsi aparılmış, sintez təhlildə isə digər ölkələrdə tətbiq edilən və formalaşmış uğurlu yanaşmaların ümumiləşdirilməsi və Azərbaycanın tədiyə balansı sisteminə tətbiqi imkanlarının araşdırılması üçün tətbiq edilmişdir.

Analiz

Azərbaycan Respublikasında tədiyə balansının işlənməsinin ilkin cəhdləri 90-cı illərin əvvəllərindən başlamışdır. Bir neçə il ərzində informasiya təminatı problemləri və cari metodoloji məsələlər həll edilərək tədiyə balansının tərtibi prosesi lazımi səviyyədə təmin olunmuşdur. (Şəkərəliyev, 2011).

Tədiyə balansı ölkə rezidentlərinin müəyyən dövr ərzində qeyri-rezidentlərlə apardığı iqtisadi əməliyyatların məcmusunu əks etdirən statistik göstəricidir. Tədiyə balansı ikili yazılış prinsipi əsasında tərtib edilməklə (cari əməliyyatlar və kapital hesabı üzrə) ölkədə iqtisadi sabitliyin olub-olmaması, eyni zamanda, ölkənin ödəniş qabiliyyətini, iqtisadi cəhətdən etibarını əks etdirir. (https://aydinoghlu.wordpress.com/2018/05/10/tədiyə-balansi-nədir-ətrafli, 2018).

Azərbaycan Respublikasının Tədiyə Balansının Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Tədiyə balansının vəziyyəti ölkənin xarici iqtisadi əlaqələrində baş verən proseslər və açıq iqtisadiyyatın yaratdığı problemlər haqqında daha dolğun təsəvvür formalaşmasına imkan verir. Cari əməliyyatlar üzrə saldonun kəskin dəyişiklikləri (istər artım və istərsə də azalmalar) ölkə üçün arzuolunmaz nəticə verir. Məsələn, müsbət saldonun kəskin dəyişməsi pul kütləsinin sürətli artımı üçün baza yaradır. Bununla da infilyasiyanı stimullaşdırır. Mənfi saldonun kəskin artımı isə milli valyutanın mübadilə kursunun sürətlə aşağı düşməsinə səbəb olur. Bu da xarici iqtisadi əlaqələrdə hərc-mərclik yaradır. Bütün bu deyilənlərdən nəticə çıxır ki, bütünlükdə tədiyə balansının defisiti və onun saldosunun güclü dəyişməsi diqqət mərkəzində olmalıdır.

Nəzəri cəhətdən qeyd edilir ki, tədiyə balansı komponentləri birbaşa olaraq iqtisadi tsikllərindən asılıdır. Belə ki, tədiyə balansı məlumatları ixrac-idxal əməliyyatlarını, uyğun olaraq valyuta məzənnə siyasətini əks etdirir. Mərkəzi Bankların monetar siyatəsi və beynəlxalq valyuta ehtiyatlarındakı dəyişiklikləri valyuta rejiminin müəyyənləşdirilməsində, valyutanın dəyər itirməsi və ya qazanmasında mühüm rol oynayır. (Rəsullu, 2018).

Aparılan araşdırmalara əsasən müəyyən edilmişdir ki, iqtisadiyyatı birbaşa olaraq xammal ixracında asılı olan ölkələrdə təsbit və ya üzən tənzimlənən məzənnə siyasəti həyata keçirilir. Qeyd edək ki, neft ixracı ilə məşğul olan ölkələrin məzənnə rejimində əsas lövbər ABŞ dollarıdır. Üzən məzənnə rejiminin tətbiqi zamanı məzənnə bazar tərəfindən müəyyən edilir və valyuta bazarına müdaxilə məzənnədə həddən artıq kəskin tərəddüdlərin zəiflədilməsi məqsədini daşıyır. (https://aydinoghlu.wordpress.com/2018/05/10/tədiyə-balansi-nədir-ətrafli, 2018).

Azərbaycan Respublikasında Tədiyə Balansının Beynəlxalq Maliyyə Sistemi İlə Münasibətləri

Valyuta və bütövlükdə bazar münasibətlərinin tənzimlənməsi sistemində mühüm rol oynayan valyuta siyasəti ölkənin cari və strateji məqsədlərinə uyğun olaraq beynəlxalq valyuta və digər iqtisadi münasibətlər sferasında həyata keçirilən tədbirlər kompleksidir. Həmçinin, valyuta siyasəti dövlətin daxili valyuta bazarında həyata keçirilən xarici valyuta ilə əməliyyatların və xarici valyuta məzənnəsinin tənzimlənməsi istiqamətində apardığı daxili və xarici iqtisadi siyasətdir. Onun başlıca məqsədləri, müvafiq olaraq iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə, işsizliyin və inflyasiyanın qarşısının alınmasına, tədiyə balansının tarazlığının təmin edilməsində ifadə olunur. (BVF-in tədiyə balansı üzrə metodikası, 2015).

Valyuta siyasəti Mərkəzi Bank və digər maliyyə-kredit təşkilatları qismində mərkəzi hökumət orqanları tərəfindən həyata keçirilir. Mərkəzi Bankın yürütdüyü pul siyasəti ölkədə makroiqtisadi stabilliyin təmin olunmasına və ölkənin əlverişli beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin qorunub saxlanmasına yönəldilir. Dayanıqlı makroiqtisadi sabitlik və aşağı inflyasiya davamlı iqtisadi artımın və əhalinin sosial rifahının yüksəldilməsinin əsas şərtləridir. Valyuta siyasəti tədiyə balansının müsbət saldoya çatması üçün aparılan beynəlxalq maliyyə siyasətinin tərkib hissəsidir. Dövlət valyuta siyasətinin əsas elementləri kimi, valyuta intervensiyasından və məhdudiyyətlərindən istifadə edir. (Hüseynov, 2015).

Hal-hazırki vəziyyətdə iqtisadiyyatın həcmi, dollarlaşma səviyyəsi, maliyyə bazarları perspektivindən baxdıqda təsbit edilmiş məzənnə rejimi, kapitalın hərəkətində liberallaşma, iqtisadiyyatın diversifikasiyası, iqtisadiyyatın açıq olması perspektivindən baxdıqda isə üzən məzənnə rejiminin tətbiq edilməsi ölkəmiz üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, tədiyə balansı pulun alıcılıq qabiliyyətinin dəyişməsinə təsir göstərmir. Çünki, əmtəə və xidmətlərin satışını həyata keçirən fərd pula olan tələbini artırdığı halda əmtəə və xidmətlərin alışını həyata keçirən fərd pula olan tələbini azaltmış olur. Beləliklə, pula olan ümumi tələb yenə də dəyişməz olaraq qalır. (Nəzərov, 2016).

Pulun alıcılıq qabiliyyəti əmtəə səbətinə uyğun olaraq müəyyən edilir. Tutaq ki, müəyyən bir əmtəə səbətini almaq ABŞ-da 1 dollara, Avropada 2 avroya başa gəlirsə, o zaman, "1 dollar = 2 avro" bərabərliyi təmin edilməlidir. Alıcılıq qabiliyyətinin tənzimlənməsi zamanı pula olan tələb və təklif bərabər formada tənzimlənməlidir. Məsələn, əgər ölkədə əmtəə və xidmət təklifi çoxalarsa, o zaman pula olan tələb də artmış olur. Bu hal ölkələr arası tədiyə balasına da şamil edilir. Bütün digər hallar sabit qaldığı şəraitdə ölkələr arası əməliyyatlar pulun alıcılıq qabiliyyətinə təsir etmir. Buna görə də, əgər bütün dünya ölkələri mərkəzi bankları koordinasiya vəziyyətində qarşılıqlı qərarlar qəbul edərlərsə, böhran vəziyyətindən qorunmaq mümkün olar.

Tədiyə balansının dövlət tənzimlənməsinin əsas məqsədlərindən biri onun tarazlı olmasını təmin etməkdir. Tədiyə balansının tarazlığının müəyyən göstəricilər sistemi ilə qiymətləndirirlər. Onlardan biri və ən əsası "cari əməliyyatlar üzrə saldo" göstəricisidir. Ölkənin tədiyə balansı o zaman tarazlı hesab edilir ki, onun cari əməliyyatlar üzrə defisiti, yəni saldo mənfi olmasın. Mənfi saldo balansının defisitli olması və tarazlı olmaması deməkdir. Çünki defisiti maliyyələşdirmək üçün ölkə ya xarici aktivlərini azaltmalı, ya da xarici borca müraciət etməlidir. Bununla da tədiyə balansında tarazlıq təmin edilir. (Hüseynov, 2015).

Ölkənin tədiyə balansındakı natarazlıq isə onun iqtisadiyyatı üçün bəzi arzuolunmaz nəticələrə gətirib çıxardır. Belə ki, cari əməliyyatlar üzrə müsbət stabil saldo milli valyutanın mövqeyini

möhkəmləndirir, möhkəm maliyyə bazası yaratmağa və ölkəni kapital ixrac edən ölkəyə çevirməyə imkan verir. Stabil mənfi saldo isə milli valyutanın mövqeyini zəiflətməklə yanaşı, ölkəni daha çox xarici kapital cəlb etməyə sövq edir. Belə şəraitdə uzunmüddətli dövlət və özəl bank kreditləri ölkənin xarici borcunu və borc üzrə ödənişləri artırır. (Hüseynov, 2015).

Nəticə

Tədiyə balansının tənzimlənməsinin metodoloji prinsipləri:

1. dövlətdə sosial-iqtisadi tərəqqinin konkret şəraitdə vəziyyətindən asılı olaraq müəyyənləşdirilir.
2. tədiyə balansı makroiqtisadi tənzimləmə proqramlarının başlıca məqsədi kimi çıxış etdiyinə görə təşkil olunacaq bütün tədbirlər bir-biri ilə əlaqələndirilir.
3. təsərrüfat əlaqələrinin beynəlmiləlləşməsi şəraitində dövlət tənzimlənməsi sistemində tədiyə balansının əhəmiyyəti xeyli artmışdır.
4. Qlobal maliyyə üsyanı digər ölkələrə nisbətən Azərbaycan iqtisadiyyatına az təsir etsə də, hər halda onun əsas mənfi nəticələri kimi ölkə iqtisadiyyatına yönəlmiş xarici investisiyaların vacib çəkisinin azalması, dövlətin iqtisadi inkişaf sürətinin aşağı düşməsi olmuşdur. Belə bir vəziyyət dövlətin tənzimlənmə siyasətində, o cümlədən, maliyyə institutlarının inkişaf strategiyasında dövrün tələblərinə uyğun korreksiya və dəqiqləşdirmələri zəruri etmişdir.
5. Yerinə yetirilən qlobal əhəmiyyətli infrastruktur proyektləri ölkəni tam müstəqil və balanslaşdırılmış iqtisadi siyasət yeritməklə milli təhlükəsizliyini və onun mühüm tərkib hissələri olan iqtisadi, enerji və ərzaq təhlükəsizliyini qısa zaman kəsiyində təmin edə bilmişdir.

Təkliflər

Azərbaycan Respublikasının tədiyə balansının və onun nizamlanma sisteminin kompleks təhlili aşağıdakı bəzi əsas nəticələrə gəlməyə və təhlil üzrə əhəmiyyətli təkliflər irəli sürməyə imkan verir:

1.təhlil olunan nəzəriyyələr tədiyə balansının ölkə nizamlanması sisteminin ölkənin beynəlxalq iqtisadi halından asılı olaraq, ya xarici iqtisadi əlaqələrin həvəsləndirüməsinə, ya da onların məhdudlaşdınlmasma yönəldilməsini nəzərdə tutur.

2. Tədiyə balansının müsbət və ya mənfi saldoya sahib olması onun avtomatik nizamlanma vasitələri və məqsədli tənzimlənmə tədbirləri olmaq üzrə iki qrupa ayırır: avtomatik tənzimlənmə mexanizmləri tədiyə balansınm müsbət və ya mənfi saldoya sahib olduğu zaman iqtisadi qanunların təsiri nəticəsində öz-özlüyündə fəaliyyətə başlayır. Məqsədli tənzimləmə tədbirləri isə dövlətin bilavasitə məqsədyönlü müdaxiləsi hesabına təşkil edilən tədbirlər sistemini təşkil edir.

Mərkəzi Bankın hesabatında da qeyd edilib ki, formalaşdırılmış makroiqtisadi proqnozlar əsasında 2019-cu ildə və ortamüddətli dövrdə də pul-kredit siyasəti aşağı və sabit inflyasiya əsaslı dayanıqlı sosial-iqtisadi mühitin formalaşmasına, bu əsasda iqtisadi artımın daha da sürətləndirilməsinə yönəldiləcək.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi
2. BVF-in tədiyə balansı üzrə metodikası. Bakı, 2015, 350 səh.
3. Əzizova G.A. (2012) - Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti, Dərs vəsaiti, Bakı, “İqtisad Universiteti”, 212 səh.

4. Haxverdiyev Ə., Həsənov V., (2016) İqtisad, 1-ci nəşr. Bakı
5. Həsənov R.T., Həsənli Y.H. (2013) - İqtisadi tədqiqatlarda riyazi üsulların tətbiqi, Bakı
6. Hüseynov T.H. (2015), Azərbaycanın milli iqtisadi inkişaf modeli: nəzəriyyə və praktika, Bakı, "Elm", 466 səh.
7. Məmmədov Z. (2012) - Beynəlxalq valyuta kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul kredit sistemi kitabı. Bakı, V nəşr. , "RS - Poliqraf", 422 səh.
8. Məlikov N.R. (2011) - Bazar iqtisadiyyatı şəraitində inflyasiyanın formaları və onun müəyyən edilməsi yolları, "Odlar Yurdu", 336 səh.
9. Nəzərov V.Ə. (2016) - Tədiyə balansı və onun tənzimlənməsi məsələsi. Azərbaycan Elmi və Mədəniyyəti: elmi-praktik konfransın tezisləri, Bakı, "Elm", 471 səh.
10. Rəsullu R.F. (2018) - "Beynəlxalq valyuta-maliyyə münasibətləri"
11. Şəkərəliyev A. (2011) - Dövlətin İqtisadi Siyasəti: Dayanıqlı və Davamlı İnkişafın Təntənəsi. Bakı, "Victory", 542 səh.
12. Ştiqlitz C.E. (2014) - Qloballaşma və onun doğurduğu narazılıqlar, Bakı
13. Prof. Dr. Halil Seyidoğlu (2017) - Uluslararası iktisat: teori, politika ve uygulama, "Güzem can", İstanbul, 956 səh.
14. "Balance of payments and international investment position manual" Fifth Edition, IMF , Washington, D.C. 2014, p. 371.
15. Красавина Л.Н. (2000) - Международные валютно-кредитные и финансовые отношения, "Финансы и статистика", 608 стр.
16. Dunning J.H., and Lundan S.M. (2008) Multinational Enterprises and the Global Economy. Chelteham, U.K., Edward Elgar Publishing.
17. www.cbar.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının saytı
18. www.stat.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi
19. https://bakuresearchinstitute.org - Bakı Araşdırmalar İnstitutu (BAİ) saytı

Влияние Организационной Культуры На Эффективность Деятельности Коммерческих Банков Азербайджана.

Бахшалиев Мурад

baxsaliyev304@gmail.com

Эльнара Самедова

samedova.elnara13@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена изучению организационной культуры коммерческих банков Азербайджана, которая непосредственно влияет на конкурентоспособность и эффективность функционирования коммерческих банков. Рассмотрена организационная культура как один из ключевых компонентов системы управления деятельностью коммерческого банка, выявлены элементы организационной культуры современного коммерческого банка. В данной статье раскрыты те характеристики организационной культуры, которые напрямую влияют на повышение конкурентоспособности и эффективность функционирования коммерческих банков, рассмотрена типология организационной культуры различных авторов. Рассматриваются важные аспекты влияния организационной культуры на повышение эффективности деятельности коммерческих банков через факторы, влияющие на производительность сотрудников. Исследование воздействия организационной культуры на деятельности коммерческих банков получает все большее распространение вследствие стремительно развивающей банковской сферы в Азербайджане. Любое уполномоченное лицо заинтересовано осуществлять вложения в те бизнес процессы, которые повлекут за собой увеличение дохода. Это касается также создания и развития организационной культуры банка, от уровня управления которой зависит отношение сотрудников к своей работе, ресурсам коммерческого банка. Чтобы определить стиль руководства и степень удовлетворенностью им среди сотрудников банков было проведено анкетирование. Проведен анализ организационной культуры коммерческих банков Азербайджана с использованием методики OCAI К. Камерона и Р. Куинна, позволяющей провести оценку шести главных характеристик организационной культуры, определить существующий и желаемый тип организационной культуры. К этим параметрам относятся: важные характеристики банков; общий стиль лидерства в банках Азербайджана; управление сотрудниками; связующая сущность коммерческих банков. Выявлены факторы, формирующие ценности организационной культуры коммерческих банков.

Ключевые слова: конкурентоспособность, коммерческий банк, методика OCAI, адхократическая культура.

Введение

Организационная культура существует в любой современной компании вне зависимости от сферы деятельности и размеров компании. Организационная культура представляет собой ценностные ориентации, совокупность взглядов, систему отношений, складывающихся в ходе деятельности организации, и норм поведения, разделяемые ее сотрудниками. В культуре любой организации отражается социально-психологический климат, имидж, традиции, обычаи, обряды, имидж, одежда фирмы, награды и т.д.

Существует несметное количество определений понятия организационной культуры, но основными свойствами являются уникальность и неповторимость, набор ценностей, целей, правил, которые носят стабильный характер. Эдгар Шейн дал следующее определение организационной культуре: «Организационная культура – это образец общих базовых допущений, которые усвоила определенная группа, для того, чтобы решать свои проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции, разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться действительной» (Шейн, 2016).

Многие авторы предложили различные аспекты и атрибуты организационной культуры. Наиболее известные из них: классификация Г. Хофстеде, который выделил четыре аспекта культуры: дистанция власти, приемлемость неопределенности, мужественность-женственность и индивидуализм-коллективизм; типология С. Ханди: культура власти, культура роли, культура личности и культура задачи; культурные измерения Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпдентернера: универсализм-частность; коллективизм-индивидуализм; нейтральные-аффективные отношения; диффузные-специфические отношения; достижение-приписывание; культурные ценности К. Камерона и Р. Куинна, представленные в четырех квадрантах: клан, рынок, бюрократия, адхократия.

Создание и развитие организационной культуры имеет существенное значение для коммерческих банков, так как в современных условиях их успех напрямую зависит от восприятия клиентами этих коммерческих банков – позитивной атмосферы, сложившейся в коллективе банка, отношения сотрудников к клиентам, отношения банка с внешней средой, уровня лояльности работников. Организационная культура того или иного коммерческого банка проявляется еще и в его внешнем имидже - взаимоотношения с потребителями услуг коммерческого банка является одним из главных факторов развития организационной культуры.

К элементам организационной культуры современного коммерческого банка относятся: (Калбаева, 2016).

1. Миссия, стратегия и ценности банка.
2. Взаимоотношения с потребителями услуг банка.
3. Взаимоотношения с работниками банка.
4. Постоянное совершенствование услуг.
5. Обучение и мотивация работников.

Формирование организационной культуры коммерческого банка тесно связано с его инновационной деятельностью, направленной на достижение своих бизнес целей и, конечно, повышение конкурентоспособности. Коммерческий банк с развитой организационной культурой пользуется авторитетом среди своих конкурентов и является привлекательным как для работников, так и для партнеров и акционеров.

Особенностью банковской организационной культуры заключается в том, что она основывается на квалифицированный интеллектуальный труд, имеющий высокий уровень внутрибанковской специализации. Организационная культура в коммерческих банках характеризуется коллективным характером труда в оказании услуг банка не только потому что, один специалист не в силе осуществить операции банка, но и необходимостью дополнительного контроля за операциями уполномоченным лицом. Следует отметить, что в банковской сфере ответственность имеет важное значение, так как деятельность банка тесно связана с ценностями и хранилищами, поэтому документооборот в банках нацелен, в первую очередь, на разделение ответственности между уполномоченным лицом и исполнителем. Любая операция в данной сфере сопровождается документами, которые имеют юридическую силу и коммерческую информацию. Кроме этого, постоянно усложняются проводимые операции путем внедрения компьютерных технологий (Мандриков и Полынова, 2015).

Следует отметить, что более 85% информации, полученной работниками коммерческого банка при выполнении своих обязанностей, относится к коммерческой тайне, поэтому в банках особое внимание уделяется экономической безопасности и лояльности сотрудников. Последствиями нарушения правил экономической безопасности, в результате которого клиент или имидж банка влечет за собой ущерб, может быть увольнение работника или восполнение материального ущерба. Трудовые договоры, заключенные с работниками коммерческого банка, содержат пункт о материальной ответственности, а также о неразглашении информации клиентов и банка (Мандриков и Полынова, 2015).

Во многих случаях руководители коммерческих банков считают бизнес настолько устойчивым, что на развитие организационной культуры не уделяют внимания. Однако, чтобы обеспечить эффективное управление деятельностью коммерческого банка, необходимо сформировать сильную организационную культуру.

Методологическая Основа.

Методологической основой исследования послужили методологические представления и концепции, разработанные в области организационной культуры как сложного и важного явления современной экономической действительности, культуры организации, стратегического менеджмента и теории организации. При решении поставленных задач были использованы данные эмпирических методов: анкетирование, наблюдение, эксперимент, интервьюирование и метод экспертных оценок. Наряду с эмпирическими методами при проведении исследований были использованы общенаучные и конкретно-научные методы: анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение.

Первичный анализ: рассмотрение различных теорий организационной культуры, а также стратегий и ценностей организационной культуры. Впоследствие сравнительный анализ полученных данных и фактов и проведение исследований на основе методики OCAI К. Камерона и Р. Куинна для диагностики организационной культуры в банковской сфере Азербайджана.

Организационная Культура в Коммерческих Банках Азербайджана.

Организационная культура коммерческих банков Азербайджана характеризуется клиентоориентированностью, то есть направлена на удовлетворение потребностей клиентов. «Работа на клиента, во имя клиента и для клиента» - это выражение является движущей силой каждого действия банковского работника. Такой подход обосновался в банковской сфере Азербайджана и обеспечивает повышение конкурентоспособности коммерческих банков и рост доходов за счет привлечения новых клиентов и их удержания повышением качества обслуживания и удовлетворением потребностей всех клиентов.

Одним из элементов формирования и развития организационной культуры банковской системы Азербайджана является система мотивации работников. Мотивация оказывает положительное влияние на создание духовно-эмоционального фона деятельности банков, который проявляется в морально-психологическом климате, социально-психологическом настроении, самочувствии сотрудников. Система мотивации персонала разных банков состоит из премирования работников за месяц, квартал, год для повышения эффективности их работы. При расчете премии учитывается выполнение плановых показателей структурными подразделениями, а также индивидуальный вклад каждого работника в общие результаты работы подразделения.

Это оценивает и поощряет каждого работника в отдельности. Система мотивации персонала позволяет стимулировать продажи банковских продуктов, повышает качество обслуживания сотрудников и стимулирует карьерный рост.

В большинстве случаев коммерческие банки описывают принципы своей организационной культуры в специальном документе, с которым все работники знакомятся при приеме на работу. В данном документе дается история создания банка, цель банка, разъясняются миссия, стратегические приоритеты, декларируются принципы организационной культуры. Корпоративный кодекс банков представляет собой программу действий, которая позволяет клиентам прогнозировать развитие банка. Кодекс выступает воплощением философии банка, его стратегии и тактики, декларирует высокий уровень деловой культуры, предполагает соблюдение принципов и норм.

Для изучения организационной культуры банковской системы Азербайджана было проведено исследование, которое базировалось на известной концепции специалистов К. Камерона и Р. Куинна (Камерон и Куинн, 2001). Данная концепция изучения организационной культуры предназначена для оценки эффективности культуры коммерческих банков и определения тех аспектов, которые для банков желательно изменить. Для получения информации было проведено анонимное анкетирование, в котором приняли участие 22 респондента из разных коммерческих банков Азербайджана: «Expressbank», «Unibank», «Yellobank». В исследовании участвовали респонденты от 20 до 29 лет (9 мужчин и 13 женщин) разных отделов: подбор и оценка персонала, информационный центр, отдел телемаркетинга и онлайн продаж, казначейство. Результат средней оценки организационной культуры показан в таблице 1.

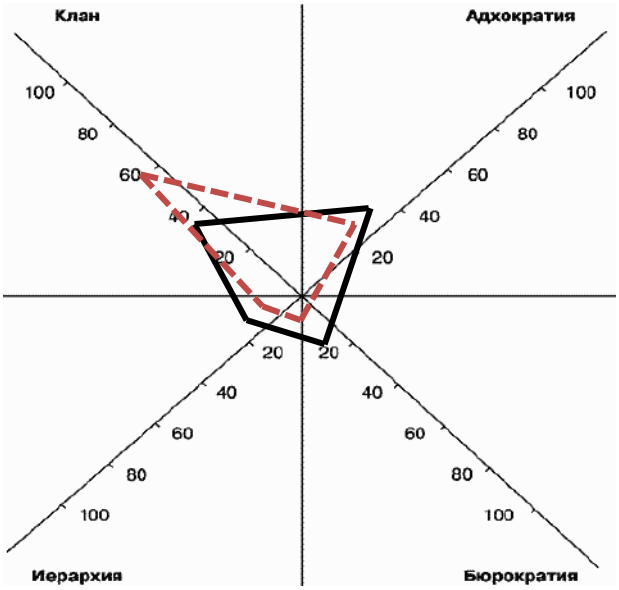
Таблица 1. Результат средней оценки организационной культуры

Тип	Сейчас (%)	Предпочтительно **(%)**
A - Клан	29.5	57.57
B - Адхократия	40	25.83
C - Рынок	21.5	10.88
D - Иерархия	9	5.72
Всего	100	100

Источник: Данные исследования, проведенного автором.

На основе полученных числовых характеристик был составлен профиль конкурирующих ценностей коммерческих банков. Фактическое состояние обозначается сплошной линией, желаемое состояние обозначается пунктирной линией (Рисунок 1).

Рисунок 1. Рамочная диаграмма конкурирующих ценностей коммерческих банков Азербайджана.



Источник: Данные исследования, проведенного автором.

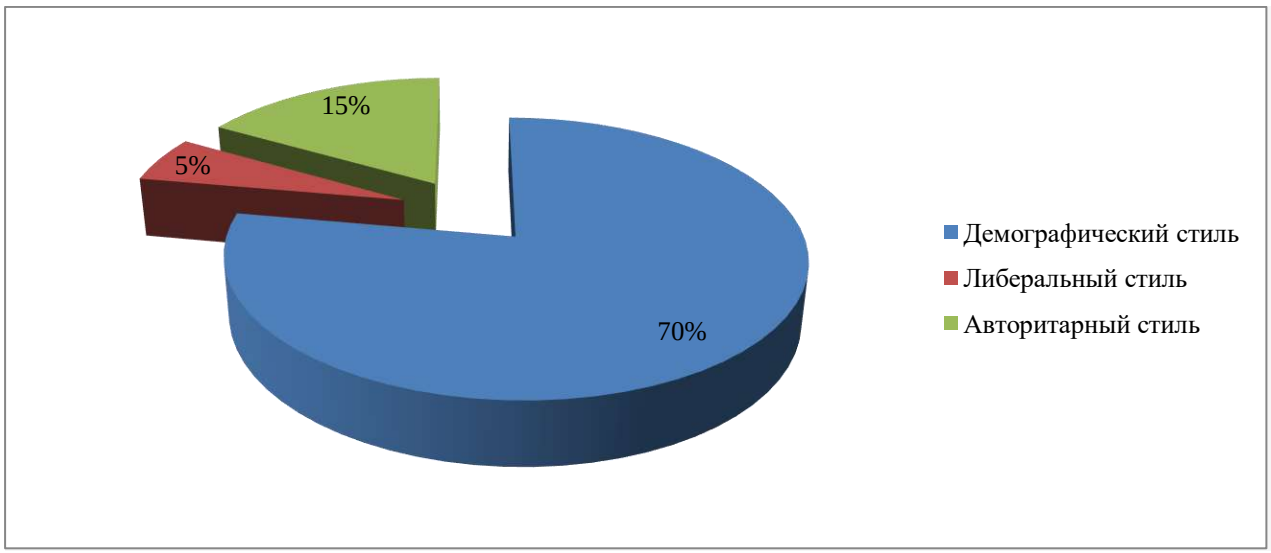
По результатам исследования, в банковской сфере Азербайджана преобладает адхократическая культура, а именно динамичность, предпринимательская и творческая работа. Сотрудники готовы рисковать. Лидеры – новаторы, а банк связывает воедино приверженность новаторству и совершенствованию, стремление быть впереди конкурентов.

В предпочтительном варианте повышаются ценности клановой культуры, понижаются ценности рынка и иерархии. Согласно данным исследования, сотрудники банков ценят лидерство, преданность к работе, традиции, придают значение совершенствованию личности, высокой степень сплоченности и моральному климату, поощряют коллективные формы работы.

В настоящее время банк в Азербайджане является стабильной и успешно развивающейся компанией, которая действует в соответствии с принципами социальной ответственности и законами. Целью всех коммерческих банков является поддержать и укреплять то высокое доверие, которое уже завоевано на рынке банковских услуг.

Важными факторами, которые определяют удовлетворенность работой персонала, являются взаимоотношения с руководством, стиль управления, а также делегирование полномочий персоналу банка. Чтобы определить стиль руководства и степень удовлетворенностью им среди сотрудников банков было проведено анкетирование. Результаты опроса предоставлены на Рисунке 2 и Таблице 2.

Рисунок 2. Преобладающий стиль управления в коммерческих банках Азербайджана.



Источник: Данные исследования, проведенного автором.

Было выявлено, что в коммерческих банках преобладает демократический стиль управления (70%). Данный стиль отличается тем, что в банках преобладает коллективное управление, при принятии решения высшим руководством учитывается мнение руководителей низшего звена. Руководители, в свою очередь, опирается на формального и неформального лидера в работающем подразделении. Наряду с требовательностью и контролем в банках преобладает творческий подход к выполняемой работе. Также в ходе исследования было выявлено, что 88% сотрудников устраивает стиль управления.

Таблица 2. Степень удовлетворенности сотрудников стилем управления.

	Да	Нет
Устраивает ли вас стиль управления компанией?	88%	12%
Хотелось бы вам внести изменения?	7%	93%

Источник: Данные исследования, проведенного автором.

Выводы

Анализируя различные определения организационной культуры, были выявлены компоненты, которые являются существенными в деятельности коммерческого банка:

1. Организационная культура – это целостная система социальных, материальных и духовных ценностей, формирующиеся в результате деятельности сотрудников банка и отражают ее уникальность.
2. Наиболее значимыми элементами организационной культуры являются ценности, миссия, цели коммерческого банка, кодексы и нормы поведения, взаимоотношения с потребителями услуг банка, взаимоотношения с работниками банка, обучение и мотивация работников, традиции и ритуалы.
3. Формирование организационной культуры коммерческого банка тесно связано с его инновационной деятельностью, направленной на повышение конкурентоспособности.

Таким образом, по результатам исследования, базирующего на концепции специалистов К. Камерона и Р. Куинна в банковской сфере Азербайджана преобладает адхократическая организационная культура. Предпочтительной организационной культурой сотрудники коммерческих банков считают клановую. Результаты диагностики организационной культуры коммерческих банков по методике OKAI свидетельствуют, что такие культурные составляющие, как динамичность, ориентация на новаторство имеют большую значимость в силу стремления банков укрепить свои позиции на рынке.

Также, по результатам исследования было выявлено, что в коммерческих банках преобладает демократический стиль управления (70%), который отличается тем, что в банках преобладает коллективное управление, при принятии решения высшим руководством учитывается мнение руководителей низшего звена. В ходе исследования было выявлено, что 88% сотрудников разных банков устраивает стиль управления.

Литература

1. Мандриков Р. С., Полынова Л. В. (2015) Развитие организационной культуры как фактор устойчивого инновационного развития организации.
2. Калбаева Е. (2016) Современное состояние банковской системы и перспективы ее развития, №57-1
3. Франклин Р. (2003) Особенности современной культуры // Управление персоналом. – № 11. – С. 79–80.
4. Камерон К., Куинн Р. 2001. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер
5. Саенко И. Е. (2016) Диагностика уровня развития организационной культуры банковского учреждения №9 (113) май-1
6. Померанцева Е. (2006) «Модели управления персоналом»
7. Чижикова Е.С. (2016) «Исследование типа корпоративной культуры студенческого сообщества с помощью метода OCAI К.Камерона и Р.Куинна - Современные проблемы науки и образования. № 3
8. Андрющенко О.В., Фокина Т.П. (2014) Методологические и методические аспекты использования OCAI как инструмента диагностики и изменения организационной культуры.
9. Э. Шейн. (2007), Организационная культура и лидерство. 3-е издание, с 46.
10. http://elitclub.ru/kkikp/view/34
11. http://www.trkk.ru/data/tools/130-oprosnika-po-izucheniyu-korporativnoy-kultury-kompanii.html

Проблемы Повышения Конкурентоспособности Национальных Коммерческих Банков

Егяна Велиева

veliyeva_yegana@bk.ru

Аннотация

В данной статье раскрывается суть понятия «конкурентоспособность банка», подчеркивается необходимость повышения конкурентоспособности не только самих банков, но и услуг и продуктов, предоставляемых ими, отмечается, что коммерческие банки, в капитале которых участвуют государство или государственные компании, являются наиболее конкурентоспособными, так как при наступлении экономического спада государство сможет оказать должную поддержку. В статье отмечается, что с целью повышения конкурентоспособности банков необходимо внедрение инновационных банковских технологий, среди которых можно выделить технические, организационные и социальные инновации. С другой стороны, подчеркивается необходимость не только повышения качества предоставляемых банковских услуг и продуктов, но и развития взаимоотношений с уже существующими и потенциальными бизнес-клиентами, способности заинтересовать клиента в совершении сделки. Отмечается наличие узкого ассортимента продуктов и рисков, что делает национальные коммерческие банки недостаточно конкурентоспособными. Выделяются две разновидности термина «конкурентоспособность банка» – национальная и международная. Конкурентоспособность коммерческих банков на международной арене связывается с их рейтингом со стороны рейтинговых агентств. Приведены результаты оценок ведущих коммерческих банков страны согласно таким международным рейтинговым агентствам как Moody's и Fitch Ratings, которые в ходе своей оценки используют системный подход, а он направлен на оценку платежеспособности и кредитоспособности банка на микро- и мезоуровне, а также финансовой устойчивости. Подчеркивается значимость экономических и потребительских критериев конкурентоспособности банка. Приводится необходимость создания единой эффективной системы менеджмента и стратегического планирования инновационной деятельности для увеличения уровня гибкости и адаптивности бизнеса. Делаются выводы и рекомендации, с помощью которых предполагается осуществить выход национальной банковской системы на более качественный уровень в повышении конкурентоспособности и повысить значимость банковских учреждений страны на мировом финансово-кредитном рынке.

Ключевые слова: Конкурентоспособность Банков, Банковская Система, Коммерческие Банки, Банковские Нововведения

Введение

Банковская система во всем мире в последнее время переживает изменения, которые характеризуются глобализацией финансовых рынков и консолидацией финансового сектора, в результате чего сокращается число банков, они сливаются и поглощаются, концентрируется банковский капитал, интернационализируется банковская деятельность. Это повышает необходимость изучения проблемы роста конкурентных преимуществ азербайджанских банков на внутреннем и внешних рынках.

Современное состояние банковской системы Азербайджана и прогнозы ее будущего развития делают необходимым осознание актуальности такого термина как «конкурентоспособность». Успех функционирования коммерческого банка зависит не только от способности разумного построения внутренней политики, а от способности приспособиться к внешним условиям с

наибольшей выгодой для себя, от способности предвидеть закономерности развития рынка, посредством чего получить конкурентное преимущество.

Понятие «конкурентоспособность», вне зависимости от субъекта применения, представляет собой умение и возможность выстоять конкуренцию. Одним из главных факторов, определяющих конкурентоспособность банка, является конкурентоспособность банковского продукта, за счет чего определяется место банка на рынке. Именно этот термин выступает в качестве решения проблемы экономической эффективности.

Конкурентоспособность отдельного коммерческого банка подразумевает возможность оказания различного ассортимента услуг с наименьшими издержками. Однако она считается эффективной только в том случае, если затраты снижаются, а качество услуг повышается за счет внедрения технических, организационных и управленческих новаций. Как отмечал ученый Майкл Портер «Конкуренция – главный фактор, который определяет, станет компания успешной, либо потерпит крах. Именно в ходе конкуренции становится ясно, насколько инновации компании, выработка общей корпоративной культуры или реализация выбранной стратегии способствует ее эффективности» (Портер, 2005).

Посредством конкуренции банки своего рода контролируют друг друга. С целью получения клиента, а, следовательно, размещения дополнительных финансовых средств, они могут прибегнуть к снижению тарифов и ставок, уменьшению издержек, увеличению качества, а также ассортимента оказываемых услуг, внедрению инноваций, следят за надежностью и финансовой устойчивостью своего банка, тем самым стремясь к повышению конкурентоспособности и достижению главной цели функционирования банка – получение наибольшей прибыли при поддержании разумной степени риска.

Как можно заметить, в современных условиях крупными банками являются те, в капитале которых участвует государственный капитал, т.е. часть акций банка находится в руках государства через одну или несколько государственных компаний или учреждений (Азер Тюрк Банк – 75% через Государственный комитет по вопросам имущества Азербайджанской Республики, Международный Банк Азербайджана – 91,4% через Министерство Финансов и 3,76% через Государственный комитет по вопросам имущества Азербайджанской Республики). Такие банки, как правило, являются наиболее конкурентоспособными, так как при наступлении экономического спада получают непосредственную поддержку от государства.

Средствами, повышающими уровень конкурентоспособности банков, являются инновационные банковские технологии, которые направлены на обеспечение высокого качества обслуживания существующих и потенциальных клиентов. В банковской деятельности можно выделить 3 вида инноваций:

- технические инновации, которые относят к новым услугам и продуктам;
- организационные, которые связаны с новыми методами и формами организации деятельности;
- социальные, которые включают кадровую и квалификационную политику, стимулирование (Фатхутдинов, 2011).

С другой стороны, не только конкурентоспособные услуги складывают конкурентные преимущества банка, банкам также следует развивать взаимоотношения со своими уже существующими и потенциальными бизнес-клиентами, увеличить уровень готовности и желания сотрудников оказать помощь клиенту, заинтересовать его в совершении сделки, установить впоследствии обратную связь с ними, предоставлять точную и полную информацию о продуктах и услугах, так как встречаются случаи, когда сотрудники банков нехорошо информированы и не способны удержать внимание клиента.

Методы

В целях раскрытия выбранной темы были применены такие методы эмпирического исследования как сравнение, а также общелогические методы и приемы исследования как анализ, абстрагирование, обобщение, индукция, дедукция и системный подход.

Анализ

В настоящее время для национальных банков все же свойственен узкий ассортимент продуктов и риски, что делает их недостаточно конкурентоспособными и ограничивает возможности удовлетворения потребностей клиентов.

Исходя из теоретических подходов к понятию «конкурентоспособность банка» можно сказать, что она заключается в эффективном создании новых конкурентоспособных продуктов и услуг, созданию имиджа надежного банка, который отвечал бы современным требованиям. Банк является составной частью финансовой системы, которая обеспечивает динамичное развитие экономики страны. Поэтому, с другой стороны, крайне важно, чтобы банк также мог соответствовать и международным требованиям для участия в международных финансовых операциях. Вследствие этого выделяют две разновидности термина «конкурентоспособность банка» – национальная и международная.

Сделав вывод из аналитического обзора экономической литературы, можно сказать, что конкурентоспособность коммерческих банков на международной арене связывается с их рейтингом со стороны рейтинговых агентств. Азербайджанские банки в основном оцениваются такими международными рейтинговыми агентствами как Moody's и Fitch Ratings. В ходе оценки используется системный подход, и он направлен на оценку платежеспособности и кредитоспособности банка на микро- и мезоуровне, финансовой устойчивости.

Из-за распространения вируса COVID-19 и снижения цен на нефть рейтинги отечественных банков были пересмотрены. Агентство Fitch подтвердило долгосрочный рейтинг дефолта эмитента Международного Банка на уровне «B-» со стабильным прогнозом. В силу наличия буферного резерва и низкого уровня риска Банк смог сохранить свои рейтинги, и как считают эксперты, они не будут снижены в ближайшем будущем. Прогноз по рейтингам банка был установлен как «стабильный». Тот факт, что кредиты были выданы проектам с низким уровнем риска, позволяет говорить о низкой вероятности ухудшения качества активов. За счет изменений в операционной среде ликвидность банка останется сильной перед негативными последствиями (Отчеты Moody’s и Fitch Ratings, 2020).

Агентство Moody's подтвердило рейтинг Халг Банка по долгосрочным обязательствам на уровне «B2». Однако, по мнению экспертов, современные проблемы глобальной экономики могут негативно повлиять на прибыльность Банка и в связи с этим прогноз был изменен со «стабильного» на «негативный». Уровень капитализации остался стабильным, способность же сглаживать риски даст возможность улучшить прогноз в ближайшие 12-18 месяцев (Отчеты Moody's и Fitch Ratings, 2020).

Moody's подтвердило долгосрочный кредитный рейтинг Банка Республика на уровне «B3», благодаря чему он смог занять наиболее высокий рейтинг среди всех национальных банков. Рейтинг Банка обусловлен высокой ликвидностью, высокой способностью к анализу кредитных рисков, низким уровнем долларизации кредитного портфеля и достаточной стрессоустойчивостью. В связи с корпоративным управлением банка, которое считается одним из основных факторов оценки риска банков, также не возникло проблем. Однако современные глобальные проблемы обусловили изменение прогноза Банка с «позитивного» на «негативный» (Отчеты Moody's и Fitch Ratings, 2020).

Агентство Moody's подтвердило рейтинг Капитал Банка, который является одним из наиболее высоких среди отечественных банков. Базовая оценка кредитоспособности Капитал Банка определилась на уровне «B1», что показывает способность банка выстоять убытки и негативные последствия. Благодаря сложившейся в мире напряженной экономической ситуации, прогноз рейтинга Банка определился как «негативный» (Отчеты Moody's и Fitch Ratings, 2020).

Известный финансовый журнал Global Finance издал список лучших банков более чем из 150 стран мира. В этот список вошел и Международный Банк Азербайджана, который заслужил эту награду за успешную деятельность, а также стратегические проекты, реализуемые в соответствии с потребностями клиентов. Наряду с Международным Банком Азербайджана в этот список были включены швейцарский банк Credit Suisse, турецкий банк Akbank, нидерландский банк ING, русский банк Альфа Банк, английский банк Barclays, итальянский банк UniCredit и другие.

Наиболее значимыми критериями конкурентоспособности банка можно считать экономические (ставки процентов по кредитам, возможные дополнительные затраты в связи с использованием банковской услуги, достаточность собственного капитала, прибыльность и его эффективность, степень рисков, инвестиционная деятельность) и потребительские (разновидность банковских продуктов, максимальный срок кредитования и его максимальная сумма, условия выдачи кредитов, качество предоставления услуг, сеть филиалов, международные банковские операции, цели и стратегии банка, его имидж, прозрачность банковской информации) показатели.

При рассмотрении проблем повышения конкурентоспособности банков было бы правильно остановиться на инновациях, ставших объектом обсуждения теоретиков и практиков всех отраслей деятельности страны, так как именно в результате инноваций в банковской деятельности Азербайджана станет возможной модернизация всей национальной экономики. Именно инновационная стратегия становится средством международной конкурентоспособности банка, которая пока не стала в достаточной степени предметом исследований. Азербайджанские коммерческие банки находятся на начальном этапе

объединения стратегического и инновационного управления в конкурентном динамичном деловом мире. За счет внедрения инновации станет возможным формирование портфеля инновационных проектов, стабильное развитие банка, максимизация возможностей существующих бизнесов и организация новых их видов. Становится необходимым создание единой эффективной системы менеджмента и стратегического планирования инновационной деятельности для увеличения уровня гибкости и адаптивности бизнеса. Было бы разумным прислушиваться к мнениям и предложениям сотрудников банков, которые за счет реализации мало рискованных идей смогли бы обеспечить банку значительное снижение расходов.

Другим направлением инновационного развития отечественной банковской системы может стать расширение международной деятельности. Без такого подхода будет невозможным представить достижение должного уровня международной конкурентоспособности. Кажется очевидным, что далеко не все банки в состоянии достичь такого уровня, так как деятельность большинства из них нацелена на решение текущих проблем и тактических задач.

Выводы И Рекомендации

Азербайджанские банки стремятся решить проблемы конкурентоспособности с помощью решения определенных вопросов, таких как увеличение эффективности посредством снижения затрат, диверсификация рисков, увеличение ассортимента услуг, сохранение позиций на рынке, а также увеличение прибыли. Повысить конкурентоспособность азербайджанских банков на международном рынке было бы разумно с помощью реализации следующих мер:

- увеличение ассортимента банковских услуг и повышение качества их предоставления;
- создание филиалов, представительств за рубежом;
- усиление и совершенствование системы контроля за банками;
- усиление риск-менеджмента и обеспечение должного уровня квалифицированного управления, привлечение более квалифицированных кадров;
- совершенствование банковского законодательства с учетом глобализации экономики;
- повышение узнаваемости бренда;
- создание единых норм деловой этики для банков и прочих участников рынка.

Вышеуказанные рекомендации следует рассматривать как составные части модернизации азербайджанской банковской системы и приоритетные направления ее конкурентоспособного развития. Предполагается, что с помощью предложенных мер получится добиться выхода на более качественный уровень в повышении конкурентоспособности.

Для решения проблем конкурентоспособности национальных банков следует соединить государственную помощь и внутренние ресурсы самих банков, тем самым повысить значимость банковских учреждений на мировом финансово-кредитном рынке.

Литература

1. Бекетов Н.В. Понятие конкурентоспособности и его эволюция // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 11. – с. 13-16.
2. Красникова Е.И. Проблемы оценки конкурентоспособности банковской системы / Е.И. Красникова, М.Н. Рожков // Вестник АмГУ. – 2010. – Вып. 39. – с. 109-114.

3. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2005.
4. Современные теории менеджмента, 2014: научная коллективная монография / Е. В. Петрухина, Е. В. Симонова, Гужина Г. Н. – Орел: ООО «Научное обозрение», 2014. –с. 69-85.
5. Чучелин А. Ю., 2017. Конкурентоспособность применительно к кредитной организации // Молодой ученый. – 2017. – № 41. – с. 67-69.
6. Фатхутдинов Раис Ахметович. Производственный менеджмент: учебник для студ. высших учебных зав., обуч. по экон. спец. и направлениям /Р.А.Фатхутдинов. –Москва [и др.]: Питер, 2011. – 494 с.
7. Отчеты Moody’s и Fitch Ratings. https://banco.az/ru/news-cat/bank

Прогнозирование ВВП Азербайджана и его волатильности методом Тейла – Вейджа

Эсмира Ахмедова

fbc.baku@gmail.com

Аннотация

Данная статья посвящена анализу и прогнозированию ВВП Азербайджана посредством одного из основных адаптивных методов эконометрического моделирования – метода Тейла – Вейджа. Методологической основой данного исследования являются фундаментальные труды зарубежных ученых и исследователей в области адаптивного метода моделирования и прогнозирования. В связи с чем, проведён теоретический обзор научной литературы по систематизации и развитию адаптивных методов с целью определения места, роли и значения метода Тейла – Вейджа в семействе методов прогнозирования. Это основная цель, которая была ориентиром данного исследования с применением к ВВП Азербайджана на основе месячных данных Государственного Статистического Комитета с 1997 г. по 2019 г. включительно.

Методологической основой исследования явился экономико – математический аппарат метода Тейла - Вейджа. Расчёты выполнены на базе свободно распространяемого современного программного обеспечения – статистической среды R, которая принадлежит к числу наиболее динамически развивающихся программ в своём классе. В результате исследования смоделирована прогнозная модель, которая описывается адаптивным методом с существенно разным набором параметров. Методом декомпозиции выявлены важные тренд-сезонные компоненты модели. Проведена диагностика построенной эконометрической модели и сделаны соответствующие выводы. Новизна исследования заключается в уникальности работы, постановке проблем и путей их решения, в том, что на основе проведённого анализа в рамках метода Тейла – Вейджа основного макроэкономического показателя ВВП Азербайджана. Полученные в статье результаты актуальны, имеют большое значение и могут иметь практическое применение, их также можно использовать как для мониторинга развития экономики Азербайджана в целом, так и как инструмент для прогнозирования и планирования.

Ключевые слова: прогнозирование, адаптивные методы, модель Тейла – Вейджа, ВВП

Введение

ВВП и его колебания являются одними из наиболее благоприятных предметов для исследователей и экономистов в области макроэкономики. С этой целью были опробованы различные методы прогнозирования движения, колебаний или волатильности динамики этого показателя. Среди них наиболее популярными являются методы эконометрики. В последнее время получили популярность такие современные вычислительные подходы, как искусственные нейронные сети и нечеткие экспертные системы, поскольку они более гибкие и точные, чем традиционные методы. Однако до сих пор нет единого мнения о том, какие методы являются более надежными (Золов О. Н., Матненко Н. Н., 2019). В своей статье Bashiri Behmiri, Niaz and Pires Manso, José Ramos исследованы и сгруппированы основные методы прогнозирования временных рядов, к которым относятся предмет исследования данной статьи - ВВП (Pires Manso, 2013).

В литературе по прогнозированию выделяют две основные категории методов прогнозирования: количественные и качественные. Количественные методы представляют собой числовые и количественные переменные ; включают две категории методов : эконометрические методы и нестандартные методы. Среди них эконометрические модели сгруппированы в три класса моделей: Модели временных рядов, финансовые модели и структурные модели. С другой стороны, основными нестандартными методами, наиболее часто применяемыми при прогнозировании временных рядов, являются искусственные

нейронные сети и машины опорных векторов. С другой стороны, качественные методы это метод дельфи, нечеткая логика и экспертные системы. Модели временных рядов включают три основные категории : наивные модели , модели экспоненциального сглаживания и авторегрессионные модели,

Поскольку количество методов прогнозирования огромно, выбор метода , наиболее подходящего для определенного сценария, вызывает озабоченность у всех прогнозистов Точность различных методов прогнозирования изучалась многими исследователями. Эти исследования обычно используют точность прогнозирования после выборки. Макридакис и Хибон (Fernández, 2010; Makridakis S & Hibon M., 1979) первыми сравнили большое количество основных методов. В их исследовании было использовано более 100 временных рядов, взятых из широкого спектра реальных ситуаций. Главный вывод состоял в том, что простые методы, такие как экспоненциальное сглаживание, превосходили сложные (C.K.Ng, 2018).

Макридакис продолжил исследование (Makridakis S, Chatfield Сб 1993). На этот раз число использованных серий было увеличено до 1001, а число методов-до 15. Результаты нового исследования были аналогичны результатам предыдущего исследования были обобщены в следующие положения:

1.статистически сложные или сложные методы не обязательно превосходят простые методы.

2. относительная оценка эффективности различных методов варьируется в зависимости от используемой меры точности.

3.точность, с которой комбинируются различные методы, в среднем превосходит точность отдельных комбинируемых методов и является весьма высокой по сравнению с другими методами.

4. точность различных методов зависит от длины соответствующего горизонта прогнозирования.

Первые адаптивные модели были разработаны в начале 50-х годов XX века (Золов О. Н., Матненко Н. Н., 2019). В их основе лежит метод экспоненциального сглаживания , предложенный Р.Г. Брауном.

В дальнейшем в развитие и совершенствование методов адаптивного прогнозирования большой вклад внесли Р. Вейд, Д. Мат, Дж. Бокс, Г. Дженкинс, П. Харрисон, Д. Вард, Г. Тейл, С. Вейдж, Р. Маркланд, П.Р.Уинтерс, Р.Ф. Майер, Й. А Мюллер, Д. Тригг, А. Лич, М.Л. Шоун , У. Чоу, С. Роберте, Р. Рид, А. Рао, А. Шапиро, Ю.П. Лукашин, Е.М. Левитский, А.Г. Иваненко , А.А. Френкель, Е.М. Четыркин, В.В. Венсель (Geurts M D & Kelly J P, 1986; Clemen R, 1989).

В дальнейшем эти выводы были воспроизведены другими исследователями. Среди них Geurts и Kelly (Geurts M D & Kelly J P, 1986), Clemen (Clemen R, 1989), Fildes, Hibon, Makridakis и Meade (Fildes R, Hibon M, Makridakis S & Meade N, 1998), Makridakis S & Hibon M. (10.Makridakis S & Hibon M, 2000).

Методология

Общую схему построения адаптивных моделей можно представить в следующем виде:

1. по нескольким первым наблюдениям ряда оцениваются значения параметров модели;

2. по имеющейся модели дается прогноз на один шаг, причем его отклонение от фактических значений ряда расценивается как ошибка прогнозирования , которая учитывается в соответствии с принятой схемой корректировки параметров модели;
3. по модели со скорректированными параметрами рассчитывается прогнозная оценка на следующий момент времени, и весь процесс повторяется до исчерпания фактических членов ряда;
4. прогнозирование на будущее осуществляется с использованием параметров , определенных на последнем шаге по последним фактическим наблюдениям ряда

Адаптивные методы эконометрического исследования являются одним из перспективных направлений развития краткосрочного прогнозирования. Отличительной чертой этих методов является то, что они позволяют строить самокорректирующиеся модели, способные оперативно и своевременно реагировать на изменение социально-экономических условий развития системы. Адаптивные методы учитывают различную информационную ценность уровней ряда , «старение» информации . Все это делает эффективным их применение для прогнозирования неустойчивых рядов с изменяющейся тенденцией и различную ценность уровней ряда в зависимости от их «свежести» можно учесть с помощью системы весов , придаваемых этим уровням.

Важнейшим достоинством адаптивных методов является построение самокорректирующихся моделей , способных учитывать результат прогноза , сделанного на предыдущем шаге . Вырабатываются своего рода «компенсирующие» изменения, состоящие в корректировании параметров с целью большего согласования поведения модели с динамикой ряда . Затем рассчитывается прогнозная оценка на следующий момент времени. И этот весь процесс повторяется вновь.

Таким образом , адаптация осуществляется итеративно с получением каждой новой фактической точки ряда . Модель постоянно « впитывает » новую информацию, приспосабливается к ней и поэтому отражает тенденцию развития, существующую в данный момент . Скорость (быстроту) реакции модели на изменения в динамике процесса характеризует так называемый параметр адаптации. Параметр адаптации подбирается выбран таким образом, чтобы обеспечивалось адекватное отображение тенденции при одновременной фильтрации случайных отклонений . Адаптивными называются методы прогнозирования , позволяющие строить самокорректирующиеся (самонастраивающиеся) экономико-математические модели, которые способны оперативно реагировать на изменение условий путем учета результата прогноза , сделанного на предыдущем шаге , и учета различной информационной ценности уровней

ряда.

Благодаря указанным свойствам адаптивные методы особенно удачно используются при краткосрочном прогнозировании (при прогнозировании на один или на несколько шагов вперед). Указанное определение отражает основные характерные черты , присущие рассматриваемому подходу.

Анализ

Задача анализа временных рядов состоит в том, чтобы с помощью детерминированной компоненты предсказывать прогнозируемое значение временного ряда , а с помощью случайной компоненты предсказывать величину возможного отклонения и вероятность такого отклонения . Инструментом прогноза в адаптивных моделях выступает математическая модель с единственным фактором, которым является время.

Рассмотрим теперь адаптивные модели для данного временного ряда. Модель Тейла-Вейджа – это расширение модели Хольта, где сезонность учитывается использован аддитивно. Т.е. это трехпараметрическая трендсезонная модель , сочетающая линейный рост с аддитивной сезонностью.

$$\hat{a}_{1,t} = \alpha_1(x_t - \hat{g}_{t-l}) + (1-\alpha_1)(\hat{a}_{1,t-1} + \hat{a}_{2,t-1})$$

$$\hat{a}_{2,t} = \alpha_2(\hat{a}_{1,t} - \hat{a}_{1,t-1}) + (1-\alpha_2)\hat{a}_{2,t-1}$$

$$\hat{g}_t = \alpha_3(x_t - \hat{a}_{1,t}) + (1-\alpha_3)\hat{g}_{t-l}$$

$\hat{a}_{1,t}$ – величина уровня ряда после удаления сезонных колебаний,

$\hat{a}_{2,t}$ – коэффициент линейного роста или аддитивный коэффициент роста,

$\hat{g}_t$ – сглаживание сезонности, аддитивный коэффициент сезонности

l – полный период сезонности, число фаз в полном сезонном цикле (для ежемесячных наблюдений l = 12, для квартальных - l = 4)

Прогноз из точки t на k значений вперед определяется следующим выражением:

$$\hat{\boldsymbol{x}}_{\boldsymbol{k}}(\boldsymbol{t}) = \hat{\boldsymbol{a}}_{\boldsymbol{1,t}} + \boldsymbol{k} \times \hat{\boldsymbol{a}}_{\boldsymbol{2,t}} + \hat{\boldsymbol{g}}_{\boldsymbol{t-l+k}}$$

Качество модели определяется величиной ошибки, чем она ниже тем качество построенной модели выше. Величина ошибки RSS зависит от величины коэффициента адаптации $\alpha = \hat{a}_{1,t} + \hat{a}_{2,t}$, поэтому существует возможность подбора α таким образом, чтобы ошибка была минимальной. В качестве целевой функции принимаем соотношение

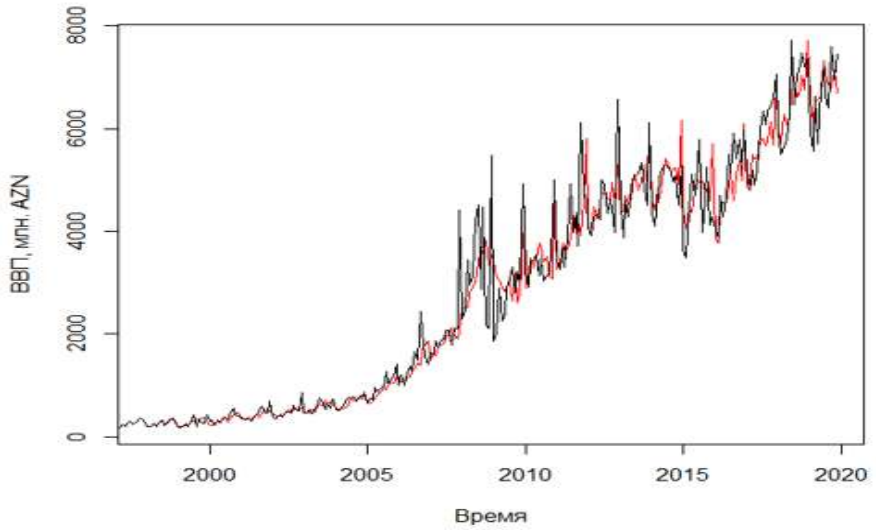
$$RSS(\alpha) \rightarrow \min, \text{ в качестве ограничений } 0 \leq \alpha \leq 1.$$

Расчёты коэффициентов модели выполним на базе широко используемого современного программного обеспечения – статистической среды R, которая принадлежит к числу наиболее динамически развивающихся программ в своем классе.

Результаты

После нескольких итераций получаем следующие параметры сглаживания и коэффициенты.

Рис. 1. Модель Тейла-Вейджа динамики ВВП (млн. AZN)



Источник: расчёты автора

Таблица 1. Параметры сглаживания и коэффициенты модели Тейла – Вейджа.

Параметры сглаживания:	**Коэффициенты:**			
Alpha1: 0.1972782	a1	6178.3068663	g6	1.1009805
Alpha2 : 0.0104385	a2	25.6413462	g7	1.2192735
Alpha3: 0.2521968	g1	1.2809353	g8	1.1719283
	g2	1.0081701	g9	1.1374784
	g3	0.9387328	g10	1.1883549
	g4	1.0658920	g11	1.1872330
	g5	1.0228994	g12	1.1299486

Источник: расчеты автора

В результате эконометрического моделирования получена следующая адаптивная модель Тейла-Вейджа:

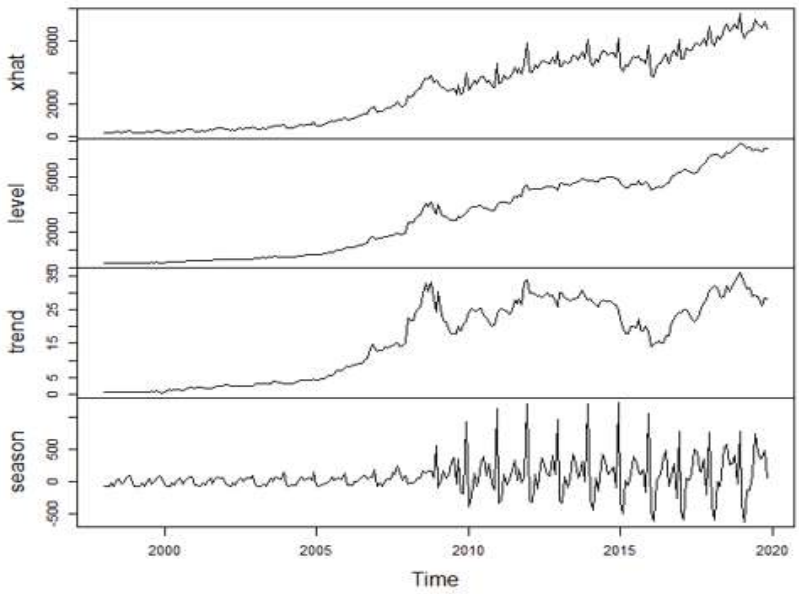
$$\hat{a}_{1,t} = 0{,}2 \times (x_t - \hat{g}_{t-l}) + 0{,}8 \times (\hat{a}_{1,t-1} + \hat{a}_{2,t-1})$$

$$\hat{a}_{2,t} = 0{,}01 \times (\hat{a}_{1,t} - \hat{a}_{1,t-1}) + 0{,}99 \times \hat{a}_{2,t-1}$$

$$\hat{g}_t = 0{,}25 \times (x_t - \hat{a}_{1,t}) + 0{,}75 \times \hat{g}_{t-l}$$

Проведем декомпозицию, разложение модели Тейла – Вейджа (см. рис.2.) Можно заметить, что амплитуда сезонной составляющей выросла после 2009 года, однако для задачи адаптивного прогнозирования это не имеет значения, и необходимость в построении отдельных моделей отсутствует.

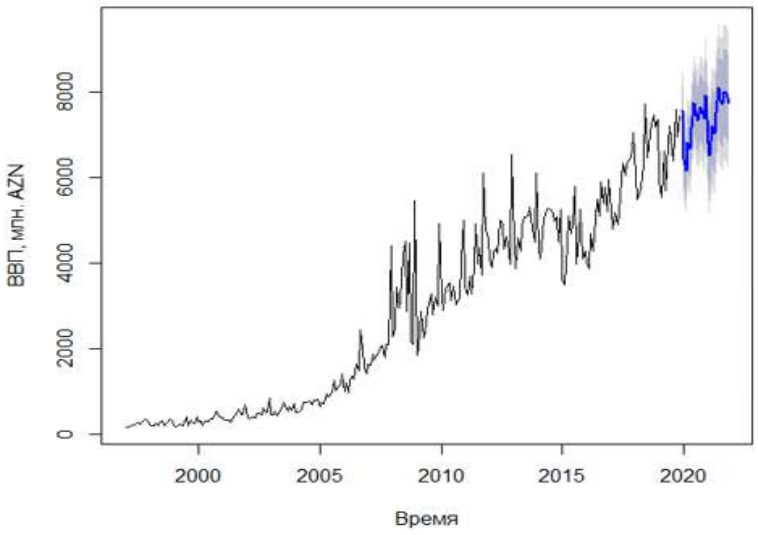
Рис.2. Декомпозиция модели Тейла-Вейджа динамики ВВП (млн. AZN)



Источник: расчёты автора

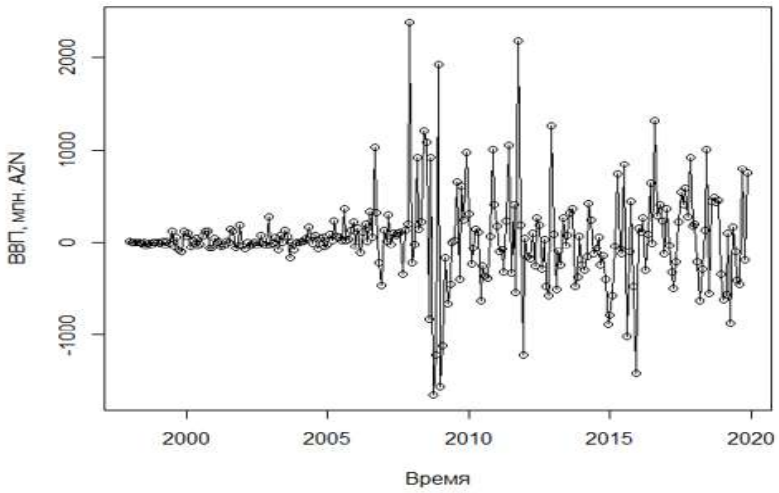
На рис.2 представлено разложение декомпозиция ВВП Азербайджана на составные части: тренд, сезонность и уровень ряда. Каждая из этих компонент имеет свою динамику. Но в общем необходимо отметить увеличение волатильности и изменение тренда в ВВП Азербайджана после 2009 г. вплоть по настоящее время. Эконометрические характеристики модели (см. Таблицу 2) говорят о хорошем качестве модели, следовательно мы может строить прогноз, представленный на рис. 3.

Рис. 3. Прогноз динамики ВВП (млн. AZN) на основе модели Тейла - Вейджа на 10 точек вперед.



Источник: расчёты автора

Рис. 4. Остатки модели Тейла-Вейджа.



Источник: расчёты автора

Наиболее важные из характеристик модели, это средняя абсолютная ошибка в процентах « mean percentage absolute error », MAPE , которая составила допустимые 11,9%, средняя процентная ошибка «Mean Percentage Error», MPE — показывает смещение прогноза, из ее значений видно, что модель Тейла-Вейджа переоценивает положительную динамику ВВП. Коэффициент детерминации R^2 показывает, что модель наилучшим образом динамику ВВП описывает на R^2=0.96.

Таблица 2. Диагностика качества построенной модели Тейла – Вейджа

	ME	**RMSE**	**MAE**	**MPE**	**MAPE**	**MASE**	**ACF1**	**R^2**
Тейла-Вейджа	38.129	482.1381	303.9936	1.0820	11.924	0.6466	0.0387	0.959

Source: personal research, 2019. N=264

Заключение

В данной статье был использован один из адаптивных методов эконометрического моделирования метод Тейла – Вейджа, применённый к анализу и прогнозированию одного из основных макроэкономических показателей социально-экономического развития Азербайджана – ВВП. Декомпозиция ВВП в модели Тейла – Вейджа показала нам, что динамика развития ВВП Азербайджана носит непостоянный характер. Условно весь период наблюдения с 1997 по 2019 годы можно разделить на два периода: первый период охватывает с 1997 по 2009 год, второй период с 2009 год по настоящее время.

Если первый выделенный период отличался относительно стабильным ростом выпуска, то во втором периоде явно выделяется увеличение волатильности, как в тренде, так и в сезонной составляющей. Кроме того, более низкие периоды колебания сезонной составляющей сменяются более высокими значениями. Мы наблюдаем увеличения размаха волатильности. Это свидетельствует о том, что экономика Азербайджана развивается быстрыми темпами, т.к. направление тренда на всем периоде развития имеет положительную динамику. В тоже время

усложняется и все более приобретает черты рыночной экономики, которой свойственно колебательное циклическое развитие.

В результате исследования была построена прогнозная модель Тейла – Вейджа, которая определена как адекватная и соответствующая всем эконометрическим критериям и характеристикам моделей данного класса. Согласно оценённой модели динамика развития ВВП Азербайджана будет иметь положительный тренд на следующие 2 года – 2020 и 2021 годы. Тем не менее мы видим спад в середине 2020 года. Это можно объяснить и наличием сезонной составляющей, и влиянием внешних факторов. В тоже самое время изучение влияния внешних факторов выходит за рамки данного исследования.

С помощью метода Тейла – Вейджа был определен уровень ряда равный 0.1972782, коэффициент линейного роста равный 0.0104385 и коэффициент сглаживания сезонности 0.2521968. Выявлено, что на ВВП наибольшее влияние оказывает сезонная составляющая при относительно небольшом коэффициенте линейного роста. При всех преимуществах и простоте использования, данный метод возможно использовать для прогнозирования лишь в краткосрочной перспективе. Так как с увеличением периода прогнозирования, происходит и увеличение доверительного интервала параметров модели и прогнозируемой зависимой переменной, что в конечном счёте увеличивает ошибку прогноза.

Оценённая модель рекомендуется использовать для мониторинга экономики Азербайджана, построения краткосрочного прогнозирования и разработки бизнес-планов и инвестиционной политики. Прогнозы рекомендуется строить в рамках доверительного интервала и на краткосрочный период.

Литература

1. Золов О. Н., Матненко Н. Н. (2019) Проблемы использования ВВП как показателя эффективности оценки социально-экономического развития // Вопросы экономики и управления. №5. — С. 1-6. — URL https://moluch.ru/th/5/archive/138/4418/ (дата обращения: 30.11.2019).
2. Bashiri Behmiri, Niaz and Pires Manso, José Ramos (June 6, 2013). Crude Oil Price Forecasting Techniques: A Comprehensive Review of Literature. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2275428 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2275428
3. Fernández, S. and Wıse, L. R. (2010), An Explorатıon Of Why Publıc Organızatıons 'Ingest' Innovatıons. Public Administration, 88: 979-998. doi:10.1111/j.1467-9299.2010.01857.x
4. Makridakis S & Hibon M. (1979), Accuracy of forecasting : an empirical investigation (with discussion, Journal of the Royal Statistical Society A, 142, 97-145
5. C.K.Ng, (2018) A New Adaptive-Control Forecasting Method. Nature & Wildlife, Aug 20,
6. Makridakis S, Chatfield C, Hibon M, Lawrence M, Mills T, Ord K & Simmons L F(1993), The M2 competition : a real-time judgmentally based forecasting study, International Journal of Forecasting, 9, 5-23.
7. Geurts M D & Kelly J P (1986), Forecasting demand for special services, International Journal of Forecasting, 2, 261-272.
8. Clemen R (1989), Combining forecasts : a review and annotated bibliography with discussion, International Journal of Forecasting, 5, 559-608.
9. Fildes R, Hibon M, Makridakis S & Meade N(1998), Generalising about univariate forecasting methods : further empirical evidence, International Journal of Forecasting, 14, 339-358.
10. Makridakis S & Hibon M (2000), The M3 competition : results, conclusions and implications, International Journal of Forecasting, 16, 451-476.
11. Statistical Yearbook of Azerbaijan 2005, Baki, 2005, 802 p., p. 28-29

12. Statistical Yearbook of Azerbaijan 2010, Baki, 2010, 810 p., p. 33-34
13. Statistical Yearbook of Azerbaijan 2015, Baki, 2015, 814 p., p. 37-38
14. Statistical Yearbook of Azerbaijan 2018, Baki, 2019, 817p., p. 39-40

Особенности Развития Малого Бизнеса в Промышленности Азербайджана.

Вахиб Гулузаде

guluzade.v@gmail.com

Резюме

Огромная роль малого бизнеса в развитии современной экономики теоретически и практически неоспорима. В статье рассмотрены особенности развития малого бизнеса в республике, которое имеет важное значение для диагностирования его проблем и последующего их разрешения. С этой целью проведён статистический анализ количества субъектов малого бизнеса за последние четыре года, установлено, что имеет место устойчивая тенденция роста их общего количества по большинству сфер экономической деятельности. Лидерами по количеству малых предприятий являются торговля и ремонт автомобилей, а также прочие сферы, включающие парикмахеров, портных, деятелей искусства и т.д., на долю которых приходится более трети всех функционирующих малых предприятий. Аутсайдерами по количеству функционирующих малых предприятий являются такие сферы экономической деятельности, как оказание медицинских и социальных услуг, информатика и связь, сельское, лесное хозяйство и рыболовство, а также строительство, в которых занято около одного процента всех малых предприятий республики. Рассмотрено функционирование малого бизнеса республики в разрезе действующих микро, малых и средних предприятий. Установлено, что абсолютное большинство малого бизнеса республики сосредоточено в сфере микро-бизнеса и менее одного процента в среднем бизнесе. Если учесть, что согласно законодательству республики к первой группе относятся предприятия с уровнем годового оборота до двух сот тысяч манат, то фактически это означает, что у абсолютного большинства предпринимателей республики, накопление капитала находится на низком уровне. Исходя из этого сделан вывод о том, что столь низкий уровень накоплений ограничивает возможности предпринимателей в внедрении передовой техники и технологии, не говоря уже о создании крупных производственных объектов и предприятий сферы обслуживания.

Ключевые слова: малый бизнес, микро-бизнес, статистический анализ, лидеры бизнеса.

Введение

Малый и средний бизнес сыграли огромную, историческую роль в становлении рыночной экономики. Впервые глубокое осознание роли предпринимательства в развитии экономики было изложено в книге известного английского экономиста А. Маршалла «Принципы экономической науки», опубликованной в 1890 году. Он, в данной работе утверждал, что отсутствие предпринимательских способностей у человека, руководящего производством, неизбежно обернётся потерей всего применяемого в этом процессе капитала. Если же эти способности окажутся выше, чем у других его соперников, то он получит более высокую прибыль, недоступной для большинства его конкурентов (Маршалл А. 1993). Дальнейшее развитие идеи о роли предпринимателя нашли в работе известного австрийского экономиста Д.Шумпетера. В своей работе «Теория экономического развития» (1911г.) он определяет предпринимателя как одну из центральных фигур капиталистической экономики. Он указывает на новаторство, как важнейшую черту предпринимателя. Благодаря данной своей способности предприниматель становится у него основным источником всех динамических трансформаций в экономике. По мнению Джозефа Шумпетера инновационная деятельность предпринимателя является основным двигателем развития капиталистической экономики (Шумпетер Дж. 1982).

Все эти и последующие идеи о роли предпринимательства, малого бизнеса наиболее яркое, практическое своё воплощение нашли в современной рыночной экономике ведущих стран Запада. Все более возрастающая роль малого бизнеса в экономическом развитии этих стран подтверждается конкретными цифрами. В развитых странах 70-90% всех предприятий

составляют, которые классифицируются как предприятия малого и среднего бизнеса (МСБ). Велика и численность занятого на них трудоспособного населения. Так, в странах ЕС предприятия МСБ составляют 98% всех предприятий , на них приходится 66,6% всей занятости , производится 56,8% всей добавленной стоимости (Eurostat, National Statistical Offices, and DIW Econ Note: Date as of 30 June 2017).

Особое значение оно имеет для ускорения темпов роста развивающихся рыночных экономик, для развития ненефтяной экономики республики. Необходимость создания благоприятных возможностей для развития малого бизнеса в своих исследованиях отмечают и азербайджанские экономисты (Джабиев Р.,2015). В Азербайджане правительство республики принимает серьёзные меры направленные на повышение роли малого и среднего бизнеса в экономике республики. Однако до сих пор, официальная стратегическая линия правительства сталкивается с различными трудностями юридического, экономического и организационного характера, которые препятствуют развитию прогрессивных тенденций в этой области. Многие из этих проблем нашли отражение в научных трудах отечественных учёных(Гаджиева С.Т., 2019).Определение особенностей развития малого бизнеса в республике требует дальнейшего исследования и имеет важное значение для диагностирования его проблем и последующего их разрешения.

Метод

В исследовании использовались единство логического и исторического методов, которые позволили проанализировать логику и основные этапы развития малого бизнеса в республике.

Использование абстракции и системного метода позволили определить роль и вклад малого бизнеса в развитие национальной экономики, промышленности республики, решение важных социально-экономических проблем его развития.

С помощью группировки статистических данных выявлены отрасли промышленности с различным уровнем развития малого бизнеса, продуктивности труда и оплаты работников.

Посредством сравнительного исследования определён уровень развития малого бизнеса республики на общем фоне наиболее развитых стран, потенциальные возможности дальнейшего повышения его эффективности.

Анализ

В XXI веке уже никто не сомневается в важной созидательной роли малого предпринимательства в развитии рыночной экономики. Начинающие предприниматели, как правило, начинают свою деятельность с малых масштабов. Именно так начиналось восхождение таких сегодня всемирно знаменитых брендов, как «Microsoft», «Harley Davidson», «Facebook», «Apple» и многих других. Они активно занимаются генерированием новых идей, проявляют нестандартные подходы к решению проблем, рискуют с внедрением инноваций. Малый бизнес активно участвует в формировании рыночной среды, свободной конкуренции и социальной справедливости.

Становление малого предпринимательства в развивающихся экономиках, в частности в Азербайджане, за последние 28 лет накопило значительный опыт, имеет конкретные достижения и периодически сталкивается с определёнными проблемами своёго дальнейшего

развития. В связи с этим рассмотрим современное состояние развитие МСП в республике, как выражение достигнутых результатов за годы независимости.

Таблица 1. Количество субъектов малого бизнеса

Показатели	2015	2017	2018	2018г в % к 2019г
Количество субъектов малого предпринимательства, всего, един.	187.407	169982	241.183	128,7
из них физические лица предприниматели, един.	169.560	150447	218.494	128,9
В том числе				
-в сельском хозяйстве, лесном хозяйстве и рыболовстве, един.	3.193	2.976	3.107	97,3
из них физические лица-предприниматели, един.	1.534	955	907	59,1
-промышленность, един.	4551	6302	8.452	185,7
из них физические лица-предприниматели, един.	3310	4891	6785	204,9
-строительство, един.	2340	2315	2.983	127,4
из них физические лица-предприниматели, един.	895	701	1094	122,2
-торговле; ремонт автомобилей, един.	96.731	72.036	75.370	77,9
из них физические лица-предприниматели, един.	89.950	66.734	69.552	77,3
- транспортировка и складирование, един.	28.443	28.921	39.584	139,2
из них физические лица-предприниматели, един.	28.131	28.393	38.925	138,4
-размещение туристов и общественное питание, един.	14.162	16.762	18.127	127,9
из них физические лица-предприниматели, един.	13.638	16.314	17.555	128,7
-информатика и связь, един.	2.612	2.732	3.170	121,3

из них физические лица-предприниматели, един.	2.121	2.053	2.387	212
-операции с недвижимостью, един.	1.592	1.984	5.158	323,9
из них физические лица-предприниматели, един.	1.297	1.288	4.232	326
-образование, един.	1.524	2.378	3.050	200
из них физические лица-предприниматели,един.	1.290	1.777	2.317	179,6
-оказание медицинских и социальных услуг, един.	1.038	1.335	1.414	136,2
из них физические лица-предприниматели,един.	725	766	784	108,1
-прочие сферы,един	31.221	32.241	80.408	258
из них физические лица-предприниматели,един	26.669	26.575	73.956	277

Источник:“Azərbaycanın statistik göstəriciləri” Statistik məcmuə /Baki 2019,s.113, www.stat.gov.az(12.03.2020)

Создание законодательной базы развития МСП незамедлительно отразилось на его численности. За последние 4 года численность малого и среднего бизнеса возросло на 28,7 процента. За рассматриваемый период больше всего количество малых предприятий возросло в таких сферах экономической деятельности, как операции с недвижимостью (223,9%), транспортировка и складирование (39,2%), размещение туристов (27,9%), образование (100%), оказание медицинских и социальных услуг (36,2%), строительство (27,4%), промышленность (85,7%) и прочие сферы (158,7%). Приведённые цифры говорят о высоких темпах роста предпринимательской деятельности в большинстве сфер национальной экономики. Но при этом, различна роль малого предпринимательства в различных отраслях экономики. Так, лидером по количеству малых предприятий являются торговля и ремонт автомобилей, а также прочие сферы, включающие парикмахеров, портных, деятелей искусства и т.д., на долю которых приходится, соответственно, 31,3 и 33,3% всех функционирующих малых предприятий. В таких сферах как транспортировка и складирование, размещение туристов и общественное питание действует, соответственно, 16,5 и 7,5 % всех малых предприятий республики такие сферы, как оказание медицинских и социальных услуг,

Аутсайдерами по количеству функционирующих малых предприятий являются такие сферы экономической деятельности, как оказание медицинских и социальных услуг, сельское, лесное хозяйство и рыболовство, а также строительство, в которых занято малых предприятий, соответственно, всего 0,6%, 1,3% и 1,2%. Для обеспечения инновационного развития экономики, крайне важное значение имеет увеличение количества малых предприятий, занятых в сфере образования, промышленности и науки. К сожалению, в Азербайджане, в сфере образования, информационных технологий и промышленности задействовано не большое их

количество. Так, в сфере образования, информационных технологий и промышленности действует, соответственно, 1,2, 1,3 и 3,5% всех активных предприятий. Наличие малого бизнеса в указанных сферах экономической деятельности имеет очень важное значение для повышения уровня общеобразовательной и специальной подготовки работников национальной экономики, ускорения процесса перехода национальной экономики на современную производственную базу, ускорения процессов её диверсификации. Однако выше приведённая статистика свидетельствует об их недостаточном количестве, относительно низких темпах роста, что отрицательно воздействует технико-технологическую базу отраслей национальной экономики. Особенно негативный эффект этих процессов проявит себя в долгосрочной перспективе, так как молодёжь вовлекается прежде всего в такие массовые профессии, как торговля, водитель такси, оказание индивидуальных услуг. Традиционно сложившиеся, выше указанные виды экономической деятельности, препятствуют развитию видов деятельности, где требуется высокий уровень образования, профессиональной подготовки, умения творчески исследовать имеющиеся проблемы и находить их решение.

Важное значение имеет исследование структуры действующего в республике малого бизнеса.

Таблица 2. Количество функционирующих микро, малых и средних предприятий в Азербайджане в 2018 году.

Индикаторы	2018г		
	Всего	в том числе	
		юридические лица	индивидуальные предприниматели
Общее количество субъектов предпринимательства, един.	244.883	26.389	218.494
Количество субъектов микро – бизнеса, един.	237.815	19.321	218.494
Количество субъектов малого бизнеса, един.	4.930	4930	-
Количество субъектов среднего предпринимательства, един.	2.138	2.138	-

Источник: рассчитано автором на базе данных Azərbaycanda micro, kiçik və orta sahibkarlıq.Baki,2019,c.9. www.stat.gov.az(10.03.2020)

Структурный анализ деятельности малого и среднего бизнеса имеет важное значение для объективной оценки основных его направлений, позитивных достижений и имеющихся препятствий. В 2018 году в республике было зафиксировано 244.883 субъекта малого и среднего бизнеса, из которых 97% составили субъекты микро-бизнеса, 2%-малого и 0,8% среднего бизнеса. Это есть количественное отражение того факта, что в республике наиболее благоприятные, близкие к комфортным, созданы условия для микро-бизнеса, как в плане его регистрации, так и в плане минимизации ведения различной отчетности. Всего 2% всех субъектов представляют собой малые предприятия и 0,8% -средние. С другой стороны,

согласно законодательству республики субъекты микро-бизнеса имеют годовой оборот до 200 тысяч манат, а малого до 3 млн.манат. Фактически это означает, что у абсолютного большинства предпринимателей республики, накопление капитала находится на низком уровне, и по нынешнему обменному курсу это составляет 117,4 тысяч долларов США. Эта сумма немного больше накоплений среднестатистического немца, которые в 2018 году имели 92 тысяч евро(https://www.dw.com/ru/-09.01.2020). Столь низкий уровень накоплений ограничивает возможности предпринимателей в внедрении передовой техники и технологии, не говоря уже о создании крупных производственных объектов и предприятий сферы обслуживания. Одновременно можно утверждать данная величина оборота, присущая отечественным предпринимателям ограничивает их возможности и в ведении научно-исследовательских работ, создании совместных с зарубежными предпринимателями предприятий. Очевидно, что указанная причина также является серьёзным препятствием для наших бизнесменов в реализации их зарубежных проектов, различных экспортно-импортных проектов. Одновременно можно сделать такой важный вывод, что если ждать когда наши предприятия накопят крупные суммы средств и создадут конкурентные с западным бизнесом предприятия, то для это потребуется довольно продолжительное время. Это будет потерянное для общества время. Оно даст возможность западным фирмам, да и тем, которые находятся в развивающихся странах уйти от нас вперёд, так далеко, что нам просто останется глядеть на них как на далёкий горизонт.

Отсюда возможен только один вывод: создание совместных предприятий и активное сотрудничество с зарубежными партнёрами.

Таблица 3. Доля микро, малого и среднего бизнеса в экономике страны, в процентах.

Индикаторы	2018			
	Всего	в том числе		
		Микро	Малый	Средний
Добавленная стоимость	13,4	6,1	1,7	5,6
Ненефтяной сектор	23,5	10,7	3,0	9,8
Численность работников	42,9	5,3	11,5	26,1
Ненефтяной сектор	45,0	5,6	12,1	27,3
Инвестиции в основной капитал	41,8	17,0	6,3	18,5
Ненефтяной сектор	65,2	26,5	9,8	28,8

Источник: рассчитано автором на базе данных Azərbaycanda micro, kiçik və orta sahibkarlıq.Baki,2019,c.10. www.stat.gov.az(10.03.2020)

Количественно малое предпринимательство в Азербайджане растёт значительно быстрее, чем качественно, да и его вклад в производство валовой внутренней продукции не столь значителен , как в развитых странах Запада, где он достигает до 50-56%. В 2018году вклад малого бизнеса в производство добавленной стоимости в республике составил 13,4 %, из которых 6,1 и 5,6% пришлись, соответственно на долю микро и среднего бизнеса. Наименьший вклад в

производство добавленной стоимости внесли малые предприятия-1,7%. Причем наиболее существенный вклад малый бизнес внёс в производство добавленной стоимости в ненефтяном секторе экономики. Они 23,5% всего производства. Наибольший вклад в это производство внесли микро-бизнес и средние предприятия, соответственно, 10,7 и 9,8%. Малый бизнес проявил здесь слабую инициативу, произвёл всего 3% добавленной стоимости по республике. Из приведённых данных следует, что наибольшую активность в республике проявляет микро – и средний бизнес.

Значителен вклад малого и среднего предпринимательства в увеличении инвестиций в основной капитал. Ведь от инвестиций зависит обновление производственной базы предприятий, количественные и качественные характеристики производимой продукции. 41,8% всех инвестиций в экономику в 2018 году были осуществлены за счёт малого и среднего бизнеса, особенно значительны эти инвестиции в ненефтяной сектор-65,2%. Наибольшие инвестиции в основной капитал ненефтяного сектора экономики осуществили субъекты микро и среднего бизнеса, соответственно, 26,5 и 28,8%. Наименьшие инвестиции в экономику ненефтяного сектора внесли субъекты малого бизнеса.

Значительные диспропорции сложились в распределении субъектов малого и среднего бизнеса по регионам республики.

Таблица 4. Распределение действующих микро-, малых и средних предприятий по экономическим и административным районам.

По экономическим и административным районам	2018			
	Всего	в том числе		
		Микро	Малый	Средний
Всего по республике,един.	244.883	237.815	4.930	2.138
1.г.Баку, един.	111.204	106.643	3.286	1.275
2.Абшеронский экономический район, един.	19.338	18.881	313	144
3.Аранский экономический район, един.	35.735	35.150	379	206
4.Гянджа-Казахский экономический район, един.	25.981	25.592	257	132
5.Шеки-Закатальский район, един.	12.600	12.351	156	93
6.Лянкаранский экономический район, един.	12.405	12.206	141	58
7.Губа-Хачмазский экономический район, един.	10.080	9916	107	57

Источник: рассчитано автором на базе данных Azərbaycanda micro, kiçik və orta sahibkarlıq.Baki,2019,c.11,12.www.stat.gov.az(10.03.2020)

Абсолютно большая часть малых предприятий-111.204 или 45,4% общего их числа, сконцентрирована в г.Баку. На территории Абшеронского экономического района свою деятельность осуществляют 19.338 предприятий или 7,9% всей их численности в республике. Таким образом, 43,3% всех малых и средних предприятий зарегистрированы и осуществляют свою деятельность на территории Баку и Апшеронского экономических районов. Абсолютно большая часть микро-предприятий, т.е. 52,8% их общего по республике количества, также зафиксирована в этом регионе. В Баку –Апшеронском экономическом регионе республики, составляющем и по территории, и по количеству не более его 30%, действует около 53 % всех МСП. Наименьшее количество МСП на территории республики действуют в Губа–Хачмазском, Лянкаранском и Шеки-Закатальском экономическом районах, соответственно, 4,1% и по 5,1% всей их численности. Неравномерное распределение МСП по регионам республики крайне негативно влияет на уровень развития регионов, объёмов производимой здесь продукции, занятость и уровень благосостояния населения. В результате происходит неравномерная нагрузка на регионы республики, люди в поисках работы тратят много времени и средств на постоянные перемещения. Всё это имеет также и негативные социальные последствия для развития самих работников и членов их семей, распределения объектов социально-культурного назначения по территории республики.

Выводы.

К сожалению, в развитии промышленности республики последние годы наблюдаются, как позитивные, так и негативные тенденции. Негативные тенденции нашли своё отражение в снижении роли промышленности в развитии национальной экономики, сокращении численности занятых здесь, уменьшении объёмов производства. Вместе с тем наблюдаются и определённые позитивные тенденции, связанные прежде всего с повышением в этой сфере активности малого и среднего предпринимательства. Как видно из таблицы 2.5. за последние 4 года численность МСП, занятых в промышленности возросло на 34%, а занятых на них работников в 2,15 раз. Обьём выпуска товаров и услуг на указанных предприятиях увеличилось в 1,44 раза. Лишь размер средней заработной платы указанных работников сократился на 4 манат. Эти показатели на 5-7% выше соответствующих средних показателей по республике. По общей численности малых и средних предприятий в реальном секторе экономики промышленность находится на четвёртом месте, после таких сфер как торговля и ремонт транспортных средств, сельское и лесное хозяйство и строительства. По численности работников, занятых на предприятиях МСП, промышленность находится на втором месте после торговли и ремонта транспортных средств. МСП промышленности произвело в 2018 году 8,3% всей продукции и услуг, произведённых в экономике республики аналогичными предприятиями, и по его объёму расположилось на третьем месте после торговли, ремонта транспортных средств и строительства. По уровню средней заработной платы МСП промышленности находятся на втором месте в реальном секторе экономики, после информатики и связи.

Обобщая анализ современного состояния МСП промышленности республики можно отметить, что они демонстрируют относительно высокую позитивную динамику, сохраняя всё ещё высокий потенциал для своего роста.

Литература.

1. Azərbaycanın statistik göstəriciləri .Statistik məcmuə /Baki 2019,s.113. www.stat.gov.az(12.03.2020)
2. Azərbaycanda micro, kiçik və orta sahibkarlıq.Baki,2019,c.9. www.stat.gov.az(10.03.2020)
3. Гаджиева С.Т.Основные направления стимулирования стимулирования малого и среднего
4. предпринимательства в Азербайджанской Республике. Вестник науки и образования. № 6(60).
5. Часть 1. 2019. с.5-9
6. Джабиев Р.М. Малый бизнес и его роль в экономике Азербайджана, Elmi Xəbərlər, 2015, №2,с.48
7. Маршалл А.(1993) Принципы экономической науки, т. III. Пер. с англ. – М.: Прогресс, с.485
8. Шумпетер Дж.(1982) Теория экономического развития. М., с. 161
9. Eurostat, National Statistical Offices, and DIW Econ Note: Date as of 30 June 2017
10. https://www.dw.com/ru/-09.01.2020

Источники Финансирования Инвестиционной Деятельности И Оптимизации Их Структуры

Алиева Нигяр

niqar_aliyeva2596@mail.ru

Резюме

Одним из фундаментальных положений макро- и микроэкономики является тезис о необходимости различать такие понятия, как инвестиции, текущие бизнес-издержки и спекулятивная деятельность. Главное отличие инвестиций от текущих затрат заключается в факторе времени. Если текущие издержки на производство и реализация подразумевают их единство во времени с конечным эффектом, то по инвестициям обязательно имеет место временной лаг, необходимый для того, чтобы конечный эффект от инвестиций состоялся. Поэтому обеспечение эффективности инвестиций напрямую сопряжен с фактором времени: требуется точно выбрать время инвестиций, что, в свою очередь, зависит от длительности отрезка времени необходимого для «вызревания» конечного эффекта планируемых инвестиций. Различия между инвестициями и спекуляцией лежат несколько в иной плоскости. В частности, инвестиции нацелены на извлечение систематического долговременного дохода в виде дивидендов (процентов). Спекуляция же реализуется в режиме «подешевле купить – быстро и подороже продать», что предполагает разовое формирование и извлечение дохода. Поэтому если инвестиции можно охарактеризовать как «игра с положительной суммой», то спекуляция, наоборот, «игра с отрицательной суммой». Иначе говоря инвестиции дают уже теоретический шанс многим владельцам активов – объектов инвестиций получить определенный доход. Спекуляции не дают даже теоретически такого шанса. В то же время, и в случае инвестиций, и в случае спекуляции требуется тщательный предварительный анализ возможных перспектив и рисков. Возможность осуществления инвестиций в различных формах, форматах, режимах, алгоритмах, наличие определенной альтернативности объектов и источников инвестирования обусловливает необходимость решения вопроса оптимизации структуры источников инвестиций, ибо от этого в значительной степени зависит то, насколько достижим будет запланированный эффект инвестиций.

Ключевые слова: Инвестиции, Инвестиционная Деятельность, Источники Инвестиций, Оптимизация Источников Инвестиций

Введение

Инвестиционная деятельность – неотъемлемая часть организованного бизнеса в любой отрасли современной экономики. Как известно, лишь часть ресурсов, которыми обладает данный субъект бизнеса, идут на финансирование текущих издержек, поддержание текущей жизнедеятельности субъекта. Другая же часть ресурсов направляется на финансирование инвестиционной деятельности последнего. Как известно, в рамках социалистической (централизованно-плановой) экономики не было даже самого понятия «инвестиции». Как в учебных и научных материалах, так и в повседневной хозяйственной практике. Однако, хотя прошло уже 30 лет с момента начала рыночных реформ, понятие инвестиций продолжает таить в себе много вопросов, как научного, так и прикладного характера. Но исходные положения достаточно ясные и понятные. В частности, само понятие инвестиций. С одной стороны, это любые материальные и нематериальные, товарные и финансовые активы, которые в рамках права могут выступать объектом инвестиционного интереса физических и юридических лиц. В то же время, инвестиции – это сам процесс вложения финансовых средств

в данные объекты посредством их приобретения. Поэтому капитальные вложения лишь часть инвестиций, последние действительно могут состоять из финансирования создания, перевооружения, переоснащения основных фондов. Но они также могут состоять из вложений в ценные бумаги различных классов и категорий, различных субъектов и условий эмиссии, различных режимов дальнейшего обращения на рынках. В зависимости от того, в каком секторе экономики функционирует данный субъект бизнеса, определяющим для него могут быть либо реальные, либо финансовые инвестиции. Однако и такое различение содержит в себе определенную условность, ибо финансовые по своему характеру инвестиции могут быть направлены в паевые ценные бумаги компаний нефинансового сектора, а потому фактически выступать как прямые инвестиции в производство. Среди ключевых задач инвестиций при деятельности предприятия выступают:

- формирование механизма для реализации стратегических целей;

- формирование возможности расширить производство предприятия;

- обеспечение роста рыночной стоимости компании;

- создание инструментов реализации инновационной деятельности предприятия. (Посредникова, 2012).

Метод

Методология данной статьи базируется на таких общенаучных и специфических методах, как методы анализа – логического, факторного, сравнительного; методы количественного и качественного исследования основных тенденций и направлений развития инвестиционной деятельности предприятий; методы изучения и обобщения материалов отечественной и зарубежной авторов по теме статьи.

Анализ

Западные авторы выдержавших не одно издание учебников по макроэкономике квалифицируют инвестиции как «вложения средств, которые ведут к увеличению валового внутреннего продукта, а значит, и реального сектора экономики». (Макконнелл и Брю, 2003; Шарп, Александер и Бейли, 2003). Согласно Кейнсу, инвестиции – «прирост ценности капитального имущества независимо от того, состоит ли последнее из основного, оборотного или ликвидного капитала». (Кейнс, 2000). На этой позиции находятся также Долан и Линдсей, для которых инвестиции – это «увеличение объема капитала, функционирующего в экономической системе, т. е. увеличение предложения производительных ресурсов, осуществляемое людьми». (Долан и Линдсей, 1992). Отмечается также и то, что «инвестирование представляет собой акт обмена удовлетворения сегодняшней потребности на ожидаемое удовлетворение ее в будущем с помощью инвестиционных благ». (Массе, 1971).

Ученые-экономисты, представляющие различные школы, сущностный анализ термина «инвестиции» строят на четырех основных подходах к сущности данной категории. Первый подход – «инвестиции - это долгосрочные вложения капитала с целью получения дохода в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, инновационные проекты и т.д. К существенным признакам инвестиций относятся длительный срок вложений в производство для достижения экономического эффекта (увеличение дохода, прибыли, конкурентоспособности)». (Виленский, 2008; Райзберг, 2010; Савицкая, 2013). Второй подход

– «инвестиции представляют вложения капитала субъектами хозяйственной деятельности (гражданами, организациями, государственными органами управления) в различные объекты. Срок вложений не регламентируется, целевой эффект - экономический (прирост капитала)». (Шарп и др., 2001). Третий подход – инвестиции - это «любые ценности, вкладываемые экономическими агентами в объекты различных видов деятельности. Срок вложений не регламентируется, целевые эффекты - экономический и социальный». (Дмитриев, 1991; Ример, 2008). Четвертый подход – инвестиции - это «любые ценности, вкладываемые в любые виды деятельности как для достижения экономических и социальных, так и любых других полезных видов эффекта». (Стрекалова, 2010).

Составной частью анализа сущности инвестиций является идентификация различных видов инвестиций. В зависимости от объекта вложения капитала различают реальные (прямые) и финансовые (портфельные) инвестиции. Согласно Шарпу и соавторам, «реальные инвестиции представляют собой вложения в какой-либо тип материально осязаемых активов (например, землю, оборудование, заводы)». (Шарп и др., 2001). Отмечается также и то, что «реальные (прямые) инвестиции – любое вложение денежных средств в реальные активы, связанное с производством товаров и услуг для извлечения прибыли. Это вложения, направленные на увеличение основных фондов предприятия как производственного, так и непроизводственного назначения. Реальные инвестиции реализуются путем нового строительства основных фондов, расширения, технического перевооружения или реконструкции действующих предприятий». (Кирьянов, 2016). Что касается финансовых инвестиций, то по Шарпу и соавторам - это «контракты, записанные на бумаге (например, акции и облигации)». (Шарп и др., 2001). Эффект реализации этих контрактов материализуется в виде инвестиционного портфеля как совокупности ценных бумаг с конечной для инвестора целью в виде извлечения прибыли.

При всей обоснованности выделения реальных и финансовых инвестиций, на деле они взаимосвязаны и взаимодополняют друг друга. Вот пример: «если организации потребуются средства для осуществления реальных инвестиций, то она может их привлечь за счет выпуска и продажи дополнительных акций, приобретение которых для их покупателей будет финансовой инвестицией». (Шарп и др., 2001).

Классификация инвестиций выделяет и такие их виды:

«1) в физические (реальные) активы - производственные здания и сооружения, а также любые виды машин и оборудования со сроком службы более одного года;

2) в денежные активы - права на получение денежных сумм от других физических и юридических лиц (размещение средств на банковских депозитах, покупка акций, облигаций и т.д.);

3) в нематериальные (незримые) активы - ценности, приобретаемые предприятием в результате проведения программ переобучения или повышения квалификации персонала, разработки торговых знаков, приобретения лицензий и т.п.». (Липсиц и Коссов, 2007).

Рост человеческого фактора, необходимость целенаправленного формирования данного ресурса обусловило выделение в рамках классификации инвестиций так называемых «инвестиции в человеческий капитал», как «вложений ресурсов в совершенствование работников, повышение их профессионализма». (Розенберг, 1997). По определению Макконела и Брю, инвестиции в человеческий капитал — «это любое действие, которое повышает квалификацию и способности и, тем самым, производительность труда рабочих. Затраты, которые способствуют повышению чьей-либо производительности, можно рассматривать как

инвестиции, ибо издержки осуществляются с тем расчетом, что эти затраты будут многократно компенсированы потоком доходов в будущем». (Макконел и Брю, 2003).

Сами инвестиции в физические активы также неоднородны, так как неоднородны задачи на решение которых они направлены. Поэтому, различают следующие их виды:

«1) инвестиции в повышение эффективности - их целью является, прежде всего, создание условий для снижения затрат предприятия за счет замены оборудования, обучения персонала или перемещения производственных мощностей в регионы с более выгодными условиями производства;

2) инвестиции в увеличение производственных мощностей - задачей такого инвестирования является расширение возможностей выпуска товаров для ранее сформировавшихся рынков в рамках уже существующих производств;

3) инвестиции в создание новых производственных мощностей - они призваны обеспечить создание совершенно новых предприятий, которые будут выпускать ранее не изготавливавшиеся предприятием товары (или обеспечивать оказание нового типа услуг) либо позволят предприятию предпринять попытку выхода с ранее уже выпускавшимися товарами на новые для нее рынки;

4) инвестиции ради удовлетворения требований государственных органов – становятся необходимыми, когда предприятие оказывается перед необходимостью удовлетворить требования государственных органов управления в отношении экологических стандартов, либо безопасности продукции, либо иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены за счет только совершенствования менеджмента». (Липсиц и Коссов, 2007).

Ряд авторов добавляют в классификацию инвестиций такие группы, как венчурные инвестиции и аннуитет. «Венчурные инвестиции - это рискованные вложения капитала, обусловленные необходимостью финансирования мелких инновационных фирм в областях новых технологий. Это вложения в акции новых предприятий или предприятий, осуществляющих свою деятельность в новых сферах бизнеса и связанных с большим уровнем риска. В расчете на быструю окупаемость вложенных средств венчурные инвестиции направляются в проекты, не связанные между собой, но имеющие высокую степень риска». (Игонина и Опрышко, 2014). Уточняется также, что «аннуитет - инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени. В основном это вложение средств в страховые и пенсионные фонды». (Поляк, 2006).

С каждым из перечисленных видов инвестиций ученые связывают определенный уровень риска, под которым они понимают степень опасности не угадать возможную реакцию рынка на изменение результатов работы предприятия после осуществления инвестиций. В частности, отмечается, что «организация нового производства, имеющего своей целью выпуск нового для рынка продукта, сопряжена с наибольшей степенью неопределенности, тогда как повышение эффективности (снижение затрат) в производстве уже принятого рынком товара несет минимальную опасность негативных последствий инвестирования. С низким уровнем риска сопряжены также и инвестиции ради удовлетворения требований государственных органов управления». (Липсиц и Коссов, 2007).

Фактор времени как определяющая характеристика природы и сущности инвестиций позволяет в рамках их классификации развести краткосрочные инвестиции в пределах года и долгосрочные инвестиции как вложения на срок более года. Так как финансовые инвестиции можно квалифицировать как краткосрочные, ибо чаще всего осуществляются на срок до 1 года.

Реализация же проектов, особенно в реальном секторе, охватывает более длительные сроки. Это долгосрочные инвестиции в воспроизводство основных средств, то есть капитальные вложения.

Кроме того, «по характеру участия инвестора в инвестиционном процессе – инвестиции, осуществляемые при непосредственном участии инвестора в выборе проектов инвестирования и вложения средств, и инвестиции, осуществляемые с привлечением третьих лиц, когда инвестор участвует в выборе объекта инвестиций опосредованно. (Колмыкова, 2009).

Обязательным является выделение прямых и портфельных инвестиций. «Прямые инвестиции: представляют собой вложения в уставный капитал хозяйствующего субъекта с целью извлечения дохода и получения прав на участие в управлении данным хозяйствующим субъектом». (Литовских, 1999).

Как концептуальное понятие портфельные инвестиции обозначают вложения в фондовые ценные бумаги с формированием их портфеля. Портфель – совокупность собранных воедино различных инвестиционных ценностей как инструментов достижения конкретной цели инвестора. По своему составу портфель может быть однотипным и разнотипным. Отдавая предпочтение тому или иному типу, инвестор исходит из своих «портфельных соображений». «Портфельные соображения» - это желание владельца средств иметь их в такой форме и в таком месте, чтобы они были безопасными, ликвидными и высокодоходными. (Митрофанова и Гармаева, 2017).

Инвестиционная деятельность субъекта бизнеса – это не только вложения в конкретные объекты, но и поиск эффективных решений другой не менее важной задачи: как, из каких источников профинансировать инвестиции, каким образом их мобилизовать и задействовать. Для того, чтобы у данного субъекта бизнеса сложилась цельная система финансового обеспечения своей инвестиционной деятельности источники, методы и инструменты её финансирования должны составлять единое целое.

Основными методами финансирования инвестиционной деятельности предприятия являются:

- внутреннее самофинансирование;
- акционерное финансирование;
- кредитное финансирование;
- лизинговое финансирование;
- бюджетное финансирование;
- смешанное финансирование.

Каждый из указанных методов по-разному влияет на алгоритм реализации проектов и конечные результаты. Нередко целесообразным может быть использование смешанного финансирования сразу из нескольких методов одновременно. Характерной особенностью инвестиционной деятельности субъектов бизнеса является многообразие привлекаемых внутренних и внешних источников финансирования. Это ставит перед инвестором задачу выбора оптимального соотношения этих источников. От того, насколько эффективно будет решена эта задача зависит эффективность и успешность хозяйственной деятельности бизнес-субъекта в целом, и её инвестиционной составляющей в частности. Отсюда приоритетность этой задачи. Отмечается, что «ключевые концептуальные подходы к оптимизации структуры источников финансирования инвестиций в экономической литературе строятся на анализе соотношения собственного и заемного капиталов предприятия, а также их составляющих (прибыли, амортизации, эмиссии акций, облигаций, банковского кредита, коммерческого кредита, лизинга и др.)». (Бланк, 2007).

Профессор Игонина отмечает, что «традиционно в теории и методике финансового анализа сопоставление величин собственного и заемного капиталов используется в качестве одного из главных параметров финансовой устойчивости компании». (Игонина, 2014). В работах западных (например, Коупленд, Коллер, Мурин) и постсоветских (например, Шеремет, Ионова, Селезнева, Крейнина) развивается тезис о том, что «данное направление исследования структуры капитала предприятия базируется на данных финансовой отчетности и отражает так называемый бухгалтерский подход к структуре капитала компаний». (Игонина, 2014). За основу количественного описания оптимального соотношения собственного и заемного капиталов компании берутся такие показатели, как финансовый леверидж, прибыль на акцию, рентабельность собственного капитала и др. Требуется достижение такой пропорции между собственным и заемным капиталами, когда указанные коэффициенты находятся на уровне индикативных значений. Трудность заключается в том, чтобы политика финансирования инвестиционной деятельности бизнес-структуры соответствовала ее стратегической цели (целям). Высшей целью чаще всего называется рост инвестиционной стоимости компании. В связи с этим, параметры структуры источников финансирования инвестиций компании должны быть нацелены именно на эту цель. Поэтому, «некоторые авторы ратуют в пользу инвестиционно-финансового подхода, в соответствии с которым оптимальная структура источников финансирования инвестиционной деятельности предприятия формируется при таком соотношении всех форм собственного и заемного капитала, при котором достигается максимизация инвестиционной стоимости предприятия с учетом допустимого риска и требуемой нормы доходности». (Опрышко, 2007). С этих позиций оптимальную структуру источников финансирования инвестиционной деятельности предприятия можно определить как «соотношение собственного и заемного капитала, при котором достигается максимизация инвестиционной стоимости предприятия с учетом допустимого риска и необходимой нормы прибыльности». (Опрышко, 2007). Как отмечает Бланк, современные исследования в области теории и практики структуры капитала породили целый арсенал методического инструментария оптимизации инвестиционной стоимости предприятия, где основными критериями выступают:

«- приемлемый уровень риска в деятельности предприятия;
- максимизация рыночной стоимости предприятия;
- минимизация средневзвешенной стоимости капитала предприятия». (Бланк, 2007).

Но каждый бизнес-субъект сам определяет свои генеральные цели, в том числе в финансовой политике, а потому исходя из них, делает самостоятельный выбор конкретного критерия оптимизации. (Бланк, 2007).

Выводы

В чем же заключается ценность инвестиций как правового понятия для общества? Шройер, анализируя понятие «инвестиции», содержащееся в Вашингтонской конвенции, указал, что объективной характеристикой инвестиций является их значение для экономического развития государства, принимающего инвестицию, т. е. они должны содействовать экономическому развитию государства. (Schreuer, 2001). Можно заключить, что инвестиции как правовое понятие представляют собой благо или совокупность благ, которые вкладываются в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Формирование оптимальной структуры источников

финансирования – сложный процесс, который зависит от мощности каждого источника в тот или иной период времени, финансового состояния инвестора, конъюнктуры рынка и планируемых инвестиционных проектов. Нельзя также не отметить влияние внешних макроэкономических факторов как на оптимальную структуру капитала для целей инвестиционной деятельности, так и на общую привлекательность отдельных инвестиционных проектов, поскольку значительная часть высокотехнологичных продуктов производства поступает из-за рубежа, а следовательно привязана к иностранному курсу валютыr.

Литература

1. Бланк И. А. (2007). Управление формированием капитала. М.: Омега-Л.
2. Виленский П.Л. (2008). Оценка эффективности инвестиционных проектов. М.: Дело.
3. Дмитриев М.Н. (1991). Эффективность капитальных вложений. Нижний Новгород: МИПК НИСИ.
4. Долан Э. Дж., Линдсей Д. (1992). Рынок: микроэкономическая модель. СПб.: Печатный Двор.
5. Игонина Л. Л., Опрышко Е. Л. (2014). Оптимизация структуры источников финансирования инвестиционной деятельности компаний: принципы, подходы, модель. Финансы и кредит, № 1, с. 17-23.
6. Кейнс Дж. (2000). Общая теория занятости, процента и денег. М.: ИНФРА-М.
7. Кирьянов Е.О. (2016). Проблемы и тенденции использования финансовых инструментов для финансирования долгосрочной инвестиционной деятельности российских предприятий. Фундаментальные исследования, № 5-1, с. 142-147.
8. Колмыкова Т.С. (2009). Инвестиционный анализ. М.: ИНФРА-М.
9. Липсиц И.В., Коссов В.В. (2007). Экономический анализ реальных инвестиций. М.: Экономист.
10. Макконнелл К., Брю С. (2003). Экономикс. М.: ИНФРА-М.
11. Массе П. (1971). Критерии и методы оптимального определения капиталовложений. М.: Статистика.
12. Митрофанова А. Н., Гармаева Э. Ц. (2017). Источники финансирования инвестиционной деятельности предприятия. Актуальные проблемы авиации и космонавтики, том 3, с. 380-382.
13. Опрышко Е. Л. (2007). Оптимизация источников финансирования инвестиционной деятельности предприятий в российской экономике: автореферат дис. ... кандидата экон. наук. Владикавказ.
14. Посредникова Д.В. (2012). Ковенанты как инновационный инструмент повышения инвестиционной привлекательности для устойчивого развития предприятия. Вестник Инжэкона. Серия: Экономика, № 7, с. 262-265.
15. Райзберг Б.А. и др. (2010). Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М.
16. Ример М.И. (2008). Экономическая оценка инвестиций. СПб.: Питер.
17. Розенберг Дж. М. (1997). Инвестиции: терминологический словарь. М.: ИНФРА-М.
18. Савицкая Г.В. (2013). Экономический анализ. М.: ИНФРА-М.
19. Стрекалова Н.Д. (2010). Бизнес-планирование. СПб.: Питер.
20. Поляк Г.Б. (2006). Финансовый менеджмент: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА.
21. Шарп Ф., Александер Дж., Бейли В. (2003). Инвестиции. М.: ИНФРА-М.
22. Schreuer C. (2001). The ICSID Convention: A Commentary. Cambridge.

Цифровая Экономика и Цифровизация

Ася Мамедова

mammadovasya@gmail.com

Резюме

Цифровая экономика – один из фундаментальных трендов современной экономики. В её основе лежат коммуникационные технологии, позволяющий «оцифровать» и перевести в электронный режим традиционные алгоритмы, модели и схемы совершаемых в Интернете социально-экономических, а также деловых, культурных, возможных прочих связей и операций. На базе последних сформировался и бурно развивается в пространстве Интернета и через него электронный бизнес и электронная коммерция по производству и реализации разнообразных товаров и услуг. По сути, категория «цифровая экономики» охватывает весь спектр разноплановой деятельности, совершаемой в Интернете с помощью цифровых коммуникационных технологий. В современном бизнес-сообществе под цифровой экономикой понимается развивающаяся «быстрыми темпами сфера экономики, которая полностью переформатирует привычные хозяйственные связи и существующие бизнес-модели. Очевидно, что в данном случае речь идет о новых электронных технологиях организации процессов производства, управления и сбыта». (Сайт Всемирного банка, 18.12.2019). Цифровизация представляет собой длительный, сложный и многоаспектный процесс перевода производственных и управленческих технологий и информационных ресурсов в состояние, пригодное для эффективного применения цифровых устройств и технологий. Так же, как информатизация и автоматизация, цифровизация является глобальным трендом развития экономики, в основе которого лежат кибернетические методы и средства управления, инструментарий анализа больших данных и искусственный интеллект. (Нейсбитт, Эбурдин, 2000). Процесс цифровизации целесообразно рассматривать в широком и узком смыслах. В первом - понимаются многоаспектные организационно-технологические процессы массового применения новых цифровых технологий в производстве и управлении с целью сокращения издержек и повышения скорости осуществления бизнес-процессов. Во втором, более узком, техническом плане она означает переход с аналоговой формы передачи, обработки и представления данных (информации) на цифровую, осуществляемую посредством применения соответствующих технологий и платформ.

Ключевые слова: Цифровая Экономики, Цифровизация, Цифровые Финансовые Услуги, Финтех

Введение

Цифровые технологии активно проникают во все сферы жизнедеятельности современного общества. Цифровые технологии открывают большие перспективы для ведения разного рода бизнеса, позволяют с минимальными затратами организовывать международное сотрудничество, ускоряя тем самым глобализацию, стимулируя развитие и расширяя границы мирового экономического пространства.

Цифровая экономика задает долгосрочный вектор перспективного развития социально-экономических систем всех уровней: микро-, мезо-, макро. Данный неоспоримый факт делает совершенно необходимым всесторонние исследования, анализ процессов цифровой трансформации. Многие страны уже давно включились в гонку за внедрение цифровых технологий в целях поддержания конкурентоспособности своей продукции и сохранения позиций на мировом рынке.

Таблица 1: Динамика размера цифровой экономики, млрд. долл.

	2009	2012	2016
Канада	57,0	66,0	46,3
Франция	117,4	108,3	94,8
ФРГ	147,3	155,7	151,5
Италия	83,9	75,4	57,8
Япония	342,6	349,2	272,9
Великобритания	106,0	115,8	105,5
США	747,0	805,0	976,0
КНР	122,1	178,8	318,7

Источник: OECD Structural Analysis Statistics 2018; Beijing Statistical Yearbook 2018

«Цифровизацию в широком смысле можно рассматривать как тренд эффективного мирового развития только в том случае, если цифровая трансформация информации отвечает следующим требованиям:

- она охватывает производство, бизнес, науку, социальную сферу и обычную жизнь граждан;

- сопровождается лишь эффективным использованием ее результатов;

- ее результаты доступны пользователям преобразованной информации;

- ее результатами пользуются не только специалисты, но и рядовые граждане;

- пользователи цифровой информации имеют навыки работы с ней». (Халин, Чернова, 2018).

Как отмечает сайт www.forbes.ru, «курс на цифровую экономику, так или иначе, коснулся всех отраслей экономической деятельности. Цифровая трансформация не обошла стороной сферу банковских и финансовых услуг. Подобные изменения оказывают существенное влияние на работу всех финансовых организаций, а также людей, задействованных в них. Цифровая «перезагрузка» институтов финансовой отрасли требует не только перестройки всех процессов, но и изменения мировоззрения людей, которые в них работают: цифровая трансформация ведет к трансформации профессиональной». (Переход на «цифру», 2018).

Метод

Методология данной статьи базируется на таких общенаучных и специфических методах, как методы анализа – логического, факторного, сравнительного; методы количественного и качественного исследования основных тенденций и векторов эволюции цифрового сегмента финансового сектора современной экономики; методы изучения и обобщения статистических и аналитических материалов касательно отечественной и зарубежной практики по теме работы.

Анализ

Преимущества цифровизации определяются следующими факторами эффективности:

- ускорение использования предприятиями новых рыночных возможностей вследствие прямых цифровых сигналов от внешней среды;

- улучшение качества обслуживания заказчиков за счет упрощения и удешевления сбора данных для персонализации их запросов и поддержания постоянной связи с ними;

- расширение возможности оптимизации бизнес-процессов (путем максимального исключения задержек), а также их упрощения и ускорения за счет цифровых устройств;

- увеличение целевой аудитории и географического охвата предприятия за счет использования всех форм цифровых каналов и точек их соприкосновения. (Бухт, Хикс, 2018).

Эти факторы имеют тактическое значение и в большей степени характерны для предприятия, переходящего на использование цифровых технологий в производстве и сбыте продукции. Следствие цифровизации – более полное применение в управлении механизмов обратных связей, так как именно они позволяют определить меры повышения устойчивости и эффективности хозяйственной деятельности в соответствии с планами. (Смородинская, 2017).

Можно предположить, что цифровизация – не цель, а средство, а цифровая экономика не может рассматриваться отдельно от остальной экономики и должна трактоваться как сегмент деятельности, когда материализация добавленной стоимости в производстве товаров и услуг осуществляется с помощью цифровых технологий, особенно для отраслей, являющихся интернет-зависимыми.

Цифровая экономика формируется на основе цифровизации и имеет свою специфику, которая состоит в следующем:

- приоритетная роль индивидуума в создании и контроле личного контента (драйверами роста являются знания и люди, обладающие этими знаниями);

- предмет труда - информация - играет активную роль, в то время как в реальном секторе она пассивна;

- преимущественно сетевая структура коммуникаций экономических агентов;

- интегрированные цифровые платформы выступают основой экосистемы и трансформации бизнеса;

- искусственный интеллект - как практически неограниченная комбинаторика различных средств производства и производственных отношений. (Иванов, Малинецкий, 2017).

Цифровая экономика существенно изменяет отношения, складывающиеся в системе производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Таким образом, сутью цифровой экономики является превращение имеющихся на предприятии (в стране, городском хозяйстве) информационных ресурсов и технологий в такие активы, используя которые можно реально сокращать транзакционные издержки и повышать скорость и эффективность бизнес-процессов. Совокупность этих особенностей и характеристик оцифрованного производства и управления определяет возникновение и устойчивость самостоятельного применения термина «цифровая экономика».

Финансовые услуги, связанные с движением денежных средств, обслуживают потребности в платежах, заемном финансировании, сбережениях и инвестировании, страховании, пенсионном

обеспечении. Рынок финансовых услуг выступает одним из важнейших экономических институтов инклюзивного развития. Доступность финансовых услуг, «выступающая в качестве неотъемлемого права гражданина и бизнеса, признается всеми международными институтами по разработке финансовых стандартов значимым фактором повышения уровня жизни населения и развития экономики в целом. Качественные базовые финансовые услуги позволяют оптимизировать расходы и сбережения домохозяйств, стабилизировать их потребление, для бизнеса же создают возможности финансирования операционной деятельности и воспроизводства и расширения основного капитала». (Назаренко, Шабунин, 2017).

Как отмечает, Назаренко В.С., цифровизация является современным трендом развития мировой экономики. Рынок финансовых услуг в числе первых стал объектом цифровизации. «Активный рост сектора финансовых услуг стимулирует ускоренное развитие цифровых технологических решений (финансовых технологий) предоставления финансовых услуг. Происходящий процесс цифровизации экономики и общества обуславливает социально-экономическую трансформацию, вызванную массовой разработкой и применением цифровых технологий, создания, обработки, обмена и передачи информации. Важнейшим эффектом от цифровой трансформации финансовых услуг выступает существенное увеличение объёмов обрабатываемой информации при сокращении временных затрат на ее анализ и обеспечении эффективности разработки технологий, продуктов и совершенствования услуг». (Назаренко, 2018).

Несмотря на отсутствие общепризнанного определения цифровых финансовых услуг (ЦФУ), среди исследователей существует определенный консенсус в отношении того, что:

1) ЦФУ охватывают все продукты, услуги, технологии и инфраструктуру, которые позволяют широкому кругу получателей - физическим лицам и компаниям - иметь от широкого круга поставщиков доступ к платежам, сбережениям и кредитам через Интернет в режиме онлайн. (Gomber, Koch, Siering, 2017; Manyika, Lund, Singer, 2016; Barbesino, Camerani, Gaudino, 2005).

2) ключевыми компонентами любой ЦФУ являются цифровая платформа, розничные агенты и клиенты, а также устройства, которые используют клиенты и агенты для совершения трансакций через цифровую платформу. (Lauer, 2015).

Достаточные предпосылки цифровизации финансовых услуг - это субъективные условия и факторы, формируемые:

- средой, внешней по отношению к самим финансовым услугам, реализация которых способствует их цифровизации;
- интересами (потребностями) участников финансовых отношений;
- техническими возможностями их удовлетворения.

С цифровизацией финансовых сервисов связаны преимущества для всех субъектов рынка финансовых услуг – поставщиков услуги, ее потребителей, регулирующих и надзорных органов. Цифровизация повышает удовлетворенность потребителей финансовых услуг, расширяет возможности управления капиталом экономического субъекта, сокращает издержки всех участников финансового рынка, ускоряет финансовые операции, увеличивает территориальное покрытие финансовыми услугами, повышает транспарентность отношений на финансовом рынке. К техническим возможностям удовлетворения потребностей участников финансовых отношений можно отнести использование на регулярной основе компьютеров,

информационно-телекоммуникационной сети Интернет, мобильных средств связи, интеграцию социальных сетей и др.

Как отмечается «вместе с популярностью интернета возросла и частота онлайн-операций, в том числе финансовых». (Что такое FinTech …). Фактически сложилась «отрасль, состоящая из компаний, использующих технологии и инновации, чтобы конкурировать с традиционными финансовыми организациями в лице банков и посредников на рынке финансовых услуг. Возник и термин, обозначающий новую отрасль - финтех (FinTech)». (Филиппов, 2018).

Профессор Патрик Шуфель после рассмотрения более 200 научных статей, опубликованных за последние сорок лет, которые ссылаются на термин Fintech, вывел следующее определение: «Fintech является новой финансовой отраслью, которая применяет технологии для улучшения финансовой деятельности». (Schueffel, 2017). Отмеченное улучшение сопряжено, в частности и с тем, что «Теперь значительно удобнее перевести деньги родственникам на счет со смартфона, чем сидя в банке или даже стоя у банкомата». (Что такое FinTech …). Тем более, для молодежи, которое начинает дружить с гаджетами с младенчества, а затем проводящее чуть ли не все свое рабочее (учебное) и личное время в Интернете.

Давно известно, что «банки традиционно не могут себе позволить быстро и кардинально менять принципы действия, однако и финансовые тяжеловесы стараются идти в ногу со временем, ведь у них каждый день появляются конкуренты». (Что такое FinTech …). Как отмечается в докладе Глобального отчета – 2017, «более 80% мировых банков теряют свои доходы из-за развития функционала FinTech-компаний. Прежде всего, клиенты пользуются онлайн-платежами, переводами на счета и хранением личных финансов. Более 80% опрошенных банков собираются наладить сотрудничество с FinTech-компаниями, чтобы хоть как-то покрыть ущерб». (Redrawing the lines: …).

По мнению, входящей в «большую четверку» крупнейших в мире аудиторских фирм PricewaterhouseCoopers (PwC), в ближайшем будущем FinTech-компании начнут развивать и такое направление финансовых услуг, как управление личными средствами, сделав еще более осязаемой свою конкуренцию с банками за ресурсы широких слоев клиентуры.

При сохранении имеющихся качественных и количественных параметров глобального развития перспективными в плане всемерного совершенствования и продвижения цифровой экономики, в том числе сектора финансовых услуг, объявляются практиками и исследователями целый спектр направлений развития сектора финансовых услуг. Базовым может выступать реализация идеи финансовой экосистемы, в рамках которой участники могут концентрировать свои усилия на конкретных направлениях финансовых продуктов и услуг, начиная с базовых. Превращение данного алгоритма в повседневную реальность может создать возможность превращения финтех-компаний из просто технологических лабораторий в конкурентов традиционных банков.

Выводы

Цифровизация – еще не состоявшийся факт современной истории человечества, но стремительно идет к тому, чтобы стать таковым. Цифровизация уже является мощным фактором дальнейшей трансформации практически всех отраслей экономической деятельности. Сфера финансово-банковских услуг не исключение. Это настоятельно требует коренного изменения самой структуры мышления: и тех, кто работает в финансовых структурах (профессионалы), и тех, кто потребляет их продукты и услуги. Без коренного изменения мировоззрения трудно будет переналадить технологические процессы.

В то же время, накопленный мировой опыт и текущая практика данного вопроса дает его исследователям и практикам основания констатировать, что переход цифровизации из состояния просто одного из трендов глобального развития в решающий вектор развития может состояться только в том случае, если цифровая трансформация информации отвечает следующим требованиям:

«- охватывает производство, бизнес, науку, социальную сферу и обычную жизнь граждан;
- сопровождается лишь эффективным использованием ее результатов;
- ее результаты доступны пользователям преобразованной информации;
- ее результатами пользуются не только специалисты, но и рядовые граждане;
- пользователи цифровой информации имеют навыки работы с ней». (Халин, Чернова, 2018).

Литература

1. Бухт, Р., Хикс, Р. (2018). Определение, концепция и измерение цифровой экономики. Вестник международных организаций, Т. 13, № 2, с. 143-172.
2. Иванов В. В., Малинецкий Г. Г. (2017). Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива. М.: Российская академия наук, 63 с.
3. Лапидус, Л. В. Центр компетенций цифровой экономики. http://www.makonews.ru/centr-kompetencij-cifrovoj-ekonomiki
4. Назаренко, В.С. , Шабунин, Н.В. (2017). Наука на современном этапе: вопросы, достижения, инновации. Социальное и экономическое развитие в XXI веке. Особенности развития современной науки: актуальные вопросы, открытия, перспективы, с. 31-34.
5. Назаренко, В.С. (2018). Трансформация финансовых услуг в цифровой экономике Центральный научный вестник, № 9S (50S), с. 41-42.
6. Нейсбитт, Дж., Эбурдин, П. (1992). Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. М.: Республика.
7. Переход на «цифру»: как будут работать банки будущего URL:https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.forbes.ru%2Ffinansy-i-investicii%2F359823-perehod-na-cifru-kak-budut-rabotat-banki-budushchego (дата обращения: 18.12.2019).
8. Сайт Всемирного банка. URL: http://www.worldbank.org/ru/events/2016/02/01/central-asia-launch-wdr-2016 (дата обращения: 18.12.2019).
9. Смородинская, Н. Ф. (2017). Усложнение организации экономических систем в условиях нелинейного развития. Вестник Института экономики РАН, № 5, с. 104-115.
10. Халин, В.Г., Чернова, Г.В. (2018). Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски. Управленческое консультирование, № 10 (118), с. 46-63.
11. Что такое FinTech и почему о нем стоит знать стоит знать? URL: https://blog.platincoin.com/ru/economics/what-is-fintech-and-why-you-should-know-about-it/
12. Barbesino, P., Camerani, R., Gaudino, A. (2005). Digital finance in Europe: Competitive dynamics and online behaviour. Journal of Financial Services Marketing, vol. 9(4), pp. 329-343. URL: http://doi.org/10.1057/palgrave.sm.4770164.
13. Gomber, P., Koch, J.A., Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. Journal of Business Economics, Vol. 87(5), pp. 537-580. URL: http://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x.
14. Manyika, J., Lund, S., Singer, M., White, O., Berry, Ch. (2016). Digital finance for all: Powering inclusive growth in emerging economies. McKinsey Global Institute. September. USA: McKinsey & Company. URL: www.mckinsey.com/~/media/21A102FA85A541B CABEA1F6B04F7E136.ashx.
15. Lauer, K. (2015). Digital Financial Inclusion. March. URL: https://www.cgap.org/research/publication/digital-financial-inclusion.
16. Schueffel, P. (2017). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech (англ.). Journal of Innovation Management, Vol. 4, iss. 4, pp. 32-54.
17. https://www.pwc.com/jg/en/publications/pwc-global-fintech-report-17.3.17-final.pdf

18. Redrawing the lines: FinTech's growing influence on Financial Services URL: https://www.pwc.com/jg/en/publications/pwc-global-fintech-report-17.3.17-final.pdf

Инновационное Мышление Как Одно Из Основных Компетенций Современного Предприятия

Фарид Набизаде

farid21st@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматривается понятия моделя компетенций предприятия, инновации, её роль в обществе, всё больше и больше возрастающая роль инновационной деятельности на современном предприятии, недостаточное развитие инновационной деятельности по сравнению с возможным потенциалом в Азербайджанской Республик, путём анализипрования данных международных организаций, которые занимаются оценкой важных макроэкономических показателей. Затрагиваются некоторые модели управления изменениями, предлагаются методы решения данного вопроса. Инновационное мышления рассматривается как современная компетенция, которое способно дать предприятию более ускоренное взаимодействие с постоянно меняющимся динамичным рынком, а также рассматривается способносность компетенции влиять на процесс ускорения внедрений изменений в деятельность предприятия. Затрагивается модель внедрения компетенции инновационного мышления в деятельность организации на постоянной основе. Изучается возможность создания моделя компетенций в зависимости от фазы жизненного цикла продукта. В работе также рассматривается вопрос внедрение компетенции инновационного мышления в повседневную жизнь предприятия и решение не только стратегических целей предприятия при помощи данной компетенции, а также, тактических и каждодневных задач, инновационное мышление рассматривается как средство способствующее автоматизации каждодневных бизнес процессов. Данная компетенция рассматривается не как конкурентное преимущество которое создаётся за счёт более гибких и открытых к новым идеям человеческих ресурсов, а как требование современного рынка и требует от сотрудников способность и желание к непрерывному образованию, стремление к новому, быть проактивным, способность к критическому мышлению и некоторые другие субкомпетенции.

Ключевые слова: инновация, модель компетенций, управление изменениями, инновационное мышление.

Введение

Инновационное мыщление – это знания, навыки и умения необходимые для постоянного совершенствования человеческих ресурсов, готовность к поиску нетрадиционных путей решения вопросов бизнеса для достижения стратегических и тактических целей предприятия и создания конкурентного преимущества за счёт более эластичного и открытого к новшеству персонала. Данная тема является постоянно актуальной, так как оно требует от человеческих ресурсов предприятия постоянное соверщенствование и подстроение (возможен такой сценарий когда предприятие не подстраивается под рынок, а подстраивает его под себя, например выпуская инновационный продукт у которого нет аналогов на рынке) под всегда остающимся динамичным рынок. Например в момент написания данной работы мир был охвачен пандемией COVİD-19 и большинство предприятий перешло в режим «работа из дома» и предприятия человеческие ресурсы которых обладают компетенцией инновационного мыщления имели возможность более гибко и быстро приспособиться к данному режиму, используя критическое мыщление и открытость к изменениям. Очень важное место здесь имеет Критическое мышление.

Критическое мышление – это знания, навыки и умения, необходимые для сбора и анализа качественных и количественных данных, а также для интерпретации и продвижения результатов, которые определят инициативы в области людских ресурсов и информируют деловые решения и рекомендации. (SHRM, 2019).

Метод

При изучении данного вопроса были использованы такие методы исследования как, анализ, синтез, индукция, дедукция и сравнительный анализ.

Анализ

Для анализа вопроса сначала рассмотрим в отдельности ключевые понятия:

Инновация — нововведение, которое способно обеспечить повышение эффективности процессов.

Модель компетенций — это знания, навыки и умения необходимые для успешного выполнения функций, соответствующих должности.

Обычно модель компетенций на предприятии составляется функцией Человеческие Ресурсы и представляет собой набор компетенций необходимых для исполнения обязанностей. Компетенции в свою очередь могут подразделятся на субкомпетенции.

Теория Кайдзен — японская философия, которая предполагает непрерывное улучшение процессов на всех уровнях предприятия.

Управление изменениями — это перевод процесса из текущего состояния в будущее желаемое состояние.

Вышеперечисленные понятия являются состовляющими инновационного мышления, т.е. для удовлетворительного внедрение компетенции предприятие должно иметь работников которые понимают концепцию инновации, в моделях компетенций предприятия в каждой возможной должности должно быть инновационное мыщление (в большинстве случаев это должности групп специалистов и руководителей). Работники должны осознать и применять теорию при этом нет необходимости всем знать детально теорию, руководству предприятия хватит создать механизмы внедрения данной концепции. Управление изменениями очень важно, так как всегда будут люди которые не хотят покидать свою зону комфорта и будут противиться изменениям, а управление изменениями поможет управлять этим процессом. Работники предприятия всегда будут искать «другой путь», который менее очевиден , но будет более оптимальным. Субкомпетенции: Способность и желание к непрерывному образованию; критическое мышление; открытость к новому, готовность покинуть зону комфорта.

Итак, мы разобрались с понятием инновационное мышление, теперь рассмотрим чем его внедрение актуально в Азербайджане. Для этого рассмотрим два международных индекса: «Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) от Всемирного экономического форума и Глобальный инновационный индекс (Global Innovation Index) от Всемирной организации интеллектуальной собственности. Начнём с индекса глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) от Всемирного экономического форума. В данном показателе на 2019-ый год рассматриваются различные показатели которые влияют на конкурентоспособность страны (Таблица 1), как видно из таблицы все показатели кроме способности к инновациям обладает отметкой выше 50-и, т.е. это тот показатель над которым нашей стране следует поработать.

Таблица 1. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) Азербайджана на 2019 год.

Оцениваемые факторы	Оценка (от 0 до 100)	Место (из 141 возможных)
Качество институтов	58.5	49
Состояние инфраструктуры	77.4	38
Проникновение IT и современных коммуникаций	55.1	73
Макроэкономическая стабильность	70.0	103
Потребительский рынок	64.3	23
Рынок труда	69.4	21
Финансовая система	55.4	96
Размер внутреннего рынка	54.0	67
Состояние здоровья населения	68.9	97
Образование и навыки людей	65.6	37
Динамика развития бизнеса	71.5	23
Способность к инновациям	38.3	68
ИТОГО		58

Источник:http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (2019)

Давайте рассмотрим подпункты показателя «способности к инновациям»: оценка по взаимодействию и разнообразию — 48,0 (место — 38) ;оценка по разнообразию рабочей силы — 70,8 (место — 19) ; оценка по состоянию развития кластера — 58,3 (место — 30) ; оценка по международным изобретениям — 1,2 (место — 96) ; оценка по многостороннему сотрудничеству — 61,9 (место — 23 ; оценка по исследованиям и разработкам — 19,8 (место — 111) ; оценка по научным публикациям — 66,6 (место — 105) ; оценка по патентным заявкам — 4,6 (место — 83) Расходы на НИОКР — 6,2 (место — 94) ; оценка по известности научно-исследовательских учреждений — 1,7 (место — 78) ; оценка по коммерциализации — 56.1 (место — 68) ; оценка по изысканности покупателя — 59.1 (место — 18) ; оценка по заявкам на товарные знаки — 53.1 (место — 103).

Как видно из всего этого самые слабые места в вопросе о «способности к инновациям» АР — это исследования и разработки, патентные заявки , известность научно-исследовательских учреждений, оценка по международным изобретениям.

Основываясь на показателе индекса глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) от Всемирного экономического форума можно утверждать, что способность к инновациям — та область, которую можно улучшить, а учитывая глобальные тенденции её нужно улучшать.

Для того, чтобы ещё больше укрепить вышеуказанную мысль рассмотрим Глобальный инновационный индекс (Global Innovation Index) от Всемирной организации интеллектуальной собственности, которые рассматривает не только существующее положение, но также оценивает потенциал.

Составляюшие части этого индекс делятся на 2 составляющих:

1. Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций.
2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций

Итак, рассмотрим результаты (Таблица 2):

Таблица 2. Глобальный инновационный индекс (Global Innovation Index) Азербайджана на 2019 год.

Оцениваемые факторы	Оценка (от 0 до 100)	Место (из 129 возможных)
Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций	77	
Институты	64.5	59
Человеческий капитал и исследования	17.0	106
Инфраструктура	45.3	70
Развитие внутреннего рынка	56.5	31
Развитие бизнеса	24.5	103
Достигнутые практические результаты осуществления инноваций	90	
Результаты развитие знаний и технологий	14.9	101
Результаты творческой деятельности	22.8	84
ИТОГО		84

Источник: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (2019)

Давайте рассмотрим подпункты показателей:

1. Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций

Институты — оценка политической среды — 51.2 (место — 77) ; оценка нормативной среды — 62,4 (место — 73) ; оценка деловой среды 80,3 (место — 33).

Человеческий капитал и исследования — оценка по образованию 21,1 (место — 123) ; оценка по высшему образованию 27,5 (место — 74) ; оценка по исследованиям и разработкам (НИОКР) 2,5 (место — 90).

Инфраструктура — оценка по информационным и коммуникационным технологиям (ИКТ) 65,9 (место — 68) ; оценка общей инфраструктуры 30,8 (место — 83) ; оценка экологической устойчивости 39,3 (место — 61).

Развитие внутреннего рынка — оценка по кредиту 29,5 (место — 95) ; оценка по инвестициям 81,7; оценка торговли, конкуренции и рыночного масштаба 58,4 (место — 74).

Развитие бизнеса — оценка работников умственного труда 29,4 (место — 83) ; оценка инновационных связей 21,4 (место — 79) ; оценка по поглощению знаний 22,9 (место — 113).

2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций

Результаты развитие знаний и технологий — оценка по созданию знаний 3.9 (место — 109) ; оценка влияния знаний 21,4 (место — 111) ; оценка по распространению знаний 19,4 (место — 51).

Результаты творческой деятельности — оценка по нематериальным активам 38,7 (место — 76) ; оценка по креативным товарам и услугам 8,7 (место — 92) ; оценка интернет творчества 5,0 (место — 66).

Как видно большинство показателей особенно в достигнутых практических результатах осуществления инноваций низкие. Самые низкие показатели — созданию знаний, креативным товарам и услугам, оценка интернет творчества, исследованиям и разработкам (НИОКР).

Судя по вышеуказанным пунктам можно с уверенностью сказать что в направлении инновационной деятельности Азербайджану есть куда расти.

Чем может помочь инновационное мышление? Инновационное мышление может ускорить процессы, сконцентрироваться на улучшении, заставить людей быти проактивными, быть более открытым к новшествам. Как развить инновационное мышление в предприятии? Давайте рассмотрим варианты.

В первую очередь необходимо привить инновационное мышление. Очень эффективный метод записать в кодекс поведения (этический кодекс) инновационное мышление как ценность предприятия. Ценности предприятия — это ориентиры, которые помогают сотрудникам принимать верные решения в любых ситуациях связанных с работой.

Сам кодекс поведения (этический кодекс) состоит из двух частей:

1. Часть где записываются правила
2. Часть где записываются ценности предприятия

Мы сфокусируемся на части где записываются ценности предприятия. Тут необходимо полностью описать то, что организация понимает под определённой ценностью максимально понятным языком, чтобы каждый сотрудник, даже те кто занимаются больгше физической деятельностью понимали что от них ожидают и с чем они должны считаться когда принимают решения. Записав инновационное мышление в ценностях предприятие способно привить эту компетенцию сотруднику ещё в самом начале карьеры работы в предприятии, так как это один из первых документов, с которым знакомится сотрудник. Предприятие должно чётко оформить в кодексе поведения (этический кодекс), то что оно подразумевает под инновационным мышлением и какое поведение оно ждёт от своих сотрудников.

После этого менеджеры компании могут смело требовать от своих сотрудников более инновативного подхожа к каждому вопросу. Создать такие кондиции на рабочем месте будет не лёгкой задачей, из-за тех кто будет противиться постоянным улучшениям (изменениям).

Ещё одним способом является включение инновационного мышления в модель компетенций всех должностей которые занимаются умственной деятельностью. Ведь для чего используют

модель компетенций:

1. В процессе принятия на работу (одним из требований к кандатам будет инновационное мышление).
2. Во время оценивания перформанса сотрудников (работники, которые знают, что их инновационное мышление будет оцениваться станут более внимательны в этом аспекте).
3. В процессе составления должностных инструкций.
4. В процессе определения потребности компании в обучении персонала.

Требовать от работников постоянного улучшения процессов — очень сложная задача. Судя по вышесказанному может показаться, что полноценное внедрение идеи постоянного улучшения возможно лишь в небольших предприятиях, где есть возможность внедрения тотального контроля качества более высокая, но на практике эту систему успешно внедрила компания «Тойота». Это стало возможным при помощи японской управленческой философии Кайдзен. Основная мысль философии – непрерывное совершенствование бизнес-процессов, главная цель философии создать такой процес при котором не будет потерь, путём постоянного улучшения всех составляющих процесса.

Существует 5 основных критериев философии Кайдзен, которые называются 5S:

- «Seiri» – аккуратность
- «Seiton» – порядок
- «Seiso» – чистота
- «Seiketsu» – стандартизирование
- «Shitsuke» – дисциплина (Роберт Маурер, 2014).

Для реализизации первого критерия необходимо выявить то, что мешает и что способствует выполнению заданий — сделать сортировку. Можно начать с самого простого, необходимо перестать делать то, чего нет в должностных инструкциях (для того, чтобы это не мешало процессам необходимы такие должностные инструкции, которые полностью охватывают должность).

Второй критерий — порядок требует чтобы был определлёный набор правил в работе, например в самый продуктивный отрезок дня (обычно это начало рабочего дня) необходимость решить самые сложные задачи. Расставив всё по полочкам возможно обнаружить проблемные точки и сконцентрироваться на них.

Чистота — после выполнения задач необходимо навести порядок на рабочем месте (в производстве это сделает более продуктивным следующий день) и в голове, необходимо часто задаваться вопросом — всё ли делается правильно?

Стандартизирование — если с использованием вышеуказанного была решена задача необходимо её стандартизация, чтобы в дальнейшем такая же проблема занимала меньше времени. Тут необходимо создать или внести коррективы в процедурах или в других документах.

Дисциплина требует постоянно искать вышеуказанное в своей работе и совершенствовать всё то что может улучшить процессы.

Переходе к следующему фактору влияшего на внедрение компетенуии инновационного мышления вижу необходимость отметить, что без содействия руководства невозможно полноценно внедрить эту идею. Помимо указание компетенции в моделе компетенций, в ценностях организации, обучив персоналу теорию Кайдзен, необходимо также создать такие условия, при которых их идеи и мысли будут оценены по достоинству. (Роберт Маурер, 2014).

Отличным средством для реализации этой задачи является групповые методы принятия решений, такие как:

- SWOT анализ — можно провести мозговой штурм о сильных и слабых сторонах, возможностях и угрозах рассматриваемой задачи.
- Анализ «затраты-выгоды» — переговоры об экономической оценке, которая позволяет определить в денежных единицах выгодные стороны проекта и затраты, которые данный проект может за собой привлечь.
- Анализ силовых полей — этим методом определяют и измеряют те благоприятные последствия, которые может дать изменение и негативные результаты, им присваиваются оценки и на основе этого принимается решение.

Также существуют такин методы как метод Дельфи, метод номинальных групп, мозговой штурм и т.д.

Итак, допустим мы внедрили всё вышесказанное и обнаружило несколько ключевых факторов, которые следует изменить. Следующим эффективным шагом будет правильное управление изменениями.

Существует множество теорий управление изменениями, внизу перечислены некоторые из них:

- Модель управления изменениями Левина
- Модель управления изменениями Джон Коттер
- Модель Маккинси 7-S
- Теория подталкивания
- ADKAR
- Модель перехода Бриджса

Давайте рассмотрим некоторые из них:

Модель управления изменениями Левина делит процесс внедрения инновации на 3 стадии:

1. Разморозить процесс — надо расчленить рассматриваемый процесс, проанализировать каждый шаг и найти проблемные точки.
2. Изменить процесс — необходимо найти пути устранения этих проблем, подробный план.
3. Снова заморозить процесс — установить новые стандарты, проводить ревизии.

Если вы знаете, что вашемк бизнесу нужен глубокий анализ и улучшение процессов, модель Левина подходядит для этой ситуации.

Разморозив свои процессы и найдя новые (улучшенные) способы реализации процессов, где это необходимо, вы сможете развернуть свою компанию в критический момент ее жизненного цикла. Разморозка и анализ ваших процессов с помощью этого метода может показать вам, что вам нужно улучшить и показать, как помочь вашей команде адаптироваться.

Другая модель управления изменениями — модель Джона Коттера. Эта модель состоит из 8 шагов:

Шаг 1. Создать атмосферу необходимости действий - изучив внутренние и внешние проблемные точки или точки потенциального улучшения выявить то, что можно улучшить. Потом заставить окружающих поверить, что это нужно изменить и нельзя отлагать.

Шаг 2. Сформировать команду для реализации изменений. Команда должна состоять из влиятельных сотрудников - агентов перемен, которые достаточно компетентны, чтобы осуществить инициативу.

Шаг 3. Создать видение. Необходимо создать образ (модель) желаемого. При этом необходимо разработать стратегию для реализации желаемого результата.

Шаг 4. Пропагандировать это видение. Рассказывать о положительных исходах. Найти тех кто не относится к новшествам с энтузиазмом. узнать причины недовольств и устранить в возможном уровне недовольства.

Шаг 5. Создать необходимые условия для внедрения изменений. Необходимо устранить препятствия. Например если компания переходит к ERP системе, одним из главных прерятствий может стать недостаточный уровень знаний ИТ сотрудников. Для устранения этой проблемы необходимо либо устранить это препятствие посылая своих ИТ сотрудников на подходящие тренинги, или нанять новых специалистов с нужными навыками.

Шаг 6. Планировка и достижение ближайших целей. Вознограждение первых результатов, пропаганда успехов.

Шаг 7. Закрепить достижения. На этом этапе создаётся доверие к новым подходам.

Шаг 8. Институциализация изменения.

Это были шаги внедрения моделя управления изменениями Джона Коттера. (Коттер, 2016).

Заключение и рекомендации

Внедрение инновационного мышления как одно из основных компетенций предприятия нелёгкий процесс, который требует участие и желание изменить что-то, что можно улучшить. В работе я постарался показать модель которому должен соответствовать человек с инновативным мышлением. Рекомендуется создать синтез указанных концепций, что может создать такую рабочую силу, которая всегда будет менять процессы к лучшему. В широкой перспективе, если эта компетенция будет у большого количества сотрудников ведущих предприятий, то это может создать цепную реакцию, в результате которого даже «новые игроки» рынка будут искать инновативные пути решения вопросов хозяйствования, что в свою очередь сблизит достигнутые практические результаты С осуществления инноваций к потенциалу нашей страны.

Список используемой литературы

1. Роберт Маурер.(2014) Шаг за шагом к достижению цели: Метод кайдзен = One Small Step Can Change Your Life. — М.: Альпина Паблишер, — 192 с.

2. Kotter J., Rathgeber H. (2016) Our Iceberg Is Melting: Changing and Succeeding Under Any Conditions. Penguin Random House; 2 edition, — 176 p.
3. https://www.process.st/change-management-models/
4. http://reports.weforum.org/pdf/gci4-2019/WEF_GCI4_2019_Profile_AZE.pdf
5. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf
6. https://www.change-management-coach.com/kurt_lewin.html
7. SHRM (Society for Human Resource Management), www.shrm.org.

Международные Налоговые Конвенции Как Базовый Элемент Международных Налоговых Отношений

Нихат Исмаилзаде

nihatismayilzada@gmail.com

Аннотация

В связи с бурным развитием экономики Азербайджана и стремительным выходом наших компаний на международные рынки, с каждым днем все больше внимания отводится на подробное изучение и внедрения Международных Стандартов Финансовой Отчетности и Международных Стандартов Аудита. Несмотря на эту позитивную тенденцию, недостаточно в научной литературе освещается такой фундаментальный вопрос как международное двойное налогообложение. Особую актуальность данная статья приобретает именно в наши дни, так как современная структура мирового хозяйства непозволяет игнорировать тенденции, которые инициированы со стороны развитых стран и международных организаций (таких как Организация Объединенных Наций и Организация Экономического Содружества и Развития) по поводу избежания международного двойного налогообложения, обмена налоговой информацией, административной взаимопомощи и борьбы с отмыванием денег. Как наиболее важную из этих проблем следует выделить проблему двойного налогообложения, так как именно деятельность ТНК, которых в первую очередь и беспокоит эта проблема, являются фундаментом для экономического развития стран. Проблема международного двойного налогообложения возникает в случае, когда доход получаемый резидентом одной юрисдикции облагается как в стране резидентства, так и в стране источнике дохода. Основой для решения этой проблемы является заключения между странами соглашений об избежании двойного налогообложения. На сегодняшний день заключено более 3000 международных соглашений по поводу налогообложения доходов. Большинство из этих договоров базируются на модельных договорах разработанных со стороны международных организаций (ООН, ОЭСР). Автором проанализированы основные положения и базовые различия международных налоговых соглашений об избежании двойного налогообложения.

Ключевые слова: международные налоговые отношения, двойное налогообложение, модельные конвенции.

Введение

С развитием процесса глобализации все большее число компаний из самых разных стран стали выводить свою продукцию на международный рынок. На сегодняшний день введение коммерческой деятельности одновременно в нескольких странах стало обычным делом. С растущим потоком доходов из за рубежа между национальными правительствами встал острый вопрос о распределении налоговых поступлений. Это связано как с вопросом пополняемости национального бюджета так и с вопросом поддержки инвестиционных потоков между странами. Решением этой проблемы стало создание со стороны международных организаций типовых соглашений об избежании двойного налогообложения. В статье анализируются фундаментальные различия двух наиболее авторитетных модельных конвенций об избежания двойного налогообложения: модельной конвенции Организации Объединённых Наций и Организации Экономического Содружества и Развития.

Метод

Среди многообразия методов, автор в первую очередь использовал: сравнение, анализ и синтез информации.

Сравнительный метод представляет собой сопоставление нескольких изучаемых объектов, для целей выявления в них общего и различного.

Анализ представляет собой метод, сутью которого является расчленение предмета на составные части и изучения этих частей по отдельности.

Синтез в свою очередь представляет собой процесс обратный анализу.

Анализ

Имеются две авторитетные стандартные налоговые конвенции: Типовая конвенция Организации Объединенных Наций (ТК ООН) и Типовая конвенция Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ТК ОЭСР). Помимо этого, некоторые страны имеют свои собственные стандарты для составление договоров об избежании двойного налогообложения, которые впрочем практически никогда не публикуются.

На сегодняшний день членами ОЭСР являются 34 страны, среди которых самые развитые экономики мира. В первый раз ТК ОЭСР была издана в виде проекта в 1963 г., с тех пор каждые несколько лет она пересматривалась (Брайаном Дж. Арнолдом, 2012). В ТК ОЭСР странам-экспортерам капитала отдается предпочтение перед странами-импортерами капитала. Зачастую положения Конвенции предусматривают устранение или уменьшение масштабов двойного налогообложения путем наложения на страну-источник требования частично или полностью отказаться от своего права облагать налогом определенные категории доходов, получаемых резидентами другой страны, являющейся стороной договора. Данная отличительная черта Стандартной конвенции ОЭСР оправдана, в случае если объемы торговли а также вложений между двумя государствами приблизительно равны а также государство резидентства облагает налогами все без исключения доходы, освобожденные от налогообложения в государстве - источнике. (Шепенко, 2014)

Тем не менее, Типовое соглашение ОЭСР может быть быть неуместным с целью применения к государствам, которые являются чистыми импортерами капитала. По этой причине развивающиеся государства создали под эгидой Организации Объединенных Наций свой вариант типового соглашения.

Деятельность ООН над стандартным соглашением началась в 1968 г. с учреждения Экономическим и Социальным Советом во исполнение своей резолюции 1273 (XLIII) Специальной группы специалистов по налоговым соглашениям между развитыми и развивающимися государствами (Савицкий, 2018). По результатам деятельности экспертной группы в 1980 г. Была впервые опубликована ТК ООН об избежании двойного налогообложения в отношениях между развитыми и развивающимися странами.

Можно сказать, что ТК ООН явилась воплощением многолетних усилий инициированных еще Лигой Наций и продолженных со стороны региональных объединений и форумов, которые были сконцентрированы на решении проблем международного налогообложения между странами.

Следует отметить, что ТК ООН по сравнению с ТК ОЭСР дает больше прав на взимание налогов стране источнику происхождения дохода по сравнению со страной резидентства инвестора.

Многократно в том числе и в ООН поднимался вопрос касающийся того что необходимо более внимательно рассматривать вопросы касающиеся интересов развивающихся стран при заключении международных соглашений способствующих увеличению инвестиций (в том

числе и соглашений по избежание двойного налогообложения), в частности этот вопрос рассматривается в таких документах как Монтеррейский консенсус и Дохинская декларация.

Экономическим и Социальным Советом (ЭКОСОС) Организации Объединенных Наций в его резолюции 1273 (XLIII), принятой 4 августа 1967 года отводилось особое внимание вопросу содействия заключению двусторонних договоров об избежании двойного налогообложения между развитыми и развивающимися странами. (United Nations, 2013)

1979 году со стороны ООН были опубликованы Руководства по ведению переговоров, в которых были даны рекомендации по вопросам введения переговоров и заключения договоров по вопросам налогообложения между развитыми и развивающимися странами, далее в 1980 году ООН опубликовала ТК ООН об избежании двойного налогообложения в отношениях между развитыми и развивающимися странами.

Принцип налогообложения у источника в ТК ООН базируется на принятии следующих фундаментальных положений:

a) налоговая база для исчисления налогооблагаемого дохода будет рассчитываться с учетом расходов, понесенных для получения дохода;

b) налоговые ставки не должны препятствовать инвестициям, т.е. не должны быть слишком высокими;

Как уже отмечалось выше ТК ООН следует рассматривать как компромисс между принципом источника и принципом резиденции, хотя безусловно в ней превалирует принцип источника, в сравнении с ТК ОЭСР.

Можно привести следующий пример: Ст.12 ТК ООН «Роялти» в отличии от аналогичной статьи в ТК ОЭСР не лишает страну источник облагать подобный доход.

В ТК ООН также предусмотрены более широкие права для страны источника по обложению налогами доходов нерезидентов от коммерческой деятельности. К примеру, можно увидеть отличие в признании строительного объекта постоянным представительством, в ТК ООН временной критерий составляет 6 месяцев, в ТК ОЭСР установлен срок в 12 месяцев (UN, 2013).

К тенденциям последнего времени можно отнести рост числа соглашений об обмене налоговой информацией, в большинстве случаев такие соглашения заключаются между странами с высоким уровнем налогообложения и странами с нулевым (или очень низким) уровнем налогообложения, с которыми они в иных условиях не заключили бы договоры о налогообложении доходов. Условия этих соглашений схожи с положениями статьи 26 ТК ООН и ОЭСР (Брайаном Дж. Арнолдом, 2012).

По своей структуре ТК ООН и ОЭСР практически идентичны, следовательно ТК ООН следует рассматривать скорей как документ вносящий некоторые поправки, на пользу развивающимся странам по сравнению с ТК ОЭСР.

Также следует отметить, что при использовании типовых конвенций в справочных целях, страна должна учитывать связь, которая возникнет между договором и внутренним правом. В большинстве стран международные договоры имеют преимущественную силу над внутренними законами, такое положение дел имеет место к примеру в Азербайджане. В

большинстве стран парламентской демократии одним из базовых элементов права является примат внутренних норм.

В большинстве случаев, налоговые договоры охватывают все налоги, в том числе налоги, собираемые властями отдельных провинций и местными органами власти. Не смотря на это в таких федеративных государствах как Канада и США налоговые договора заключенные федеральным правительством распространяются лишь на общенациональные налоги , так как по законодательству правительство не имеет прав ограничивать полномочия субнациональных органов власти по взиманию налогов.

Нельзя сказать, что положение международных договоров в полной мере заменяет положения внутреннего права страны. Для примера возьмем ситуацию , когда лицо считается как резидентом государства А, так и резидентом государства В, согласно внутренним нормам права этих стран. В случае когда в соответствии с «тайбрейком», который предусмотрен в налоговом соглашении заключенным между страной А и В , лицо определяется как резидент государства А, то лицо признается резидентом государства А для целей договора, хотя по прежнему остается резидентом государства В для целей не относящихся к договору.

Имеются и такие положения налоговых соглашений, которые невозможно применить без непосредственной апелляции к внутреннему праву страны, так как имеются непосредственно ссылки на определения терминов из внутреннего права. Согласно ст.3 «Общие определения», если договором не определен какой либо термин, то он должен пониматься в том значении, которое ему придает внутреннее законодательство страны применяющей договор.

Важным результатом заключения договоров об избежании двойного налогообложения является определённость налоговых последствий в отношении международной деятельности, что является фактором увеличивающим иностранные инвестиции. Учитывая тот факт что обычно продолжительность налоговых соглашений составляет 15 лет, Инвестор- нерезиденты понимают, что несмотря на изменения в законодательстве страны источника, положение международного договора будут иметь преимущественно силу.

Вопросы касающиеся интерпретации налоговых соглашений возлагаются на налогоплательщиков, налоговые органы и суды, наиболее общее определение толкования базируется 1-ом пункте 31 ст. Венской конвенции: «Необходимо интерпретировать соглашение добросовестно основываясь на обычным значение терминов соглашения в их контексте, а также учитывать объект и цели соглашения».

Список Литературы

1. Брайаном Дж. Арнолдом (2012) Введение в налоговые договоры.
2. Керимзаде А., (2017) Основные направления международных соглашения об избежания двойного налогообложенгия
3. Шепенко Р.А., (2014), История модельной конвенций ОЭСР о налогов на доход и капитал
4. Мачехин В.А., (2017), о понятии «Двойное налогообложение»
5. Савицкий А.И., (2018), Международное налоговое право
6. United Nations, (2013), Model Double Taxation Convention between Developed and Developing Countries, New York

Основные Факторы, Влияющие На Посещаемость Футбольных Матчей В Азербайджане

Антон Швецов
anton.shvesov@hotmail.com

Аннотация

В наше время большое количество футбольных клубов и национальных сборных не могут до конца реализовать свой потенциал, касающийся привлечения футбольных болельщиков непосредственно на стадионы в дни матчей. Данная проблема также наблюдается в Азербайджане, где существует большая проблема незаболняемости футбольных стадионов, несмотря на то, что футбол явсяется спором номер один в стране. Во-вторых, в последние годы в Азербайджане, проводящем множество спортивных соревнований Европейского и мирового уровня, таких как Чемпионат Мира по футболу среди девушек до 17 лет, Чемпионат Мира по футболу среди юношей до 17 лет, Первые Европейские Игры, Исламские игры солидарности, Финал Лиги Европы УЕФА, матчи Чемпионата Европы по Футболу 2020 года, а также другие крупные международные турниры, было построено и отремонтировано большое количество крупных спортивных сооружений. Данные многофункциональные спортивные сооружения, построенные как в Баку, так и в регионах страны по последним международным стандартам, требуют активной эксплуатации, которая дает коммерческую отдачу. Помимо этого, в Азербайджане наблюдается очень низкая доля доходов от продажи билетов на матчах клубов Азербайджанской футбольной Премьер Лиги, а также игр Национальной команды Азербайджана. В связи с этим следует вывести основные факторы, влияющие на посещаемость футбольных матчей в Азербайджане, а также основные проблемы, с которыми сталкиваются футбольные болельщики и которые мешают людям посещать футбольные матчи разных уровней в стране.

Ключевые слова: Футбол, Посещаемость, Стадион

Введение

Данная статья была разработана с целью выявления основных факторов, влияющих на посещение болельщиками футбольных матчей в Азербайджане.

Несмотря на большое количество зарубежных исследованию, касающихся факторов посещяемости зарубежных футбольных чемпионатов, в Азербайджане данная тема была мало разработана.

Метод

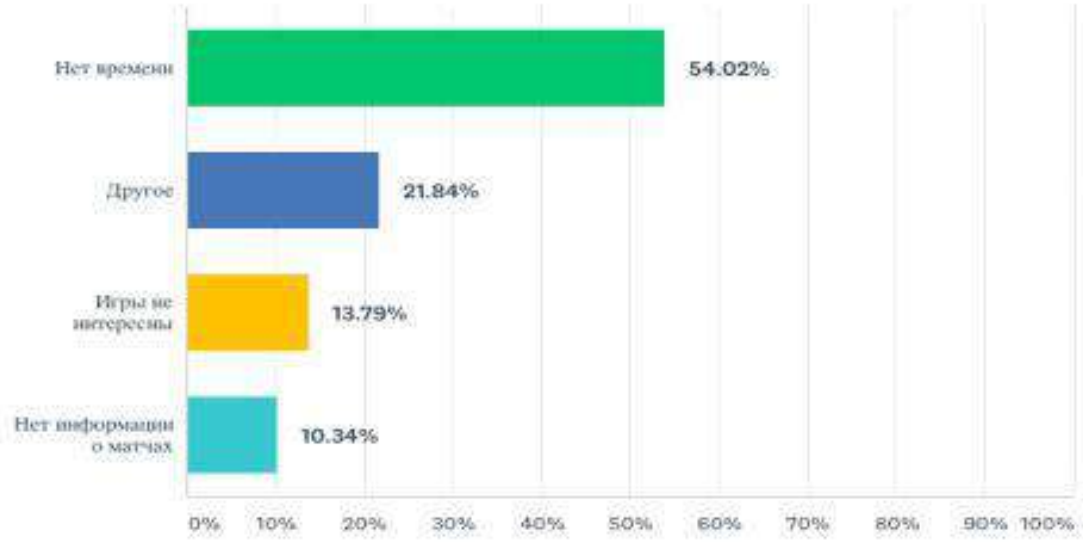
Для сбора информации был выбран опрос методом анкетирования. Респондентами являлись болельщики национальной сборной Азербайджана, являющиеся подписчиками официальных аккаунтов Ассоциации Футбольных Федераций Азербайджана в социальных сетях.

Анализ

Опрос относительно посещаемости матчей сборной Азербайджана по футболу был проведен в социальных сетях. Он был опубликован на официальных страницах Ассоциации Футбольных Федераций Азербайджана в социальных сетях фейсбук и инстаграм, а также на официальном сайте федерации. Средний возраст опрашиваемых равен 21 году. 95% опрошенных составляют мужчины, и только 5% - женщины. Это свидетельствует о том, что довольно небольшой процент женщин в Азербайджанской Республике интересуется футболом. Большая часть респондентов работает или учится. 37% респондентов указали что являются студентами, 42% работают, школьники составили 13%, а безработные всего 6%. 98% опрошенных интересуются

матчами сборной Азербайджана, а 77% из них следят за каждым матчем национальной сборной. Это говорит о том, что основная часть респондентов интересуются футболом и являются поклонниками национальной сборной Азербайджана. Основной причиной, по которой люди не смотрят (см. рисунок 1) или не интересуются матчами сборной оказалась нехватка времени (54%), вариант "отсутствие интереса к матчам" выбрало 14% опрошенных, а "нет информации об игре" 10% респондентов, вариант "другое" выбрало 22% опрошенных. Таким образом, нехватка времени из-за работы или учебы мешают респондентам наблюдать за матчами национальной сборной Азербайджана по футболу.

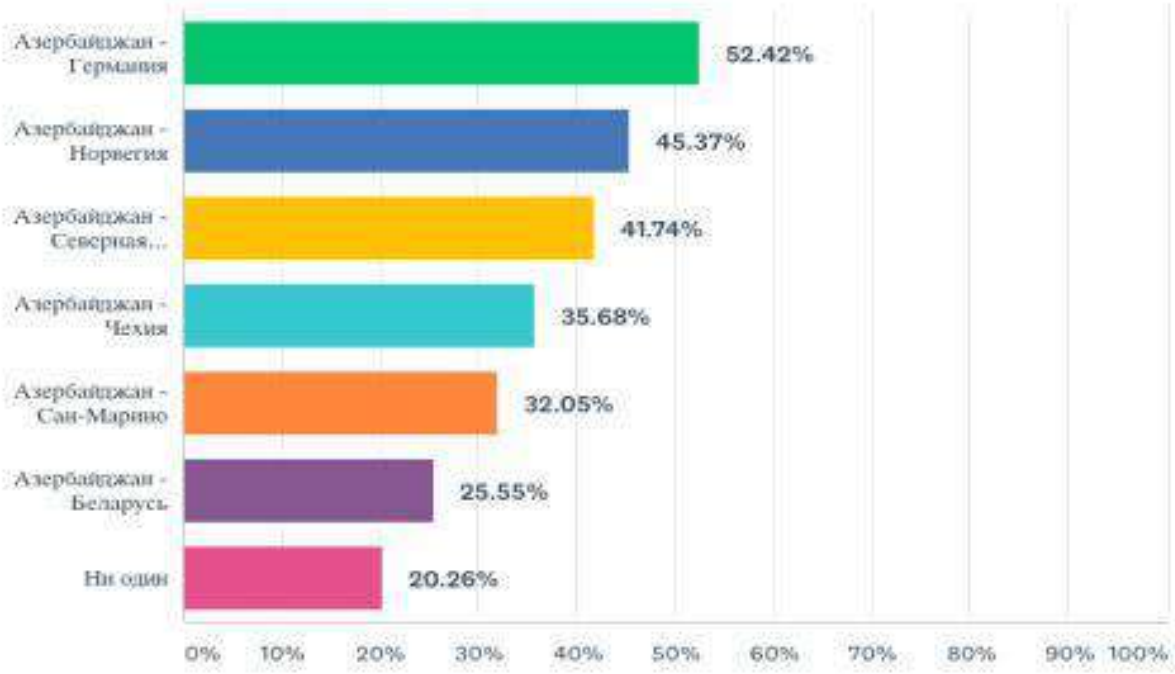
Рисунок 1. Ответы респондентов на вопрос «Почему вы не интересуетесь матчами сборной Азербайджана по футболу?»



Источник: составлено автором на основе проведенного опроса

Далее опрошенным были предложены все матчи национальной сборной за последние два года, прошедшие на территории Азербайджана в городе Баку (см. рисунок 2). Респондентам было предложено выбрать матчи сборной Азербайджана, за которым они наблюдали придя на футбольный стадион. 52% опрошенных болели за сборную на стадионе на матче Азербайджан - Германия. Такое большое количество болельщиков на этом матче объясняется тем, что национальная сборная Германии по футболу являлась действующим чемпионом мира по футболу, а также имела один из самых звездных составов, состоящих из футболистов, известных во всем мире. Матч, прошедший между Азербайджаном и Норвегией посетило 45% опрошенных респондентов. Данный матч являлся первым домашним матчем нового отборочного цикла к Чемпионату Мира по футболу в России, что оказало большое влияние на его посещаемость. Меньше всего людей (26%) посетило товарищеский матч между сборным Азербайджана и Белоруссии, прошедший на Бакинском Олимпийском Стадионе. Причиной тому послужило относительно слабое выступление сборной в завершающих матчах отборочного цикла в Чемпионату Мира по футболу, товарищеский статус матча, а также невысокий уровень соперника сборной Азербайджана по футболу. 20% опрашиваемых не посетили ни одного матча национальной сборной за последние два года.

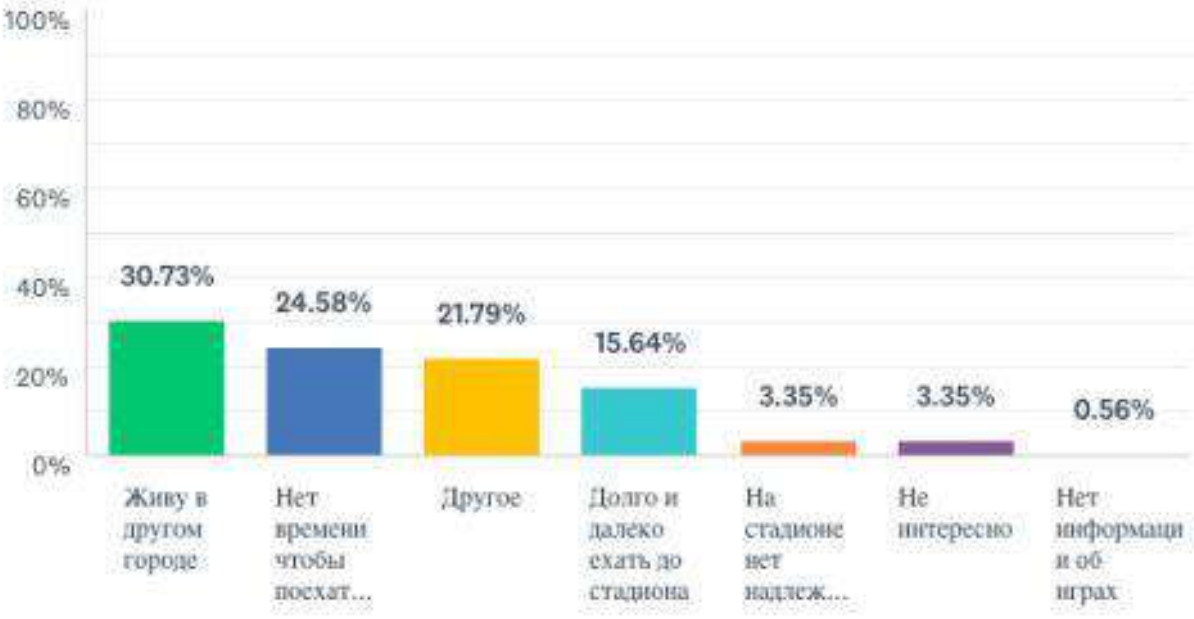
Рисунок 2. Ответы респондентов на вопрос «Отметьте все матчи сборной Азербайджана за последние 2 года, которые вы посетили»



Источник: составлено автором на основе проведенного опроса

Как основные причины, по которым опрашиваемые не посетили ни один матч национальной сборной, были указаны (см. рисунок 3) "проживаю в другом городе", "нет времени посетить стадион", а также "долго ехать до стадиона, стадион находится далеко". В каждом из данных ответов одной из причин является временная составляющая. Это говорит о том, что время является одним из важнейших факторов при принятии решения о посещении стадиона.

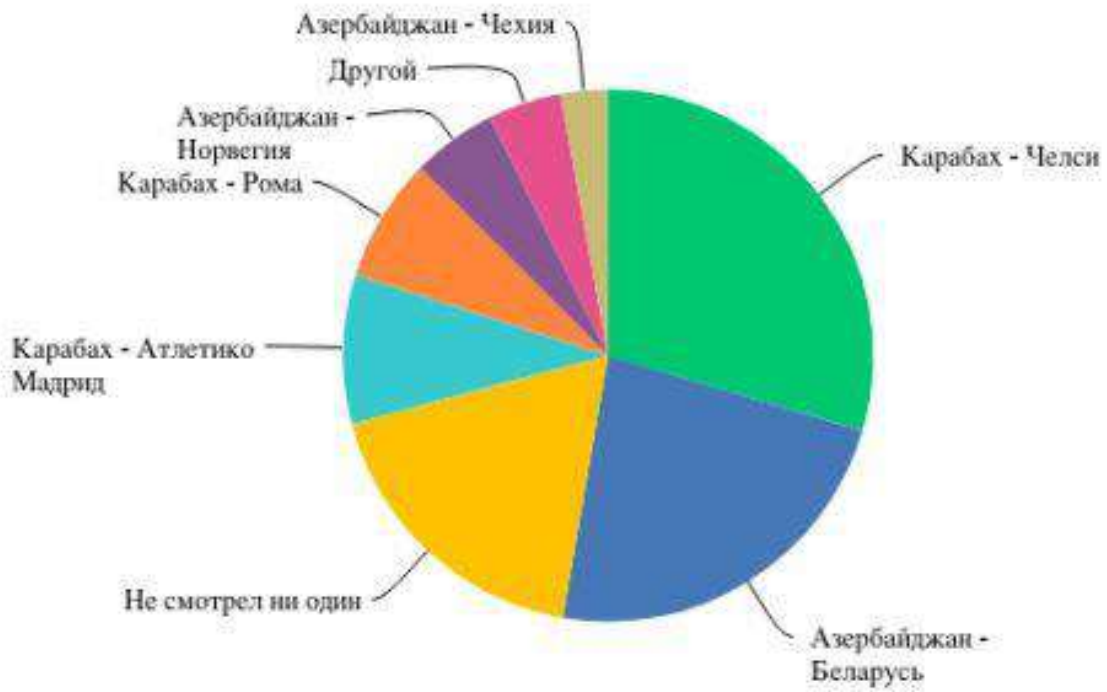
Рисунок 3. Ответы респондентов на вопрос «Почему вы не посетили ни одного матча сборной Азербайджана по футболу?»



Источник: составлено автором на основе проведенного опроса

Далее следует блок вопросов про Бакинский Олимпийский Стадион. В 2019 году на этом стадионе прошел финал второго по значимости европейского турнира Лиги Европы, а в 2020 году будут проведены некоторые матчи группового этапа, а также один матч четвертьфинала финальной стадии Чемпионата Европы по футболу. По этой причине руководством Ассоциации Футбольных Федераций Азербайджана было принято решение проводить все матчи национальной сборной на Бакинском Олимпийском Стадионе с целью оптимизировать его работу, а в будущем на его примере и всех остальных футбольных стадионов в Азербайджане. Как ответ на вопрос "За каким последним футбольным матчем на Бакинском Олимпийском Стадионе вы наблюдали?" (см. рисунок 4) 30% респондентов выбрали матч группового этапа Лиги Чемпионов, главного по значимости европейского клубного турнира, между Агдамским «Карабахом» и Лондонским «Челси». 23% опрошенных в последний раз побывали на Бакинском Олимпийском Стадионе на товарищеском матче между сборными Азербайджана и Белоруссии. Ни разу не посещали Бакинский Олимпийский Стадион 18% опрошенных.

Рисунок 4. Ответы респондентов на вопрос «За каким последним футбольным матчем на Бакинском Олимпийском Стадионе вы наблюдали?»



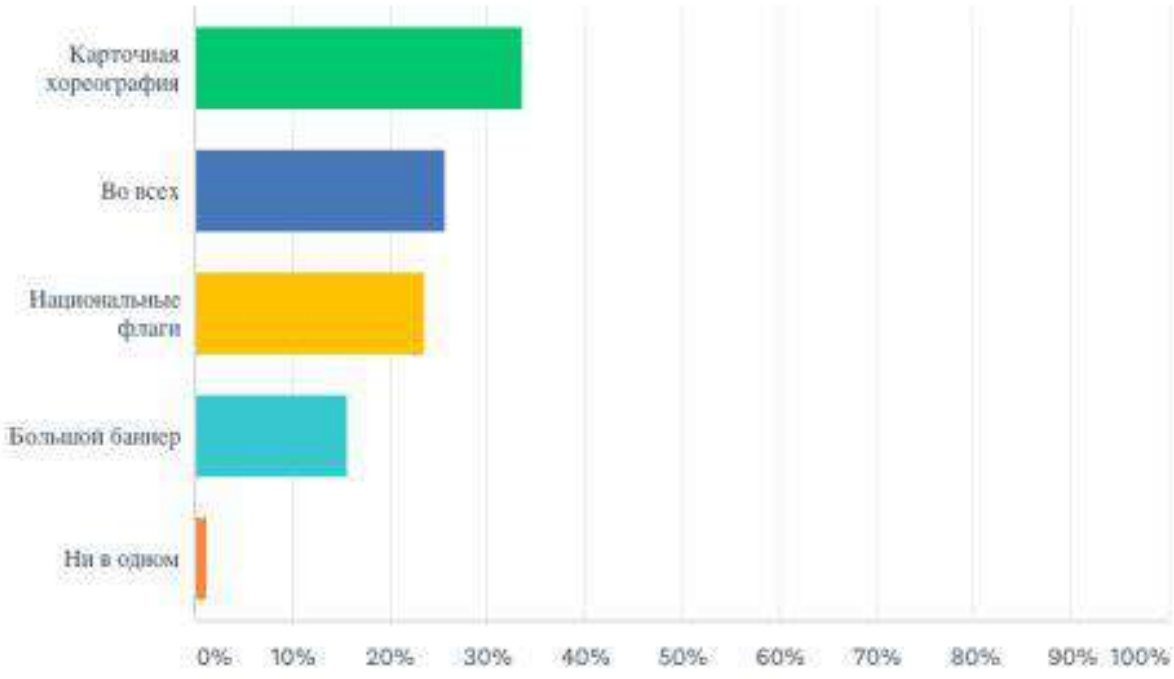
Источник: составлено автором на основе проведенного опроса

Основными проблемами, с которыми столкнулись болельщики по пути к стадиону для участия на матчах сборной Азербайджана по футболу и поддержки любимой команды, стали большие временные затраты, связанные с поездкой на стадион как на собственном автомобиле, так и на общественном транспорте (37%) и долгая дорога пешком от метро/автобусной остановки к стадиону, которая, по мнению болельщиков, занимает довольно много времени (38%).

Основными проблемами же после выхода болельщиков со стадиона стали долгая дорога от стадиона к метро или автобусной остановке (42%), а также большое количество людей в общественном транспорте и нехватка единиц общественного транспорта для комфортного пути домой (26%). Таким образом основной проблемой болельщиков можно назвать долгую дорогу пешком от метро или автобусной остановки и обратно. На основе опроса, выявлены некоторые предпочтения болельщиков национальной сборной Азербайджана. Основными из них стали "хореография с участием болельщиков", "продажа футбольной атрибутики и сувениров" и "шоу-программа в перерыве матча". На основе этих ответов был разработан блок вопросов, связанный с организацией продажи футбольной атрибутики и созданием различных конкурсов и викторин.

На вопрос "Какой вид хореографии (различные перформансы с участием болельщиков) вы хотели бы видеть на стадионе?" (см. рисунок 5) самым популярным ответом стал ответ "хореография с использованием карт" (59%). Ответы "национальные флаги" и "большой баннер" были выбраны примерно одинаковым количеством респондентов (32% и 33% соответственно). Большинство болельщиков изъявило желание лично участвовать в данных видах хореографии и только 1% опрошенных не хотят участвовать ни в одном из них.

Рисунок 5. Ответы респондентов на вопрос «Какой вид хореографии (различные перформансы с участием болельщиков) вы хотели бы видеть на стадионе?»



Источник: составлено автором на основе проведенного опроса

Одной из проблем организации футбольных мероприятий в Азербайджане является отсутствие или минимальное количество пунктов продаж футбольной атрибутики, сувениров и символики для фанатов, а также различных видов развлечений для болельщиков до начала, в перерыве и после финального свистка матча. Самыми желаемыми продуктами для продажи для респондентов являются "форма национальной команды" (61%), "национальные флаги" (54%) и "шарфы" (43%). Из развлечений же респондентами были выбраны "места для окраски лиц в цвета сборной" (53%), "конкурсы и викторины перед игрой" (42%), а также "лотереи и другие

розыгрыши призов" (31%). 74% опрошенных изъявили готовность раньше приходить на стадион для участия в конкурсах и викторинах, 9% отказались, а 17% опрошенных затрудняются в ответе. 55% опрошенных готовы потратить 5 азн на покупку еды и напитков на территории стадиона. Для 25% респондентов эта сумма равна 10 азн, а для 8% - 15 азн. 12% опрошенных не собираются тратить деньги на еду и напитки на территории стадиона.

Выводы

Отдельный блок выводов был разработан для Ассоциации Футбольных Федераций Азербайджана по итогам проведенного опроса на территории Азербайджана.

1) Оптимизация дороги пешком от метро/автобусной остановки до стадиона

2) Проведение различных конкурсов и викторин до матча на территории стадиона.

3) Увеличение количества пунктов продаж футбольной атрибутики на территории стадиона.

4) Создание и организация проведения различных перформансов среди болельщиков на территории стадиона (хореография).

5) Организация автобусов для болельщиков после матча.

Литература

1. Lera-López F., Ollo-López A., Rapún-Gárate M. Sports spectatorship in Spain: attendance and consumption // European Sport Management Quarterly. – 2012. – Vol. 12. – № 3. – P. 265- 289.
2. Lucas M. Bestersa, Jan C. van Ours, Martin A. van Tuijle. How outcome uncertainty, loss aversion and team quality affect stadium attendance in Dutch professional football. Journal of Economic Psychology 72 (2019), 117-127.
3. Madalozzo R., Berber Villar R. Brazilian football: what brings fans to the game? // Journal of Sports Economics. – 2009. – Vol. 10. – № 6. – P. 639-650.
4. Nielsen. “UEFA GROW market research. Association of Football Federations of Azerbaijan”
5. Ringle C.M., Hock C., Sarstedt M. Management of Multi-Purpose Stadiums: Importance and Performance Measurement of Service Interfaces // International Journal of Services Technology and Management. – 2010. – № 14 (2). – P. 188-207.
6. Rocha C.M., Fleury F.A. Attendance of Brazilian soccer games: the role of constraints and team identification // European Sport Management Quarterly. – 2017. – Vol. 17. – № 4. – P. 485- 505.
7. Wicker P., Whitehead J.C., Johnson B.K., Mason D.S. The effect of sporting success and management failure on attendance demand in the Bundesliga: a revealed and stated preference travel cost approach // Applied Economics. – 2017. – Vol. 49. – № 52. – P. 5287-5295.
8. Annual review of football finance // Deloitte URL:https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-businessgroup/articles/annual-review-of-football-finance.html

Концепция Бережливого Производства И Методы Оценки Эффективности Её Внедрения

Алиева Туран

turanali97@mail.ru

Резюме

Эффективность использования на постсоветских компаниях производственных ресурсов традиционно низкая (за очень редким исключением). Тем самым, возможности компаний-резидентов по ведению успешной конкурентной борьбы на современных рынках, отличающихся и без того высоки уровнем соперничества, серьезным образом ограниваются. Постсоветские производители в таких условиях обречены на заведомо слабые стартовые условия. Чтобы этого не допустить, должны быть задействованы такие алгоритмы и схемы менеджмента, которые позволили бы повысить производительность труда и параллельно с этим сократить себестоимость производства и реализации продукции. В рамках соответствующих моделей управления выстраиваются соответствующие способы организации производственной деятельности. Именно в этой связи особую актуальность и значимость приобретает концепция бережливого производства. Но не потому, что её реализация позволяет поставить конкретный бизнес на рельсы эффективности, в том числе и за счет оптимизации издержек рыночной деятельности. Главное здесь в том, что данная концепция ставит во главу угла человека, ибо считает, что конкурентоспособный и высокоэффективный бизнес возможен только за счет вовлечения в процесс развития хозяйства каждого её участника. Обязательным условием полного раскрытия огромного потенциала концепции бережливого производства является последовательность реализации её фундаментальных положений. И начинаться все это должно с диагностики состояния конкретного хозяйства, с тем, чтобы точно определить возможности и пределы применения данной концепции именно на данном предприятии. Иначе говоря, процесс реализации концепции должен изначально носить характер организованного и упорядоченного процесса – от начала и до конца. Только так можно будет органично вписать его в хозяйственный цикл предприятия, превратить его методику и инструментарий неотъемлемую часть компании.

Ключевые слова: Бережливое Производство, Концепция Бережливого Производства, Эффективность Концепции Бережливого Производства

Введение

Бережливое производство - это современный подход к управлению предприятием, позволяющий повысить его прибыль с помощью использования уже имеющихся ресурсов предприятия и устранения всех видов потерь. Структурно концепцию бережливого производства можно разделить на две составляющие:

a) операции и процессы, добавляющие ценность для потребителя;

b) операции и процессы, не добавляющие ценности для потребителя.

Следовательно, все, что нельзя отнести к пункту b) автоматически квалифицируются как потери, которые необходимо устранить. Это придает ясность целям бережливого производства, каковыми являются минимизация:

- любых издержек по производству;

- издержек по времени разработки новой продукции;

- производственных и складских площадей.

Особое значение имеет предоставление заказчику полных гарантий на:

- оптимальную поставку продукции;

- оптимальное соотношение качества и стоимости продукции. Как вариант: минимальная стоимость при определённом качестве.

Метод

Методология данной статьи базируется на таких общенаучных и специфических методах, как методы логического, факторного, сравнительного анализа социально-экономических процессов и явлений в процессе их эволюции; методы анализа и синтеза, сочетания абстрактного и конкретного в подходах к исследованию.

Анализ

Становление концепции бережливого производства начинается с момента возникновения науки управления, то есть с начала XX в., когда Ф.Тейлор, А.Файоль, Г.Форд, Г.Эмерсон, Л.Урвик заложили основы классической школы менеджмента. Однако, «звездный час» данной концепции пробил после окончания Второй мировой войны. Lean managment как подход к бережливому управлению предприятием был разработан и применен в начале 1950-х гг. Тайити Оно на базе японского автоконцерна “Тойота”. Дальнейшее развитие бережливого производства, которое привело к революции в японской промышленности, связано с именами Кросби и Деминга. Первый из них предложил программу «0 дефектов». Деминг же фактически предложил, как этого добиться. Главной идеей его программы менеджмента качества стал принцип постоянного улучшения качества. Именно благодаря последовательному осуществлению идей Деминга, Кросби, Джурана и Исикавы, практически полностью обделенная природными ресурсами Япония, которая к тому же потерпела сокрушительное поражение в войне, за короткое время выдвинулась в лидеры мирового экономического развития, вошла в первую тройку стран-лидеров. Отныне японские компании стали постоянными участниками и очень часто лидерами различных ТОП-листов самых революционных корпораций мира. Начинается триумфальное шествие концепции бережливого производства по всему миру. Начинается её внедрение практически в любых сферах деятельности. Концепция бережливого производства становится объектом внимания многих ученых.

Клочков отмечает, что «Вумек Д.П. подробно рассматривает вопросы бережливого производства, такие как, грамотное построение эффективных и взаимовыгодных отношений между поставщиками и потребителями, методы избавления от потерь и процветания компании». (Вумек, 2006). Батталов выделяет Джексона, который «рассматривает вопросы внедрения хосин канри – одной из наиболее эффективных систем разработки стратегии и развертывания планов внутри организации». (Джексон, 2008). По мнению Давыдовой и Клочковой, «Имаи М. изучает вопросы гемба кайдзен как непрерывное совершенствование наиболее важных аспектов деятельности организации, непосредственно связанных с созданием

добавленной стоимости и отношениями с потребителями, прежде всего, это производственные процессы и торговые контакты. Кроме того, он рассматривает вопросы кайдзен как постоянное стремление к совершенству всего, что мы делаем, воплощенное в конкретные формы, методы, технологии». Имаи впервые ввел термин «кайдзен» и призывает организации за пределами Японии обратить внимание на огромные возможности менеджмента по-японски». (Имаи, 2006).

У Левинсона бережливое производство рассматривается «с точки зрения синергетического подхода к сокращению потерь. Им проведено обобщение японских производственных методик, позволяющих сокращать затраты труда, времени и пространства наряду с повышением эффективности и минимизацией дефектов производства. Он рассматривает различные методики и программы, включая управление цепочкой поставок, канбан, кайдзен, пока-йока, целью которых является устранение действий, не приносящих дополнительной ценности для предприятий». (Левинсон, 2007). Луйстер описывает модель 3S, включающую «стадии стабилизации, стандартизации и упрощения процессов работы, при которых реализуется положение бережливости». (Луйстер, 2008). По мнению Давыдовой и Клочковой систематизация знаний и личного опыта консультирования позволило Грачеву предложить систему 5S: сортировка, самоорганизация, систематическая уборка, стандартизация и совершенствование (Практика 5S…, 2005).

В дополнение к этому, Фабрицио предлагает «пошаговый план внедрения системы 5S для офиса с шаблонами форм, контрольных листов и другими необходимыми материалами». (Фабрицио, 2008). Манн важнейшими вопросами внедрения принципов бережливого производства считает «стандартную работу лидеров, визуальный контроль, ежедневная отчетность, дисциплина лидеров и операторов». (Манн, 2009). Учетный блок практики бережливого учета (управленческий, финансовый учет и система отчетности на бережливых предприятиях) рассматривается Маскеллом, который разъясняет «тонкости изменения финансовой деятельности в компаниях, внедряющих бережливое производство», описывает «пошаговый план трансформации финансовой системы в бережливую в соответствии с этапами внедрения бережливости во всей компании». (Маскелл, 2010).

Тэппинг исследуя вопросы внедрения бережливого производства в офисе, утверждает, что «при помощи таких бережливых методов, как «точно вовремя», кайдзен, 5С, составление карты потока создания ценности и других навести порядок в офисе, увеличить производительность труда, повысить скорость обработки заказов и удовлетворенность клиентов». (Тэппинг, 2009). Методика Хоббса направлена на «систематическое сокращения затрат, задача которой заключается в проектировании и внедрении производственной линии, способной изготавливать разные виды продуктов ровно за то время, которое действительно для этого необходимо». (Хоббс, 2007).

Факторы жизнестойкости предприятия и способы повышения надежности цепочки поставок, с тем, чтобы сохранить конкурентное преимущество, изучаются Шеффи. Он отмечает, что «любой современный бизнес зависит от множества внешних и внутренних факторов, непредсказуемость которых делает его очень уязвимым, поэтому если бизнес видит своей задачей долгосрочное устойчивое развитие, он должен быть готов к неожиданностям». (Шеффи, 2006).

Новак в рамках анализа бизнес-инструментом для производства, выделяет «комбинацию нескольких бизнес-инструментов, состав и комбинация которых для каждой компании определяется индивидуально». (Новак, 2008). «Всеобщее производительное обслуживание оборудования», сформировавшаяся в послевоенный период в Японии подробно изучаются Растимешиным и Куприяновой, которые выделяют следующие ее основные составляющие: «отдельные улучшения, самостоятельное обслуживание оборудования операторами, плановое обслуживание, обучение персонала, контроль на начальном этапе, обслуживание, ориентированное на качество продукции, контроль безопасности и окружающей среды, активность сектора, непосредственно не связанного с контролем». (Растимешин и Куприянова, 2005).

Усилиями этих и других исследователей и практиков концепции бережливого производства утверждается её прикладная составляющая – методика бережливого производства. Именно данная методика характеризует всю концепцию «как инновационный подход к менеджменту и управлению качеством, включающий в себя оптимизацию производственных процессов, ориентированную на пожелания потребителя, улучшение качества продукции, сокращение издержек». (Квон и Шакирова, 2017). Данная методика сегодня повсеместно признается как наиболее эффективный, надежный и малозатратный путь компаний к выходу из кризиса и повышению конкурентоспособности в глобальном масштабе. Она позволяет «без капитальных затрат значительно повысить производительность, существенно улучшить качество продукции или услуг, сократить издержки, время производственного цикла». (Петренко).

Наиболее эффективными методами организации «бережливого производства» на предприятии являются определение целевых показателей. Как отмечают Давыдова и Клочкова «целевые показатели бережливого производства необходимы для разработки стратегии и политики высшим руководством предприятия, при котором ресурсы направляются на те цели, которые критичны для бизнеса. Необходимо унифицировать ресурсы и разработать конкретные измеримые показатели, по которым регулярно отслеживается достижение ключевых целей. Ключевой особенностью модели является блок оценки эффективности и разработки новых целей, что полностью соответствует философии «бережливого производства» и нацелено на постоянное совершенствование». (Давыдова и Клочкова, 2012). Как отмечают Адлер и Шпер, «методика оценки потерь позволяет рассчитывать экономическую эффективность мероприятий бережливого производства за счет устранения:

- перепроизводства;
- лишних этапов обработки;
- ненужных транспортировок;
- лишних запасов;
- лишних перемещений;
- устранения ожиданий;
- устранения дефектов». (Адлер и Шпер, 2004).

Азовская и Сярдова отмечают, что «экономическая оценка потерь проводится на основе полученной информации о результатах работы цехов и их производственных подразделений. Для регистрации информации в местах возникновения потерь (цех, участок, рабочее место, склад и т.д.) должны создаваться пункты сбора информации, на которых осуществляется не только регистрация информации о результатах производственной деятельности, но и производится некоторая предварительная ее обработка». (Азовская и Сярдова, 2016).

Полученная в конечном счете эффективность внедрения мероприятий бережливого производства может использоваться как для анализа результатов внедрения мероприятий, так и для определения тех подразделений, в которые более выгодно внедрять бережливое производство. Как считает Федорова, «данный подход позволит (тем более в условиях ограниченности ресурсов) рационально распределить между подразделениями капиталовложения, направленные на реализацию концепции бережливого производства». (Федорова, 2015).

Выводы

Современная организация хозяйственной деятельности в любой отрасли экономики предъявляет совершенно иные требования и критерии определения экономической эффективности. В их основе – необходимость задействовать методы количественного анализа и измерения с тем, чтобы добиться точного учета и последующего анализа масштабов и эффектов реализации положений концепции бережливого производства. Это, в свою очередь, предполагает формирование четкой корреляции увеличения масштаба внедрения концепции бережливого производства и прироста прибыли компании.

Алгоритм определения экономической эффективности может включать следующие шаги:

- прогноз объема инвестиций, необходимых для реализации требований концепции бережливого производства при внедрении каждого мероприятия в структурную единицу предприятия;

- определение доли объема выпускаемой продукции не только в зависимости от прогнозируемого объема инвестиций, но и в зависимости от степени охвата мероприятиями бережливого производства структурных составляющих предприятия;

- экспертным путем определяется момент прироста прибыли предприятия как экономического эффекта от внедрения мероприятий по бережливому производству.

Как отмечает Сысо, «ключевой подход к расчету эффекта любого мероприятия (в том числе мероприятий по бережливому производству) заключается в определении того, насколько больше предприятие будет получать и насколько больше будет платить в связи с осуществлением концепции бережливого производства». (Сысо, 2011). А потому, утверждает Ахмадеева «в качестве критериев экономической эффективности внедрения мероприятий по организации бережливого производства предлагается использовать такие традиционные показатели эффективности, как: чистый дисконтированный доход, внутренняя норма рентабельности и дисконтированный срок окупаемости». (Ахмадеева, 2011).

Литература

1. Адлер, Ю. П., Шпер, В. Л. (2004). Бережливое производство: прошлое, настоящее, будущее. https://mc.misis.ru/doklad/wper_berez.pdf
2. Азовская, О. Н., Сярдова О. М. (2016). Методика оценки эффективности функционирования производственных процессов предприятия. Азимут научных исследований: экономика и управления, Том 5, № 2 (15), с. 14-16.
3. Ахмадеева Г. Ч. (2011). Методы оценки эффективности организации бережливого производства на основе ресурсного подхода. Вестник экономики, права и социологии, № 1, с. 20-22.
4. Вумек, Д. П. (2006). Бережливое обеспечение. Как построить эффективные и взаимовыгодные отношения между поставщиками и потребителями. М.: Альпина Бизнес Букс.
5. Грачев, А.Н. (2005). Практика 5S или как Петрович и Федор японскую систему осваивали. Н. Новгород: СПЦ ПРИОРИТЕТ.
6. Джексон, Т. (2008). Хосин Канри: как заставить стратегию работать. М.: Институт комплексных стратегических исследований ИКСИ.
7. Давыдова, Н. С., Клочкова, Ю. П. (2012). Бережливое производство на предприятиях машиностроения: теория и практика внедрения. М.: Академия естествознания.
8. Имаи, М. (2006). Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний. М.: Альпина Бизнес Букс.
9. Левинсон, У. (2007). Бережливое производство: синергетический подход к сокращению потерь. М.: Стандарты и качество.
10. Луйстер, Т. (2008). Бережливое производство от слов к делу. М.: Стандарты и качество.
11. Манн, Д. (2009). Бережливое управление бережливым производством. М.: Стандарты и качество.
12. Маскелл, Б. (2010). Практика бережливого учета: управленческий, финансовый учет и система отчетности на бережливых предприятиях. М.: Ин-т комплексных стратег. Исследований.
13. Новак, С. (2008). Бизнес-инструменты для производственного предприятия от основ до высшего пилотажа. Мн.: Гревцов Паблишер.
14. Петренко, Е. А. Оптимизация потоков создания ценности на примере отдела лаборатории ИДЦ. https://buk.irk.ru/library/sbornik_11/petrenko.pdf
15. Растимешин, В. Е., Куприянова, Т. М. Упорядочение. (2005). Путь к созданию качественного рабочего места. М.: Стандарты и качество.
16. Сысо Т. Н. (2011). Оптимизация управления затратами предприятия. Вестник Омского Университета, № 4, с. 135-143.
17. Тэппинг, Д., Шукер, Т. (2009). Бережливый офис: Управление потоками создания ценности. М.: РИА «Стандарты и качество».
18. Фабрицио, Т. (2008). 5S для офиса: как организовать эффективное рабочее место. М.: Ин-т комплексных стратег. исследований, 2008.
19. Федорова Е. Ю. (2015). Совершенствование методических подходов к оценке экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятий транспортной инфраструктуры. Транспортное дело в России, № 5, с. 6-10.
20. Хоббс, Д.П. (2007). Внедрение бережливого производства. Практ. рук-во по оптимизации бизнеса. Мн.: Гревцов Паблишер.
21. Шакирова, Э. Д., Квон, Г.М. (2017). Региональные аспекты управления качеством в бережливом производстве. Казанский вестник молодых ученых, с. 121-124.
22. Шеффи, Й. (2006). Жизнестойкое предприятие: как повысить надежность цепочки поставок и сохранить конкурентное преимущество. М.: Альпина Бизнес Букс.

Система непрерывного образования и самообразования персонала в Азербайджане

Инджи Аскерова

inciaskerovainci@gmail.com

Резюме

На современном этапе социально-экономического развития, обеспечение непрерывного образования считается важной глобальной проблемой, как один из важнейших факторов, влияющих на всестороннее развитие страны на стратегическом уровне. Непрерывное обучение в наши дни является обязательным фактором жизни человека как индивида. Основу долгосрочных конкурентных преимуществ любой организации закономерно составляют человеческие ресурсы, т.е. люди: их высокая квалификация, система ценностных ориентаций, знания, навыки и умения, стремление к реализации поставленных целей, трудовая мораль и т.д. В конкурентной борьбе выигрывают те фирмы, страны, регионы мира, которые быстрее и эффективнее других создают и осваивают новое знание. Проблема заключается в том, что знания быстро «стареют», и появляется необходимость в постоянном возобновлении знаний. В решении этой проблемы существенную роль играют системы обучения персонала, в частности, непрерывное образование и самообразование персона. Если в XIX веке минеральное сырье, энергоресурсы, продовольствие составляли 50% валового национального продукта, то в настоящее время менее 10%, а человеческие ресурсы сегодня являются источником 80% национального производства товаров и услуг во всем мире. Таким образом, вложения средств в повышение качества человеческих ресурсов не только необходимое условие, но и рычаг эффективного экономического развития. С учетом того, что сфера услуг в последние годы становится одной из самых перспективных отраслей экономики, непрерывное образование и самообразование имеют большую значимость для воздействия на экономический рост во всем мире.

Ключевые слова: **Непрерывное образование, образование персонала в Азербайджане, система образования, самообразование персонала.**

Введение

Идея непрерывного образования сформировалась в XX в., но ее истоки берут начало еще с древних времен. Конфуций, Платон, Сократ, Солон, Аристотель, Сенеки и многие другие философы неоднократно касались этой теме в своих произведениях. Впервые идея непрерывного образования была концептуально оформлена на конференции ЮНЕСКО в 1965 г. теоретиком непрерывного образования П. Ленграндом. (Ильинская, 2013).

В современном мире совершенствование системы непрерывного образования имеет большую значимость для любой страны, в том числе и Азербайджана. Следует отметить, что Азербайджан является одним из первых постсоветских республик, реформировавший систему образования. На реформацию системы образования в Азербайджане сильно повлияла западная практика, а выдаваемые азербайджанскими университетами дипломы, в настоящее время считаются эквивалентами европейским. Начиная с середины 1990-х годов, были предприняты меры улучшения профессиональной подготовки и профессионального образования в Азербайджане. В настоящее время перед страной стоит очередная стратегическая задача обеспечения устойчивого экономического развития путем совершенствования и модернизации системы образования. Учитывая, что 38% населения Азербайджана составляют лица в возрасте младше 25 лет, что еще раз подчеркивает значимость инвестиций вложенных в человеческий капитал для стабильного и долгосрочного социально-экономического развития. (Guliyev, 2016).

Метод

Не смотря на то что, непрерывное образование понятие достаточно новое для нашего общества, оно стремительно развивается. Число бакалавров и магистров с каждым годом сильно растет. Для сбора и анализа этих данных были использованы методы опроса, корреляции, анализа статистических данных и сравнительный анализ.

Опрос был проведен среди 377 респондентов. На основе заданных вопросов было выявлена корреляция разных факторов, влиявших на продолжительность и качество образования. Так же, для сравнительного анализа и выявления динамического развития разных данных, информационной базой прослужили данные Госкомстата и Всемирного банка.

Анализ

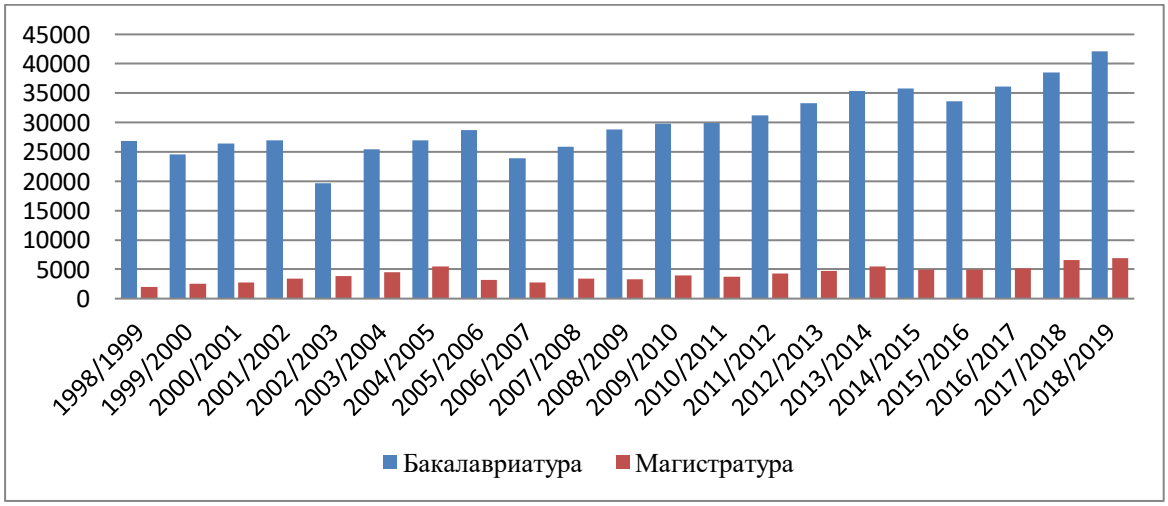
Главная проблема системы образования Азербайджана, как и многих постсоветских стран, это несоответствие между навыками, знаниями предоставляемыми системой образования и востребованными рынком труда. Устойчивое экономическое развитие требует более сильной связи между системой образования и рынком труда.

Современная система образования Азербайджана состоит из нескольких уровней: дошкольное образование, среднее образование, начальное и среднее профессиональное образование, высшее образование, но в целом ее можно поделить на 2 основных направления: образование детей и образование взрослых.

В теории, знания и навыки начального профессионального образования удовлетворяет спрос рынка труда, и предоставляются профессионально-техническими учебными заведениями и предприятиями. Среднее профессиональное образование в Азербайджане предоставляется колледжами и определёнными высшими учебными заведениями.

Высшее образование так же состоит из 3 уровней: бакалавр, магистратура и докторантура. Следует отметить, что интерес к высшему образованию в стране растет, в отличие от начального и среднего профессионального образования. Число профессионально-технических студентов сократилось с 100.000 до 75000 за период 2012-2013 по 2016-2017, в то время как число студентов высших учебных заведений выросло на 17% за тот же период. (Action Document for Education for Employment in Azerbaijan,2018).

График 1. Динамика изменения численности бакалавров и магистров в Азербайджане.



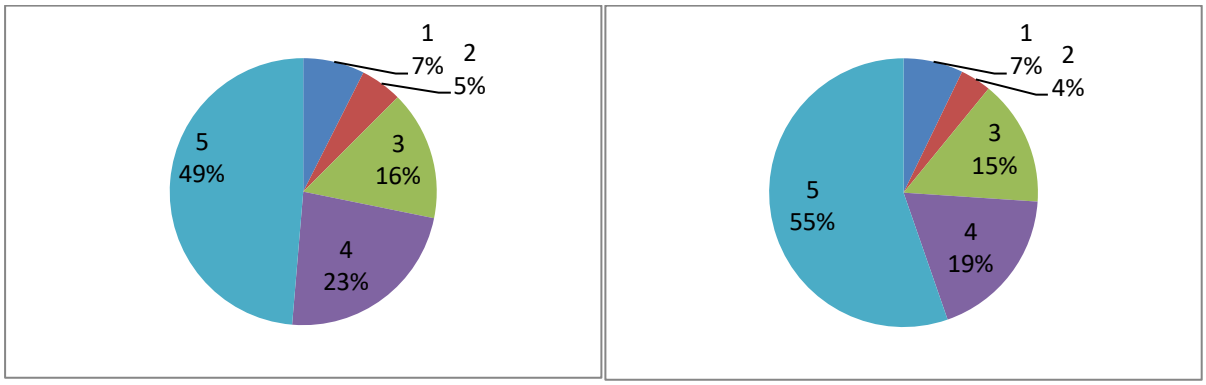
Источник: https://data.worldbank.org/indicator/ **(10.02.2020).**

На данном графике динамики высшего образования в Азербайджане можно заметить, что число и бакалавров и магистров имеет растущую тенденцию.

Но проблема заключается в том, число студентов в Азербайджане значительно меньше по сравнению с Центральной Азией и Кавказским регионом. В 2016 году только 23% населения в возрасте 17-21 поступили в высшие учебные заведения. Для сравнения, этот показатель составляет 39,2% в Грузии и почти 50% в Казахстане. (Мамедова, 2016).

Возникает такой вопрос «а насколько образование влияет на качество работы?». Проведенный автором опрос показал, что года потраченные на образование и качество выполнения обязанностей на работе не имеют существенную связь. 377 респондентов оценили от 1 до 5 влияние образования на их работу и повседневную жизнь.

Рисунок 1. Влияние образования на работу и повседневную жизнь, по мнению респондентов опроса.



Источник: Опрос, проведенный автором.

Но между этими цифрами и количеством лет, посвящённых на непрерывное образование, существует слабая корреляционная связь. Коэффициент корреляции составляет примерно 0,2 и 0,19 соответственно для этих показателей. Опираясь на это, можно сказать, что суждение, чем больше времени человек посвящает образованию, тем больше пользы он от этого получает, неверное. Большее значение имеет правильный выбор и качество образования.

Другая проблема непрерывного образования – это, умение поддерживать освоенные навыки и умения, а так же постоянно их развивать и осваивать новые. Под влиянием научно-технического прогресса и конъюнктуры рынка требования к деловым, профессиональным качествам персонала постоянно изменяются. Это и определяет конкретные задачи совершенствования системы работы с персоналом, его формирования, подготовки и повышения квалификации, так как, образование и профессиональная подготовка персонала имеют огромное значение для повышения эффективности производства.

Самая главная проблема на рынке труда во всем мире, это несоответствие спроса и предложения высококвалифицированных работников. Даже если кандидат имеет высшее образование, недостаток определенных знаний и навыков сильно препятствует ему на рынке труда. Во многих странах встречается такая тенденция, что имея огромное число безработных, так же есть наличие существенной нехватки квалифицированных кадров. К примеру, в 2010 г. в США потребность в специалистах составляло 7 млн. человек, в то время, как число безработных было 9,3 млн. чел. Прогнозируется, что в 2020 г спрос на квалифицированных работников увеличиться до 21 млн. человек. (Долженко, 2015).

Существует ряд причин, почему выпускники не эффективно выполняют работу и не считаются специалистами.

1. Неумение применять полученные знания на практике,
2. Несоответствие знаний с рабочей спецификой,
3. Устаревание знаний выпускника,
4. Неэффективность, порой даже отсутствие профориентационых программ в школах.

Неэффективная работа сотрудника, в конечном итоге, приведет к не эффективной деятельности компании. Другими словами, снижается производительность, возникают проблемы с использованием высоких технологий, снижается качество услуг или продукции, увеличивается уровень затрат на подготовку и адаптацию персонала.

Разрыв связи между системой образования и рынком труда еще больше усугубляет проблему, вынуждая компании решать проблему подготовки кадров самостоятельно. В крупных организациях корпоративное образование приобретает все большую актуальность, но большинство работодателей предпочитают вкладываться в аутсорсинг, нежели с нуля обучать нового кандидата.

Современный образовательный процесс уделяет особое внимание обучению на рабочем месте, ориентированный на развитие личностного и профессионального развития сотрудника компании. Но при этом, человек не воспринимает профессиональное образование на месте работы, как «навязанный» ему работодателем обязанность, а осознает, что этот процесс способствует его развитию, и в дальнейшем поможет повысить конкурентоспособность на рынке труда. (Guliyev, 2016).

Анализ передовых практик обучения персонала на рабочем месте позволяет выделить две формы:

Таблица 1: Формы обучения на рабочем месте.

Очное обучение	Заочное обучение
Происходит, когда работник освобождается от своих обязанностей на работе во время обучения	Происходит, когда работник совмещает обучение с выполнением своих профессиональных обязанностей
К примеру: различные конференции, тренинги, семинары, коучинг команд или индивидуальный коучинг и т.д.	К примеру: наставничество, ротация, деловые игры, стажировка и т.д.

Источник: Мурзакаримова, 2018.

В Азербайджане, на данный момент, из вышеупомянутых примеров практикуются следующие формы обучения:

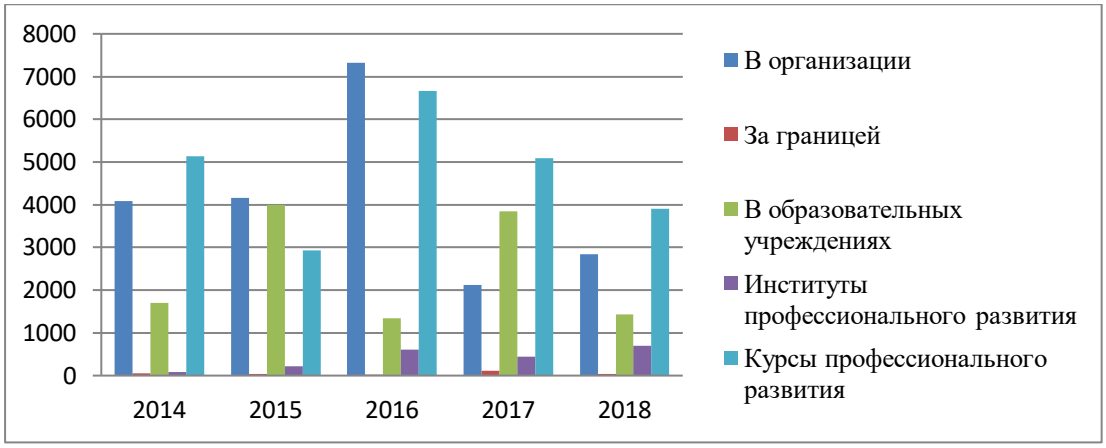
- Первичная подготовка. В основном, применяется в период испытательного срока для неопытных кандидатов, и предназначено для ознакомления с работой. В конце испытательного срока кандидаты сдают экзамены, что определяет решение работодателя.

- Наставничество. Так же как и первичная подготовка часто применяется во время испытательного срока. Наставник предоставляет всю необходимую информацию новому кандидату и несет ответственность за его подготовку к экзамену. Существует более современная форма «наставничества», система «buddy». «Buddy» с английского языка переводится как «друг», «приятель», и он в ответе за адаптацию нового сотрудника.
- Самообучение. Самая гибкая форма непрерывного образования, позволяющая индивиду:
    1. Индивидуальным образом планировать маршрут повышения квалификации;
    2. Расширить социальные и деловые связи;
    3. Самостоятельно выбирать самый подходящий метод образования;
    4. Останавливать и продолжать процесс обучения в любое время при надобности;
- Ротация. Перемещения с должности на должность, или из одного подразделения в другое, предназначенное для обучения и развитие персонала, формирование корпоративной культуры, мотивирования перспективного сотрудника, предотвращения «профессионального выгорания» и т.п.
- Интерактивное обучение. Форма обучение, погруженное в общение и в диалоговые формы взаимодействия, с помощью которых у участников формируются навыки командной работы.
- Дистанционное обучение. Современная форма образования, при которой взаимодействие студента и преподавателя происходит на расстоянии с помощью информационной технологий. В настоящее время для применения дистанционного образования, Азербайджанский Государственный Экономический Университет разрабатывает соответствующую законодательную базу. После этого деятельность будет осуществлена в широкой форме. Но на данный момент, некоторые программы уже стартовали. К примеру, начиная с 23го сентября 2019 года, были организованы дистанционные уроки для желающих, выучить китайский язык.
- Деловые игры. Искусственно созданная ситуация на работе с потенциальными проблемами и поиском их решения.
- Переподготовка. Повышение квалификации посредством реализации дополнительных профессиональных программ. (Guliyev, 2016).

Помимо этих методов, практически во всех организациях применяются лекции, тренинги, учебные курсы, семинары, конференции и т.д.

Необходимо отметить, что выбор формы обучения персонала на рабочем месте осуществляется на основе конкретно поставленной задачи.

Рисунок 2. Динамика изменения непрерывного профессионального образования в Азербайджане



Источник: Государственный Комитет Статистики Азербайджана, www.stat.gov.az (02.02.2020)

На основе данных Госкомстата выясняется, что больше всего сотрудники организаций в Азербайджане повышают уровень образования на основе тренингов в организации и курсов профессионального развития, в то время как образование персонала за границей встречается довольно редко и с годами не набирает популярности.

Заключение.

Анализ непрерывного образования и самообразования персонала в Азербайджане показывает что, несмотря на развивающиеся тенденции, в системе образования персонала все еще есть недостатки. Главная задача - это, устранить несоответствие спроса и предложения на рынке труда с точки зрения знаний и навыков выпускников. Эта проблема возникает во многих странах, в том числе и в Азербайджане и исходит из того, что знания и навыки, приобретённые студентами в учебных заведениях, недостаточны для выполнения профессиональных обязанностей на рабочем месте. В таком случае, значимость корпоративного образования, в том числе и самообразования, растёт. Таким образом, можно утверждать, что проблемы организации обучения на рабочем месте являются неотъемлемой частью развития непрерывного профессионального образования.

Список литературы:

1. Guliyev F. (2016) “The Quality of education in azerbaijan: Problems and Prospects”, Caucasus analytical didest №90, Washington DC, 6.
2. Mammadova S. (2016) Oil boom and Human Capital Development in Azerbaijan: “Turning black gold into human capital, Stockholm, 2
3. Анатольевна И.Я. (2013), История формирования концепции дополнительного непрерывного образования, Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, ст. 115
4. Долженко Р. А. (2015) Оценка и развитие клиентоориентированности сотрудников HR-подразделения // Кадровик.– № 1, ст. 6
5. Курзаева Л.В., Овчинникова И.Г., Белоусова И.Д. К (2013) Вопросу о формировании требований к результатам обучения ит-специалистов в системе непрерывного профессионального образования // Современные проблемы науки и образования.– № 4, ст. 114
6. Мурзакаримова Н. А. (2018) Обучение на рабочем месте на примере промышленного предприятия, Санкт-Петербургский государственный университет,11-14

7. https://www.stat.gov.az/menu/4/e-reports/ (02.02.2020)
8. https://data.worldbank.org/indicator/ (10.02.2020)

Уход В Сектор Теневой Деятельности И Создание Новой Системы Для Сокращения Её Уровня

Гошгар Ахмедов

goshqar.ahmadov@gmail.com

Аннотация

Предлагаемая автором статья была создана с целью внесения предложений по уменьшению уровня теневой экономики не только в Азербайджане, но и по всему миру. Сегодня теневая экономика является распространённым явлением, и она присутствует в каждой стране мира без исключений. Но суть данной статьи заключается не в том, чтобы объяснить «что такое теневая экономика», а помочь в выявлении её причин, также оказать содействие в снижении её уровня. Публикация статьи на эту тему также связана с выступлениями президента как нашей страны, так и президентами других стран. Данная статья содержит наиболее важную причину ухода в тень предпринимателей и на взгляд автора, чтобы найти все причины, следует проводить опросы по всему миру, не только предпринимателей, которые уклоняются от налогообложения и скрываются в тени, но и тех, кто ведут свою деятельность в соответствии с законами. Предприниматель, который ведёт всё законно, также может иметь какие либо недовольства, а чтобы урегулировать эти проблемы и предотвратить уход данного предпринимателя в тень, следует как минимум для начала его выслушать и проанализировать, в чём заключаются его сложности, а если понадобиться, то и дать совет. В связи с тем, что было изучено большое количество материалов, связанных с данной темой и проведён неофициальный опрос предпринимателей нашей страны, были выявлены многие сложности в организации системы страны, которые будут подробно объяснены в данной статье.

Ключевые слова: Экономика, Теневая Деятельность, Сокращение, Отрицательное Воздействие Теневой Деятельности.

Введение

В данной статье кратко изложена новая система борьбы с теневой экономикой, которая может принести пользу как государственному аппарату управления, так и населению. При подготовке статьи было использовано и учтено отрицательное воздействие теневой экономики, как на государственный сектор, так и на само население страны. При анализе проблемы использовалась в основном финансовая точка зрения, как специалиста и субъект с объектом рассматривались, как компания и её инвесторы. В данной статье страна будет выступать, как крупная компания, а её жители в свою очередь будут её работниками и инвесторами, которые способствуют нормальному функционированию своей страны. Данная тема изучаться многими учёными на мировом уровне и достигнуть единого мнения, не все могут, однако система, описанная в данной статье поможет разобраться с проблемой теневой деятельности. Также, для решения данной проблемы следует опираться на психологию большинства людей, так как бороться здесь надо с мышлением людей, а не с их действиями, так как сколько бы не ставились запреты перед людьми, они всё равно будут стараться их обойти, тем или иным способом. Работа была сформирована на основании анализа большого количества, как местных, так и иностранных источников информации.

Статья, также может быть рекомендована всем читателям, интересующимся теневой деятельностью, организациям по борьбе с теневой экономикой, а также всем аппаратам управления государствами, если они стремятся уменьшить уровень влияния теневой экономики на уровень экономики страны.

Анализ

Сегодня сектор теневой экономики, является до конца не изученной частью экономики в целом. Для того, чтобы понять как и почему создаются условия для существования теневой экономики, в первую очередь следует понять мышление общества, и только потом выдвигать решения по её сокращению, будь то в производственном секторе, секторе услуг или любом другом. (Leandro Medina, Friedrich Schneider, 2018).

Причина, по которой автор данной статьи выбрал сектор теневой деятельности, заключается в её отрицательном воздействии на экономику страны, которое включает в себя следующие пункты:

1) налоговая деформация;

2) деформация бюджетной зоны;

3) негативное влияние на эффективность макроэкономической политики;

4) влияние на кредитную индустрию;

5) деформация структуры экономики;

6) негативное влияние на инвестиционные процессы;

7) деформация потребительской структуры;

8) негативное влияние на систему международных экономических отношений.

Исходя из вышеперечисленных цель данной статьи заключается в том, чтобы донести до людей занимающихся научной деятельностью в экономическом секторе, мысль о том, что не нужно полагаться на опыт зарубежных стран, а следует начать проводить опрос предпринимателей своей страны и выявить причины возникновения условий для уклонения от неуплаты налогов, дачи взяток и так далее.

Проводя опрос не следует спрашивать почему вы уклоняетесь от налогов и объяснять обществу, что это плохо, следует выяснить в чём заключаются проблемы предпринимателя и на что, тот или иной предприниматель жалуется. Поняв проблемы предпринимателя и изучив его сферу деятельности можно начинать проводить анализ полученных данных. Проанализировав данные следует, провести общий сбор специалистов в этом деле, и только после того, как вы поняли в чём заключается суть проблемы, можно начать разрабатывать свои предложения по его совершенствованию. Подготовив предложения следует, проанализировать результат, который нас ждёт, если воплотить данную идею в реальность, иначе незная чего ожидать, предлогать что либо, считается не разумным. Только в том случае, если результат нас устроит следует начать воплощение предложенных нами идей в жизнь. (Friedrich Schneider, Robert Klinglmair, 2004).

Теневая деятельность, всегда проявляется на основе нужд населения, либо от переизбытка достатка у населения. В том случае, если у населения недостаток ресурсов, естевственно оно не захочет делиться своей собственностью с государством, но этот человек не хочет делиться, так как незнает куда уходят его средства и кто ими будет пользоваться в дальнейшем, а самым надёжным методом для него становится, оставить у себя данные средства и самому их потратить на благое дело. В этом случае у человека возникает вопрос: Что такое государство и

зачем мы должны ему платить? Другими словами государство и есть население. Государство страны является управляющим аппаратом, который был построен за счёт инвесторов, а инвесторами является население и решения, которые принимает государство они должны приносить ту или иную пользу населению, а также данные решения должны находиться в свободном доступе, чтобы у инвестора была возможность проверить на что, были использованы его средства. Только, в случае того, как население начнёт доверять своему аппарату управления, только после этого данное государство достигнет вершины прозрачности и развития. Если аппарат управления против того, чтобы показать свои действия своим инвесторам (населению), в разумном порядке можно будет предположить, что аппарату управления есть, что скрывать и что где-то он использует средства вложенные инвесторами не по назначению. В том, случае если аппарат управления государства готов, декларировать расходы государства, дав возможность людям показать свои вклады, в этом случае аппарат получит прозрачность, высокие доходы и максимальное развитие.

Но естевственно всё не так просто, нет такой страны, в которой нет теневой экономики на все 100%, несмотря на это есть страны в которых, уровень теневой экономики снижен до самого минимума, а уровень достатка на душу населения выше среднего. Если перенять действия данных стран и добавить в них прозрачность деятельности государственного аппарата, а также дать ему принять участие в распределении своих инвестиций (сюда относятся: налоговые отчисления, отчисления в сферу страхования, в пенсионный фонд и добровольные пожертвования), в этом случае данное государство получит отдачу и будет готово к переходу к следующей ступени развития. (Leandro Medina, Friedrich Schneider, 2018).

Метод

Также для увеличения прозрачности, следует вдохновить людей идти за собой, данный шаг должен проводится не только со стороны президента страны, но и со стороны аппарата управления, сюда относятся чиновники, депутаты, главы стратегически важных организаций и так далее. В том случае, если государственный аппарат будет правильно расходовать средства своих инвесторов, то и скрывать соответственно аппарату управления станет нечего. В связи с этим предлагается ввести систему использования накопленных налоговых отчислений со стороны государственного аппарата. Система состоит из следующих этапов:

1) Для каждого налогоплательщика (инвестора) создать личный кабинет, в котором все налоговые отчисления со стороны налогоплательщика будут суммироваться. Создать для инвесторов возможность начислять свой НДС, который они уплатили в магазинах при покупке машины, продовольствия и так далее;

2) Показать все государственные мероприятия, для которых требуются инвестиции, также показать работников, которые будут ответственны за осуществление данной работы, указать их заработную плату и если для осуществления данного проекта требуются какие либо материалы указать их количество и сумму которую аппарат государственного управления учёл разумной для покупки данных материалов (указанного качества), за исключением инвестиций в военную сферу, для неё требуется только указать сколько нужно инвестиций без всяких разъяснений;

3) Создать панель «онлайн тендер», благодаря которой в течении указанного со стороны государственного аппарата управления времени люди смогут отправить свои предложения, с полным комплектом требуемых документов. Также к этой панели добавить возможность

поощрения продавца, в том случае если качество найденного им товара соответствует требованиям или лучше данных требований, а разница в указанной со стороны государственного аппарата цен и цен предоставленных на тендерах отличается в разы (то есть цена, ниже чем была определена), поощрить данного продавца (посредника), который помог государственному аппарату управления сэкономить средства инвесторов. Благодарность должна равняться определённому проценту от разницы предложенной цены продавцом и ценой определённой работником государственного аппарата;

4) Дать возможность налогоплательщикам (инвесторам) инвестировать свои средства в те сферы, которые они посчитают более важными для них, но инвестировать в ту или иную сферу больше, чем это указано запрещается (система не даст такую возможность, при установлении лимита). Также после инвестиций в ту или иную сферу в заработную плату, либо в закупку требуемых материалов и т.д., показать рейтинг и кто какое место занял в данном рейтинге инвестиций по убыванию;

5) Для налогоплательщиков (инвесторов) создать пункты, обратившись в которые им помогут инвестировать их средства в ту сферу, которую они пожелают, а работникам, которые будут обслуживать население, давать премиальные в размере 0,01% от месячной заработной платы (или определённый процент установленный государственным аппаратом управления) за обслуживание одного клиента, соответственно работник будет заинтересован в обслуживании большего количества клиентов;

6) Поставить лимит времени для распределения своих инвестиционных средств инвесторами в 1 календарный месяц. Если налогоплательщик (инвестор) не успел потратить вложенные им средства, то его средства, зачисленные на счёт сроком давности в 30 дней автоматически будут распределены в равной пропорциональности между всеми проектами установленными государственным аппаратом управления. Также, установить запрет для налогоплательщика на внесение средств из своего налогового отчисления на свою же заработную плату.

Выводы

Ожидаемыми результатами от проведения данных реформ, являются следующие:

1) увеличение доверия государственному аппарату со стороны инвесторов;

2) благодаря данной системе можно будет регулировать доходы населения;

3) снижение коррумпированности со стороны государственных чиновников;

4) государственный аппарат будет точно знать колличество безработных людей в государстве, так как отчисления с их стороны не будут поступать, но кабинет у этих людей также будет;

5) благодаря данной системе можно будет назвать максимально близкую цифру оборота населения в течении 30 календарных дней, так как все налоговые выплаты (инвестиции) будут распределены в установленный срок.

Список Литературы

1. Leandro Medina, Friedrich Schneider (2018). Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? IMF Working Paper.

2. Business Council of British Columbia. The Underground Economy. Policy Perspectives – 2014, Vol. 21, №4, pp. 1-7.
3. Korea Institute of Public Finance (2005). Underground Economy: Causes and Size.
4. OECD 2017. Shining Light on the Shadow Economy: Opportunities and Threats.
5. Zeynep Erdinç. The Reasons of Underground Economy, Its Results, Methods and the Turkish Case. Journal of Business & Economic Policy – 2016, Vol. 3, №1, pp. 15-21.
6. Friedrich Schneider, Robert Klinglmair. Shadow economies around the world: what do we know? CESifo working paper – 2004, №1167.
7. Dominik H.E. (2015). The shadow economy in industrial countries.
8. Paraskevi K., Colin C.W., Athanassios v., Kyriakos S. Shadow Economy: Definitions, terms and theoretical considerations. Advances in Management & Applied Economics – 2019, vol. 9, № 5, pp. 35-57.

Müəssisələrdə Strateji İnkişafında Müasir İdarəetmə Metodlarının Öyrənilməsi Və Tətbiqi

Fərhad Bayramlı

ferhad541@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Müəssisələrin strateji inkişafında müasir idarəetmə metodlarının öyrənilmiş və araşdırılmışdır. Tədqiqatın əsas məqsədi müəssisə və təşkilatda yeni iqtisadi modellərdən istifadə olunmasının, planlaşdırma üsullarının öyrənilməsinin, tətbiq olunma dairəsinin müəyyən olunmasının, yeni metodlardan və idarəetmə sistemlərinin tətbiq edilməsinin, korporativ sosial məsuliyyət tədbirlərindən istifadə olunmasının müəssisəyə gələcək dövrdə verəcəyi töhvələri və zərərləri araşdırmaqdır. Fəaliyyətdə olan müəssisələrdə, təşkilatlarda streteji inkişaf planlarınım hazırlanması, tətbiqi habelə müasir idarəetmə nəzəriyyələrindən və korporativ sosial məsliyyət anlayışı bu metodların inkişafı və təkamül tarixi müxtəlif yerli və xarici alimlər, iqtisadiyyatçılar tərəfindən araşdırılmış,öyrənilmiş və bu istiqamətdə tətqiqatlar aparılmış, məqalələr və monoqrafiyalar yazılmışdır.

Tədqiqatın predmeti ölkə daxilində korporativ sosial məsuliyyət metodlarının və strateji idarəetmə metodlarının təkmilləşdirmə yollarının tədqiqinin aparılması, digər ölkələr eləcə də, Azərbaycan idarəetmə metodlarının tətbiqi və mövzu ilə bağlı təkliflərin və tövsiyələrin verilməsidir. Tədqiqatın aparılması üçün mane olan nəzəri-metodoloji çatışmazlıqlar, zəruri informasiya bazasının yetərsizliyi və s. Tədqiqatın aparılması zamanı tələb olunan faktiki məlumatların rəsmi, elmi və biblioqrafik mənbələri, eləcə də müvafiq internet resursları və digər mənbələr qeyd edilir. Anlayış olaraq sosial məsuliyyətin hər dövrə uyğun gələn bir trərfini vermək çətindir. Məsuliyyət anlayışına zaman, cəmiyyət, coğrafi mühit də istiqamət verir və dəyişdirir. Burdan göründüyü kimi məsuliyyət anlayışına bir çox amil təsir edir və buna görə də məsuliyyətə dəqiq bir tərif vermək mürəkkəbdir. Bununla belə sosial məsuliyyət haqqında bir çox təriflər mövcuddur.

Açar sözləri: Strateji inkişaf, KOM, biznes mühiti, strateji qiymətləndirmə, strateji qərarlar

Giriş

Müasir texnolagiyaların mövcudluğu müəssisənin inkişafına hər nə qədər də güclü təsir göstərsə də istər işçi heyətinin istər sə müəssisənin idarə edilməsində yanlış metodlardan istifadə olunması müəssisənin yekunda istənilməz nəticələrlə üzləşməsinə səbəb ola bilər.Sırf bu səbəbdən düzgün strateji planın qurulması bu planın mərhələlərinin ardıcıl olaraq kəsrsiz şəkildə həyata keçirilməsi müəssisənin hədəflədiyi pozisiyaya hədəflədiyi və ya hədəflədiyindən qısa müddətdə çatmasına böyük dəstək olacaqdır.

Strateji planlaşdırma müəssisənin hansı iqtisadi tədbirləri həyata keçirməli olduğunu, bu tədbirlərin hansı məqsədlərlə həyata keçirildiyini, onların kimlərin icra edəcəyini və onların məsuliyyət dərəcəsini müəyyənləşdirməyə, müəssisədaxili amillərlə müəssisədən kənar amillər arasında uyğunluq yaratmağa və bu uyğunluğun avantajlarından maksimum dərəcədə istifadəsinə imkan verir.

Stateji planlaşdırma ilə yanaşı bu planlaşdırma da tətbiq olunan metodlar da böyük mahiyyət daşıyır, belə ki,strateji inkişaf dövründən yanlış qərarların verilməsi və səhv metodların və ya istifadəsinə ehtiyac duyulmayan metodların tətbiq olunması gözlənilməz və səriştəsiz yekunun əldə olunması ilə nəticələnə bilər.

Bugünkü günümüzdə idarəetmə metodları bu istiqamətdə mühüm paya sahibdir.Bu işçi qrupunun düzgün proqramlaşdırılmasına və düzgün koordinasiyasına əsaslanır ki, müəssisə heyətinin və sistem vahidlərinin düzgün idarə olunmasını vaxtında və doğru istiqamətləndirilməsinə əsaslanır.

Müasir idarəetmə metodlarının tətbiqində məssisənin strateji inkişaf səviyyəsi

Müasir strategiyanın konsepsiyası şirkətin maksimum rahatlığını qorumaq ehtiyacına əsaslanır. Gələcəyin gələcək fikirlərinin formalaşmasına aiddir və onun detallarına və komponentlərinə təsir etmir. Mövcud mənbələrin quruluşuna və vəziyyətinə ciddi uyğundur, buna görə dəyişikliklər qaçılmazdır. Bir strategiyanın təşkilati ifadəsi strateji planlaşdırmadır. Bu şirkətin seçilmiş inkişaf strategiyası ilə təsdiqlənmiş bir sənəddir.

Strateji planlaşdırma, ilk növbədə, uzunmüddətli inkişaf məqsədlərini müəyyənləşdirən və uzunmüddətli inkişaf konsepsiyasına ehtiyac duyan gələcək modelləşdirmə prosesini qurur. İkincisi, şirkətin hədəfləri, potensial imkanları və gələcək şansları arasında strateji uyğunluğu idarə etməkdir. Nəhayət, üçüncüsü, strateji planlaşdırma uyğunlaşma prosesidir. Bu prosesin nəticəsi olaraq aşağıdakılar doğrudur: a) plan şəklində edilən müntəzəm (illik) düzəlişlər; b) Fərmanın işindəki dəyişikliklərin davamlı monitorinqi və qiymətləndirilməsi əsasında bu planların həyata keçirilməsi üçün tədbirlər sisteminin nəzərdən keçirilməsi (Kataeva, 2009).

Şirkətin uzunmüddətli fəaliyyətinə dair ümumi strateji plan proqram kimi görünməli olan tədbirlər toplusudur. Mövcud strateji alternativlərə baxaraq rəhbərlik xüsusi strategiyalara diqqət yetirir. Strategiya seçməyin məqsədi təşkilatın (şirkətin) uzunmüddətli effektiv işini maksimum dərəcədə artırmaqdır. Seçim strategiyasını müəyyənləşdirərkən seçim birmənalı olmamalıdır. Buna görə hər hansı bir xüsusi seçim, gələcək strategiya ilə əlaqə yalnız nümunə halları ilə məhdudlaşdırıla bilər və qərar vermə qiymətləndirmə əsasında olmalıdır.

Fəaliyyət planı strateji hədəflərin icrası üçün konkret tədbirlər məcmusudur. Fəaliyyət planları müəssisələr üçün müvafiq iş proseslərinin və prosedurlarının səfərbər edilməsi üçün bir mexanizmdir. Fəaliyyət planları işi kimin edəcəyi və nə vaxt bitəcəyini təsvir edir. Bununla yanaşı, əlaqəli missiyalardakı nailiyyətləri dəqiq bir əsasda izləyir.

Hal-hazırda, ölkədə bir çox şirkət balanslı bir kart kartı istifadə edərək müntəzəm bir monitorinq rejimini inkişaf etdirir. Bundan əlavə, inkişaf meylləri təhlil edilir və hərəkətlərin nəticələrini dəqiq təsvir etmək üçün müqayisə edilir.

Müəssisə strategiyası qrupu, əldə yönümlü strategiya və ya potensial müştərək müəssisələr vasitəsilə ən yüksək səviyyədə böyüməyə çalışa bilər. O, yeni bir məhsul təqdim etməyi və ya yeni bir kanal vasitəsilə satmağı da tövsiyə edə bilər. Alternativ olaraq, bu, optimallaşdırma və ya yenidən qurulma yolu ilə əməliyyat səmərəliliyini artıraraq gəlirlilik səviyyəsinin artmasına səbəb ola bilər. Strateji komandaların çətin bir iş olduğunu söyləmək, səhv bir vəziyyət ola bilər. Onlardan köşəyə baxmağı, gələcəyi təsəvvür etməyi və bəzi gözlənilməz hadisələrə bahis etmələrini xahiş edirlər.

Kiçik və orta sahibkarlıq (KOM) biznes mühitinin inkişafı üçün əsasdır və AB-yə görə, bu tip bizneslər AB-dəki bütün müəssisələrin 99% -ni təşkil edir. KOM təşkilatının olub-olmadığını müəyyən etmək üçün aşağıdakı əsas təriflər müəyyən edilmişdir:

1) işçilərin sayı;

2) dövriyyə və ya son qalıq.

Aşağıdakı cədvəl AB-nin KOM-ların tərifinə necə yaxınlaşdığını göstərir.

Cədvəl 1. KOM-ların təsnifatı

Şirkət Adı	Başlıq sayı	Dövriyyə	və ya	Ümumi balans
Orta	< 250	≤ € 50 м	≤ € 43 м	
Kiçik	< 50	≤ € 10 м	≤ € 10 м	
Mikro	< 10	≤ € 2 м	≤ € 2 м	

Mənbə: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en -2019

Əksər müəssisələr KOM-lar kimi yaradıldığı üçün iş mühitində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bir ölkədə biznes və ya biznes mühiti KOM-ların böyüməsi üçün bir maneə və ya əlverişli ola bilər. KOM-lar inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyata malik ölkələrin inkişafı üçün xüsusilə vacibdir, çünki bu ölkələrdə gəlir çatışmazlığı əhəmiyyətli olduğundan KOM-ları əhalinin rifahının yaxşılaşdırılması üçün vacib vasitədir. Bundan əlavə, KOM-lar iri müəssisələrin inkişafının əsas və ilkin mərhələləridir. Hansı KOM-ların ən yüksək pilləyə yüksələcəyini və hansılarının uğursuz olacağını müəyyənləşdirmək çətin olduğundan KOM-ların çiçəklənməsi üçün düzgün mühit yaratmaq lazımdır.

Beləliklə, hökumətlər ölkədə sürətlə böyüyən KOM sektorunun mövcudluğunda da maraqlıdırlar və ümumiyyətlə vergi güzəştləri və bir sıra digər təşəbbüslər şəklində dəstək verirlər. Kiçik müəssisələr ilk növbədə struktur və istehsal bölmələrini, habelə istehsal bölmələrini müəssisə və birliklərdən ayırmaqla yaradıla bilər. Müasir şəraitdə ikincisi daha nikbin hesab olunur (İmranov, 2007).

Müəssisələrdə strateji idarəetmə metodlarının reallaşdırılması yolları

Müəssisələr müəyyən məqsədlərlə yaradılır və məqsədlərinə çatmaq üçün çalışırlar. Təyin olduqları məqsədlərə çatmaq üçün strategiyalar və siyasətlər təyin olunur, daha sonra da bunları planlara çevirirlər. Planların həyata keçirilməsi isə, müəssisənin əməliyyatlarını həyata keçirmək və fəaliyyətlərini davam etdirməsidir. Fəaliyyətlər həyata keçirildikcə bir sıra nəticələr ortaya çıxır, bu nəticələr müəssisənin performansı olaraq adlandırılırlar. Müəssisə performansı, müəssisənin strategiyalarına bağlı olaraq ortaya çıxdığı üçün, ortaya çıxan nəticələrin əvvəlcə müəssisənin məqsədlərinə təmin etdikləri qatqı baxımından dəyərləndirilməsi və nəzarət edilmələri lazımdır. Eyni zamanda fəaliyyətlərin aparılması zamanı da, strategiyaların həyata keçirilməsi planlara uyğun aparılıb-aparılmadığının da qiymətləndirilməsi həyata keçirilir. Digər bir əhəmiyyətli nöqtə isə mənimsənən strategiyaların müəssisənin məqsədləri ilə əlaqəli olmasıdır.

Strateji idarəetmə nəticəyə istiqamətlidir. Məqsəd, biznesmenə həyatını davam etdirməsi və rəqabət üstünlüyü əldə etməkdir. Ancaq, strateji idarəetmə fəaliyyəti əhəmiyyətli və uzun müddətli nəticələri ola biləcək qərarlarla nəticələnir. Xətalı strateji qərarlar müəssisələri ciddi zərərlərə uğrada bilir və qərarların geri dönüşü əgər qeyri-mümkün deyilsə çox çətin ola bilər. Buna görə, strategiyanın qiymətləndirməsinin bir müəssisənin rifahı baxımından həyati dəyərə sahib olduğu mövzusunda bir çox strategiya mütəxəssisi həmfikirdir. İdarəçi və ya çalışan vəziyyət ciddi hala gəlmədən əvvəl və ya ortaya çıxa biləcək problemlər haqqında qiymətləndirmələr edərək rəhbərliyi xəbərdar edə bilər. Strateji nəzarət, nəzarət prosesinin fəaliyyətlərlə eynivaxtlı və məqsədə uyğun olaraq icrasıdır. Artan sayda müəssisə üçün vəziyyətlərin idarəsi artıq mütəxəssislər tərəfindən həyata keçirilən bir texniki funksiya deyil, daha çox əhəmiyyətli bir strateji idarəetmə elementi halına gəlmişdir.

Strateji qiymətləndirməyə üç əsas fəaliyyət daxildir:

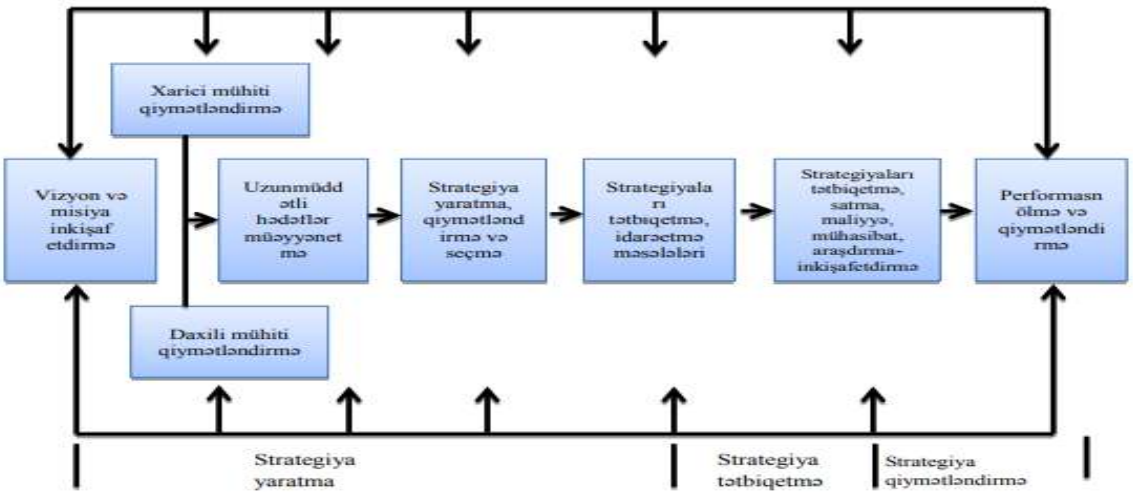
1) Bir müəssisənin strategiyasının altında yatan səbəblərin araşdırılması,

2) nəzərdə tutulan nəticələrin gerçək nəticələrlə müqayisəsi,

3) performansın planlara uyğun gəlməsini təmin etmək üzrə düzəldici hərəkətlərinin həyata keçirilməsi. Strateji idarəetmə prosesinin strateji qiymətləndirmə mərhələsi sxem 1-də göstərilmişdir.

Lazımi və vaxtında verilən əks əlaqə effektiv strategiya qiymətləndirməsinin təməl daşıdır. Strateji qiymətləndirmədə əldə edilən məlumatlar və ya istifadə edilən məlumatlar çox əhəmiyyətlidir (Марвина, 2017).

Qrafiq1. Strategiyanın qiymətləndirilməsi



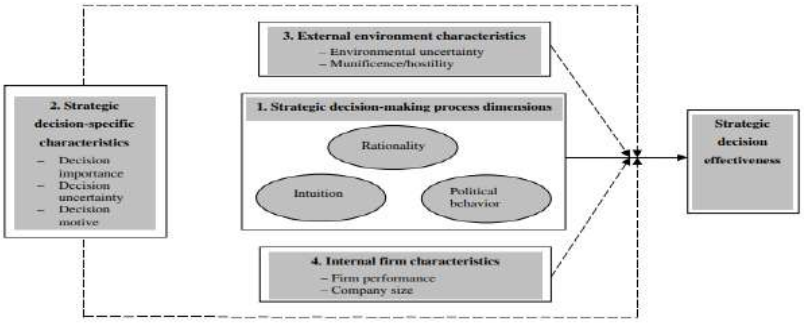
Mənbə: Fred, David, Strategic Management, Prentice Hall, 2005.

Strategiyanın qiymətləndirilməsi hər ölçüdə və növdə təşkilatlar üçün lazımlıdır. Strategiyanın qiymətləndirilməsi gözləmələrin və fərziyyələrin idarəetmə cəhətdən sorğulanmasını başlatmalı, hədəflər ilə dəyərlərin gözdən keçirilməsini təmin etməli və alternativlərin istehsalı ilə qiymətləndirmə meyarlarının yaradılmasında yaradıcılığı təşviq etməlidir. Strategiyanın effektiv qiymətləndirilməsi üçün təşkilatın böyüklüyündən asılı olmayaraq hər addımda idarəetmə vacibdir. Strategiyanın qiymətləndirilməsi fəaliyyəti müəyyən dövrlərin sonunda və ya problemlərin meydana gəlməsindən sonra deyil, daha çox davam edən bir vəziyyətdə həyata keçirilməlidir.

Strateji qərar qəbuletmə prosesinin strateji qərar effektivliyinə birbaşa təsir etdiyini və bu əlaqənin 1) qərar xarakteristikaları, 2) ətraf mühit amilləri və 3) möhkəm xüsusiyyətləri. Modelə daxil olan dəyişənlər, qeyd olunan fərqli perspektivlərlə əlaqəli və nəzəri maraq və ya empirik dəstək mövzusu olanlardır. Onların bir çox tədqiqatçının marağına səbəb olması araşdırmamızın nəticələrini əvvəlki araşdırmalarla müqayisə etmək imkanlarını artırır. Artıq bu modelin hər bir tərkib hissəsində olan anlayışlar, strateji qərar effektivliyi ilə əlaqələndirilməsinin nəzəri əsasları və bu məntiqi ifadə edən fərziyyələr ilə birlikdə izah edilmişdir.

Strateji qərar qəbul etmə tədqiqatlarında bəzi müəlliflər təşkilati fəaliyyətini araşdırır, digərləri qərar səviyyəsini təşkilat səviyyəsi əvəzinə diqqət mərkəzini seçir və effektivlik kimi strateji qərar nəticələrini araşdırırlar; uğur və keyfiyyət. Təşkilati nəticələr üzrə empirik tədqiqat aparatının böyük bir hissəsi, ümumiyyətlə qərarın effektivliyi kimi açıq şəkildə göstərilməyən təşkilati fəaliyyətlə məşğul olması əhəmiyyətlidir (Birkinshaw, 2013).

Şəkil 1. Strateji qərar qəbul etmə effektivliyinin vahid modeli



Mənbə: David, Fred Strategic Management, Prentice Hall, 2005

Rasional proseslər uzun müddət strateji qərar qəbuletmə mərkəz aspekti kimi qəbul edilmiş və qərar qəbulu ədəbiyyatında həm nəzəri, həm də empirik araşdırmaya məruz qalmışdır.

Strategiyanın qiymətləndirilməsinin effektiv olması üçün müxtəlif əsas tələblərə cavab verməsi lazımdır. Əvvəlcə, strategiyanın qiymətləndirilməsi fəaliyyəti balanslı olmalıdır, həddən artıq məlumat çox az məlumat qədər pis ola bilər; və həddən artıq nəzarət faydadan çox zərər verir. Strategiyanın qiymətləndirilməsi fəaliyyəti eyni zamanda mənalı olmalıdır; müəssisənin məqsədləri diqqətə çarpan bir şəkildə əlaqəli olmalıdır. Idarəçilərə nəzarət etdikləri və təsirlərinin olduğu vəzifələr haqqında faydalı məlumatlar təmin etməlidirlər. Strategiyanın qiymətləndirilməsində çalışanlar vaxtında məlumat əldə etməlidir; vəziyyətə görə və bəzi sahələrdə idarəçilər məlumata gündəlik olaraq ehtiyac duya bilərlər. Məsələn, bir müəssisə başqa bir müəssisəni alaraq müxtəlifliyini artırdığından məlumat əldə etmə daha çox lazımlı ola bilər. Bununla birlikdə, bəzi hissələrdə davamlı məlumata ehtiyac olmaya bilər, məsələn, araşdırmainkişafetdirmə hissəsində gündəlik və hətta həftəlik qiymətləndirmə məlumatı lazım deyil, çünki araşdırma və inkişaf etdirmə üçün lazımlı məlumatlar daha əvvəldən əldə edilmiş məlumatlardır. Vaxtında gələn məlumat strategiyanın qiymətləndirilməsi üçün əsas olaraq daha əhəmiyyətlidir. Daha yaxşı nəzarəti təmin etmək üçün tez aparılan ölçmələr və sürətli bildirişlər nəzarəti poza bilər.

Strategiyanın qiymətləndirilməsi meydana gələn hadisənin o andakı vəziyyətini ortaya qoya bilmək üçün hazırlanmalıdır. Məsələn, ciddi bir iqtisadi geriləmə dövründə çalışanlar və idarəçilərin əslində daha möhkəm işləməsinə baxmayaraq məhsuldarlıq və gəlirlilik dərəcələri gözlənilməyən şəkildə aşağı düşə bilər. Strateji icmallar bu növdəki bir vəziyyəti açıq bir şəkildə müəyyən etməlidir. Strategiyanın qiymətləndirilməsi prosesindən əldə edilən məlumatlar fəaliyyətləri asanlaşdırmalı və təşkilat içərisində bunu əsas sahədə fəaliyyətin tətbiqi lazım olan fərdlərə istiqamətləndirməlidir. İdarəçilər ümumiyyətlə yalnız məlumatlandırma məqsədi ilə əldə edilən hesabatları görməməzlikdən gəlirlər; bütün idarəçilərin bütün hesabatları alması mənasızdır. Nəzarət məlumata istiqamətli olmaqdan çox hərəkətə istiqamətli olmalıdır.

Metod

Mövzunun tədqiqi üçün əsasən Swot təhlildən, sintez, sistem analizindən, müqayisə metodundan istifadə edilməsi, eyni zamanda Kaos və "Balanced Scorecad" idarəetmə metodlarının geniş tədqiqi və nümunələrlə qiymətləndirilməsi aparılmışdır..

Tədqiqat zamanı ən əsas yeri SWOT təhlil tutur. Burada qeyd olunan problemlərlə bağlı anket sorğu həyata keçirmiş, SPSS analizi əsasında korrelyasiya hesablanması aparılaraq müyyən nəticələr əldə olunmuşdur.

Sistemli analizi digər sistemli araşdırma istiqamətlərindən fərqləndirən əsas cəhət ondan ibarətdir ki, burada idarəetmə sistemlərinin funksiyalarının və məqsədlərinin formalaşdırılmasını və müqayisəli analizini asanlaşdıran metodlardan və vasitələrdən istifadə edilir. Bundan başqa burada məqsədə çatmaq üçün formal və qeyri formal metodlar birləşdirilir. Yəni hər iki metoddan istifadə edilir.

Müqayisəli analiz - bu tədqiqat metodunda Azərbaycan Respubilkasında fəaliyyət göstərən milli və xarici müəssisələr arasında eyni zamanda qlobal aləmdə müəssisələrin oxşar və fərqli cəhətlərinin təhlilinə əsaslanmışdır ki, bu da Azərbaycan Respubilkasının Dövlət Statistika Komitəsindən, Dünya İqtisad Formundan alınan informasiyalara və digər rəsmi məlumatlar üzrə həyata keçirilmişdir.

Analiz

Dünya maliyyə-valyuta sistemində Azərbaycanın mövqeyinin qiymətləndirilməsi aktuallığı hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Paralel olaraq, bu mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat önəmli xarakter daşıyır.

Nəticə

Strategiyaların texnologiyaya və ətraf mühitə nisbətən daha çox təşkilata təsir etdiyini bildirərək, təşkilata təsir edən ünsürün texnologiya deyil, texnologiyanın necə istifadə olunduğu və texnologiyanın seçimi və istifadəsinin təşkilatın strategiyası ilə əlaqəli olduğu irəli sürüldü. Həqiqətən, təkcə texnologiya təşkilata təsir edə biləcək bir vəziyyətdə deyil. Bununla birlikdə, texnologiya seçildikdən və istifadənin yolu təşkilatın fəaliyyətinə təsir göstərə bilər.

Beləliklə, vacib olan, texnologiyanın deyil, texnologiyanın seçilməsini və təşkilatın seçilən texnologiyadan yaralanma yolunu müəyyən edən təşkilatın strategiyasıdır. Eyni şey ətraf mühit elementində də ifadə edilə bilər. Ancaq təşkilat, texnologiya, ətraf mühit və strategiya elementləri hamısı bir-birinə təsir göstərir, hətta etiraf etmək lazım olsa belə, bunun əksini ifadə etmək mümkün olmadığını söyləmək lazımdır. Bu baxımdan, təşkilat mühiti ilə təşkilat texnologiyası arasındakı əlaqəni təyin edən amil təşkilat strategiyası olduğunu söyləmək olar.

Müasir dövrdə müəssisələr sadəcə maliyyə istiqamətində gücə sahib olan deyil, eyni zamanda sosial bir qurum olaraq da görülür. Bu o deməkdir ki, müəssisələr qazanc əldə etməklə yanaşı, fəaliyyət göstərdiyi mühit, cəmiyyət, istehlakçılar qarşısında sosial məsuliyyətə sahibdirlər. Özəl müəssisələr dövlət müəssisələri ilə birgə hərəkət edir, sosial məsuliyyət qarşısında strateji planlar üzərindən fəaliyyətlər həyata keçirirlər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov A. B., (2005) “Biznesin əsasları.” Bakı, 477 səh.
2. İmanov Ə.Ş., (2007) “Keyfiyyətin idarə olunması.” Bakı, 230 səh.
3. İmranov A.M., (2007) “Menecment” Bakı, 321 səh.
4. Kataeva B.İ., (2009) “Kreativ menecer: Uğur strategiyası.” Bakı, 225 səh.
5. Qasımov M.Ə., (2010) “Əmək məhsuldarlığının səviyyəsinə təsir edən əsas amillərin təhlili.” Bakı, 341 səh.
6. Ritson N.T., (2011)“Strategic Management” , London, 790 page.
7. Şahbazov K.A., Məmmədov M.H., Həsənov H. S., (2005) “Menecment” Bakı, 996 səh.
8. Tredgold G. N., (2014) “A Practitioner's Guide to Leadership”. London, 190 page.

9. Марвина И.Н., (2017) «Стратегический менеджмент» Екатеринбург, 134 стр.
10. Медынский В.Г., (2009) «Инновационный менеджмент» Москва, 85 стр.

İnnovasiya Proseslərinin Ayrı-ayrı Sahələr Üzrə Təhlili

Şahanə İbadzadə
shahane.zadeh@gmail.com

Xülasə

İqtisadiyyatın innovativ inkişafı, rəqabət qabiliyyətinin artması problemlərinin həllində səmərəli institusional mühitin formalaşmasına böyük rol verilir. Sonuncu olaraq münasibətlərin müəyyən təşkili formalarını, iqtisadi proseslərdə iştirakçıların davranışlarının rəsmi və qeyri-rəsmi çərçivələrini, habelə bu qarşılıqlı əlaqələrin möhkəmləndirilməsi mexanizmlərini nəzərdə tuturuq. Ölkəni yeni bir innovasiya səviyyəsinə qaldırmaqda və bunun əsasında iqtisadiyyatının rəqabət üstünlüklərinin artımını təmin etməkdə dövlət tənzimləmə sistemi mühüm rol oynayır. İnnovasiyanın dövlət tənzimlənməsi formaları və metodları çox müxtəlif ola bilər. Bu, mövcud şəraitdə dövlətin innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsi üçün qarşıya qoyduğu hədəflərdən asılıdır.

İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün dövlət innovasiya siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri müəyyən vergi güzəştləri, dövlət zəmanətləri və kreditləri tətbiq etməklə elmtutumlu, yüksək texnoloji istehsala sərmayə qoyan investorların, habelə təşkilatların (innovasiyaların inkişafı zamanı) dövlət dəstəyi və stimullaşdırılması olmalıdır. İnnovasiya, rəqabət üstünlüyünün, artım və rentabelliyin əsas mənbəyidir. İnnovasiyaya sistemli yanaşma innovativ strategiyalar, yeni məhsulların inkişafı, problem həllinə yaradıcı yanaşmalar, ideya idarəetməsi, rasional təklif idarəetmə sistemləri və s. kimi elementləri daxil etməyə imkan verir. Gərgin və daim artan rəqabət qarşısında qazanmağa məcbur olan sistemli innovasiya fəaliyyətlərinin uğurla təşkili sahəsində kifayət qədər təcrübə bir çox dövlətlərdə (ABŞ, Yaponiya, Almaniya, Çin və s.), eləcə də iqtisadi inkişaf etmiş ölkələrin böyük şirkət və holdinqlərində, xüsusilə də istehlak malları istehsal edən iqtisadiyyatın yüksək texnoloji sektorlarında - avtomobillər, elektronika və s.-də mövcuddur. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə Azərbaycan bazar mühitində effektiv innovasiya sahəsində kifayət qədər təcrübə toplaya bilməmişdir. İnnovasiya sahəsində Azərbaycanda təcrübə çatışmazlığı ilk növbədə Azərbaycan müəssisələrinin planlı iqtisadiyyatda, daha sonra isə keçid dövründə uzun müddət işləməsi ilə əlaqədardır.

Açar sözlər: innovasiya, biznes, yenilik, rəqabət qabiliyyəti, rəqabət üstünlüyü

Giriş

İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti böyük dərəcədə müəssisələrin rəqabət qabiliyyətindən asılıdır. Sonuncu, müəllif daxili və xarici amillərin təsiri altında bir müəssisənin sabitliyini qorumaq qabiliyyəti kimi xarakterizə olunur.

Müəssisənin bu amillər qrupunun təsiri altında sabitliyini qorumaq qabiliyyəti rəqabətin yalnız uyğunlaşma xüsusiyyətini əks etdirir. Kompensasiya bu rəqabət qabiliyyətinin bu xüsusiyyəti ilə əlaqələndirilir ki, bu da şirkətin digər bazar seqmentlərini fəth etməklə itirilmiş rəqabət üstünlüklərini kompensasiya edə bilməsi deməkdir. İnnovasiyanı proseslərinin tətbiqini artırmaq problemi Azərbaycan üçün çox aktualdır. İqtisadiyyatın innovativ inkişaf strategiyasının praktik icrası hər şeydən əvvəl bütün səviyyələrdə innovativ fəaliyyətin artmasını tələb edir: dövlət - sənaye - region - müəssisə. Təcrübə göstərdiyi kimi, bu gün müəssisələrdə innovasiyaların tətbiqi üçün uyğun iqtisadi şərait yoxdur.

Azərbaycanın İnnovativ İnkişafı

İnnovasiya təkrar istehsal növünü, sosial-iqtisadi münasibətlərin keyfiyyətini dəyişdirən, milli sərvətlərin özünəməxsus formasına, toplanması və quruluşuna malik yeni bir innovasiya yönümlü iqtisadiyyat yaradır. İndi innovativ iqtisadiyyatın formalaşması barədə danışa bilərik. Eyni zamanda istehsal artımının intellektuallaşdırılması ön plana çıxır, yəni ÜDM artımı yüksək texnoloji məhsulların və xidmətlərin istehsalı və satışı ilə əlaqədardır.

Y.Şumpeter "Texniki İnkişaf nəzəriyyəsi"ndə innovasiyanı texnoloji dəyişikliyin iqtisadi təsiri hesab edirdi. Nəticədə innovasiya və ixtira arasında əlaqələndirici olan yeni bir şəxs – innovativ bir sahibkar ortaya çıxır. İnnovasiyaların təhlili göstərir ki, onlar sosial-iqtisadi xarakter daşıyır. Ümumiyyətlə, innovasiya təkrar istehsal və stimullaşdırmaya kömək edir. Təkrar istehsal funksiyası göstərir ki, innovasiya mühüm maliyyə mənbəyi kimi çıxış edir. İnnovasiyadan əldə olunan pul gəlirləri maliyyə mənbəyi və eyni zamanda innovasiya prosesinin səmərəliliyinin ölçüsü kimi çıxış edən sahibkarlıq mənfəəti yaradır. Dövlətin innovativ siyasəti, sosial-iqtisadi siyasətin tərkib hissəsi kimi, innovativ fəaliyyətin inkişafına və stimullaşdırılmasına yönəldilmiş və texniki proses əsasında yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulların yaradılması ilə xarakterizə olunur (Musayev, 2014).

Dövlətin innovasiya proseslərinə təsirində sənaye müəssisələri arasında əməkdaşlığı stimullaşdıran alətlər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu sahədə artıq yaxşı qurulmuş bir xarici təcrübə var. Məsələn, Kanadada, innovasiyanı stimullaşdırmaq üçün birbaşa vasitə kimi, kommersiya banklarından kredit alarkən və ya hökumət tərəfindən innovasiya prosesinin birbaşa maliyyələşdirilməsində dövlət zəmanətlərindən istifadə olunur. Yaponiyada dövlət-özəl əməkdaşlıq prinsipinə əsaslanan özəl firmalarla birlikdə yeniliklər yaradan dövlət korporasiyalarına və mərkəzlərinə, dövlət sənaye tədqiqat institutlarına büdcə subsidiyaları və güzəştli kreditlər tətbiq olunur. Almaniyada yüksək qeyri-müəyyənlik ilə səciyyələnən prioritet tədqiqat sahələrində uzunmüddətli tədqiqatlar üçün birbaşa maliyyə təmin edilir.

Yüksək iqtisadi fəallıq, dövlət prioritetlərinin müəyyənləşdirilməsində və təşviq mexanizmləri sistemi vasitəsi ilə innovativ inkişaf prosesinə aktiv təsirdə əks olunan elmi və texnoloji bazarda dövlətin aparıcı rolu ilə təmin edilir. Buna görə stimullaşdırıcı innovasiya sistemi iqtisadiyyat sahəsində iki problemin həllinə kömək etməlidir:

- innovativ komponentin ümumi aktivləşməsi nəzərə alınmaqla iqtisadiyyatın yüksək texnoloji sahələrinin rəqabət qabiliyyətinin artırılması;

- Dünya bazarına çıxma imkanları.

İnnovasiya prosesində həlledici rol oynayan daha bir vacib amili qeyd etmək lazımdır - bu, vətənpərvər, çalışqan, dövlətə sadiq, texniki və sosial bacarıqlı lider - novatordur.

Son 16 il ərzində Azərbaycan innovativ layihələri praktik icra etmək üçün iqtisadiyyatının inqilabi yeniləşməsinə nail oldu. Və innovasiyanı tətbiq etmək üçün innovativ bir mərkəzə çevrilir.

İnnovasiya mərkəzlərinin yaradıcı ideyaları və akademik mərkəzlərə yaxınlığı ilə əlaqəsi faydalıdır və bu innovasiyaların uğurunu müəyyənləşdirir. İnnovativ mərkəzlərin (texnoparklar, klasterlər) uğurlarında mühüm rol akademik və tədqiqat institutlarının güclü transmillətli şirkətlərlə (məsələn, SOCAR) qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən ekosistem oynayır.

Son illərdə respublikada elmi kadrlar sahəsində müəyyən dəyişikliklər baş vermişdir ki, bu da elmi-tədqiqat institutlarının və inkişaf etməkdə olan təşkilatların və elmi-tədqiqat işlərində təcrübəli işçilərin sayının azalması ilə əlaqədardır.

Cədvəl 1-dəki məlumatlar göstərir ki, yalnız 2013-cü ildən 2018-ci ilə qədər olan dövr üçün tədqiqat institutlarının və inkişaf təşkilatlarının sayı 133 idi. Tədqiqat institutları da daxil olmaqla müvafiq olaraq 90-dan 88-ə düşmüşdür. Ali təhsil müəssisələrinin sayında 2013-cü ildən 2018-ci ilə kimi heç bir dəyişiklik olmamışdır, digər müəssisələr bölməsində qeyd edildiyi kimi, 2013-cü ildən 2018-ci ilə qədər sayı 11-dən 6-ya düşmüşdür.

Məlumdur ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrində elmi-texniki tərəqqi və innovativ sahibkarlığın inkişafı tədqiqat işləri ilə məşğul olan və hərtərəfli tədqiqat aparan, habelə innovativ ideyaların müəyyən məhsul və texnologiyalara tətbiqi üzrə müəyyən elmi işləri iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin müəssisə və firmaları ilə müqavilə münasibətlərinə uyğun olaraq həyata keçirilməsi ilə müəyyən edilir (Hüseynova, 2016).

Cədvəl 1: Azərbaycan Respublikasında inkişaf edən tədqiqat institutları və təşkilatlarının sayı (ilin sonuna)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Cəmi	**140**	145	**141**	**135**	**137**	**133**
elmi-tədqiqat təşkilatları	90	93	91	88	89	88
ali təhsil müəssisələri	39	41	39	38	39	39
digər	11	11	11	9	9	6

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az , (15.12.2018)

Son üç ildə respublikada elmi-tədqiqat işlərinin həcminin dəyişməz qalması səbəbindən bu istiqamətdə sabitlik müəyyən edilmişdir.

Ancaq araşdırdığımız məsələlər bir qədər kəmiyyət xarakterlidir. Elmi-tədqiqat işlərinin keyfiyyət aspektlərini təhlil edərkən burada müəyyən geriliklər müşahidə edirik. Belə ki, 2013-cü ildən 2018-ci ilədək elmi-tədqiqat institutları və inkişaf aparan işçilərin ümumi sayı 22358 nəfərdən 20179 nəfərə qədər azalmışdır.

Elmi işçilər arasında doktorluq və elmlər namizədi olan işçilərinin ixtisarı səbəbindən keyfiyyət tərəfi də müşahidə edilə bilər. Tədqiq edilən dövr müddətində tədqiqat institutlarının və təşkilatların elmlər doktoru dərəcəsi olan işçilərin sayı 1392 nəfərdən 1415 nəfərə, fəlsəfə doktorları 5444 nəfərdən 6137 nəfərə yüksəlmişdir. Bundan əlavə, elmi-tədqiqat bölmələrinin ştatında olmayan, lakin tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən ali təhsil müəssisələrində çalışan elmi pedaqoji işçilərin sayı 10077 nəfərdən 7069 nəfərə qədər azalmışdır. Burada elmlər doktorlarının sayında 859 nəfərdən 800 nəfərə, fəlsəfə doktorlarında 4135 nəfərdən 377 nəfərə qədər azalma müşahidə edirik. Akademik və müxbir üzvlərinin sayına gəlincə, burada artım müşahidə edilir. Belə ki, 2013-cü ildən 2018-ci ilə qədər akademiklərin sayı 49 nəfərdən 71 nəfərə, müxbir üzvlərin sayı 97 nəfərdən 109 nəfərə qədər artmışdır.

Cədvəl 2: Tədqiqat institutlarının və inkişaf təşkilatlarının işçilərinin sayı

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tədqiqat və işləmələrlə məşğul olan heyətin sayı, nəfər	22 358	23329	23093	22527	20580	20179
elmlər doktorları	1 392	1554	1534	1476	1414	1415
fəlsəfə doktorları	5 444	6568	6532	6296	6243	6137
Bundan başqa, elmi-tədqiqat bölmələrinin ştatında olmayan, lakin tədqiqat və işləmələri	10 077	10026	9910	9676	5741	7069

yerinə yetirən ali təhsil müəssisələrində çalışan elmi pedaqoji işçilərin sayı, nəfər						
elmlər doktorları	859	956	961	1044	624	800
fəlsəfə doktorları	4 135	5121	5342	5006	2976	3775
Akademiklərin sayı - cəmi	49	73	65	74	73	71
Müxbir üzvlərinin sayı - cəmi	97	120	113	115	113	109

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az (15.12.2018)

Respublikadakı mövcud vəziyyəti bir çox amillərlə izah etmək olar. Bu, hər şeydən əvvəl digər ölkələrə "beyin axını", elmin inkişafı üçün maliyyələşdirmənin azalması və elmi təşkilatların əsas fondlarının yenilənməsi, elmin maddi-texniki və təcrübi bazasının aşağı salınmasıdır. İxtisaslı elmi-tədqiqat işçilərinin sayının azalması da onların çoxunun əmək haqqının bir qədər yüksək olduğu və əlavə qazanc üçün daha çox boş vaxtın olduğu müəllimlik işinə keçməsi ilə izah edilə bilər. Ali təhsil müəssisələrinin professor-müəllim heyətinin sayının artması da buna sübutdur (cədvəl 3). Belə ki, 2013-cü ildən 2019-cu ilə qədər dövlət ali təhsil müəssisələrində müəllimlərin ümumi sayı 13243 nəfərdən 13477 nəfərə qədər artmışdır: elmlər doktorları 1016 nəfərdən 1176 nəfərədək; fəlsəfə doktorları – 5433-dən 5499-a qədər; professorlar - 1015-dən 1078-dək artmış, dosentlərin sayı isə 3860-dan ilə 3637-yə qədər azalmışdır.

Cədvəl 3: Azərbaycan Respublikasının dövlət ali təhsil müəssisələrində müəllimlərin sayı

	2013/2014	**2014/2015**	**2015/2016**	**2016/2017**	**2017/2018**	**2018/2019**
Professor-müəllim heyətinin sayı (əsas heyət) - cəmi	**13243**	**13021**	**12863**	**12924**	**13290**	**13477**
onlardan:						
elmi dərəcəsi olanlar:						
elmlər doktoru	1016	1019	1111	1057	1073	1176
fəlsəfə doktoru	5433	5130	5346	5158	5132	5499
elmi adı olanlar:						
Professor	1015	1052	1032	972	987	1078
Dosent	3860	3686	3326	3343	3753	3637

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az (15.12.2018)

Nəzərə alsaq ki, bu artım respublikamızda 1995-ci ildən 2018-cü ilə qədər ali təhsil müəssisələrinin sayının artması ilə baş verdi, buna əsasən də ixtisaslı elmi kadrların elmi-tədqiqat işlərindən ali təhsil müəssisələrinə köçürülməsi amili həyata keçirildi.

Elmi təşkilatların əsas vəsaitlərinin zəif yenilənməsi, tədqiqat və inkişafın aşağı maddi-texniki bazası respublikada innovasiya fəaliyyətinin azalmasına səbəb olur. Baxmayaraq ki, son illərdə bu sahədə müsbət tendensiyalar müşahidə olunur.

Bütün mənbələrə görə respublikada investisiyalardan istifadənin hazırkı vəziyyəti onu deməyə əsas verir ki, qoyulan investisiyaların bir hissəsi innovativ proseslərin əsasını təşkil edən tədqiqat və inkişafa yönəldilə bilər.

Ölkəmizin dünya iqtisadiyyatına fəal inteqrasiyası, iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin artması, innovativ inkişaf modelinə keçid zərurəti şəraitində ölkənin mövcud resurs balansının, onlardan istifadə dərəcəsinin, elmi-texniki tərəqqinin imkanları, o cümlədən iqtisadi artım amillərinin quruluşunun iştirakı ilə milli innovasiya sistemini yaratmaq lazımdır. Ölkədə innovativ iqtisadiyyat yaratmaq üçün elm və istehsal arasındakı əlaqələri gücləndirmək, elmi və texnoloji nailiyyətləri tanıtmaq, o cümlədən elmi tədqiqatların bazar ehtiyaclarına uyğunlaşdırılması üçün yeni bir mexanizm yaratmaq lazımdır.

Bu baxımdan, Azərbaycan İnnovativ İnkişaf Strategiyasının hazırlanmasını nəzərdə tutan "Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında" 10 yanvar 2019-cu il tarixli Fərmanını qeyd etmək istərdim. Dövlətin innovativ inkişafında konseptual bir yanaşma vacibdir.

İnnovasiya fəallığının artması rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının stimullaşdırılması üçün effektiv bazar və dövlət mexanizmlərinin və müvafiq qanunvericilik və tənzimləmə bazası daxil olmaqla innovativ potensialın effektiv həyata keçirilməsini nəzərdə tutur (https://az.trend.az/business/economy/2810638.html, 2017).

Azərbaycan ərazisində innovasiyaların tətbiqi və qeyri-neft sahəsinin inkişafı üçün xüsusi ərazilərin yaradılması Azərbaycanda strateji vəzifə elan edildi. Hökumət innovativ investisiyalar üçün əlverişli şərait yaradır. Mümkün olan hər bir şəkildə istehsal və rəqəmsal sektorları tanıtmaq, işdə yeniliklər tanıtmaq istəyi aşılayır. Birbaşa dövlət sərmayəsi və tətbiq olunan və rəqəmsal iqtisadiyyatda sahibkarların daha fəal işləmələri üçün stimuldan da istifadə olunur. Dinamik dayanıqlı inkişafı, rəqabət qabiliyyətini və dövlətin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün investisiyaların yenilikçi olması və ümumiyyətlə bütün prosesin uğurla həyata keçirilməsinə töhfə verməsi vacibdir. Mövcud innovasiya proseslərindən əskik olmayan əlaqə vençur maliyyəsidir. Buna görə də bütün innovasiya prosesini tənzimləmək üçün "Vençur fəaliyyəti haqqında" və "İnnovasiya fəaliyyəti haqqında" qanunları qəbul etmək lazımdır. Yenilikçi platformalar yaradıldıqdan, vergi və gömrük güzəştləri təyin olunduğundan, yenilikçilər milli iqtisadiyyatın platformasına girmək istəyirlər, lakin müəssisə pulunu tapmaq da çətindir. Müəssisə və innovasiya fondları yaratmalıyıq. Bunsuz bu hadisənin aktivliyini və kütləvi xarakterini təmin etmək çətin olacaq (İbrahimov və Kərimov, 2017).

Dövlətimiz addım-addım innovativ strategiya həyata keçirir. Elm, istehsal, sahibkarlıq və bütövlükdə dövlət innovativ inkişaf yoluna qədəm qoydu. İnnovasiya sözü cəmiyyətimizin dilindədir. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası elmi tədqiqatlarını tamamilə innovativ yola istiqamətləndirmişdir.

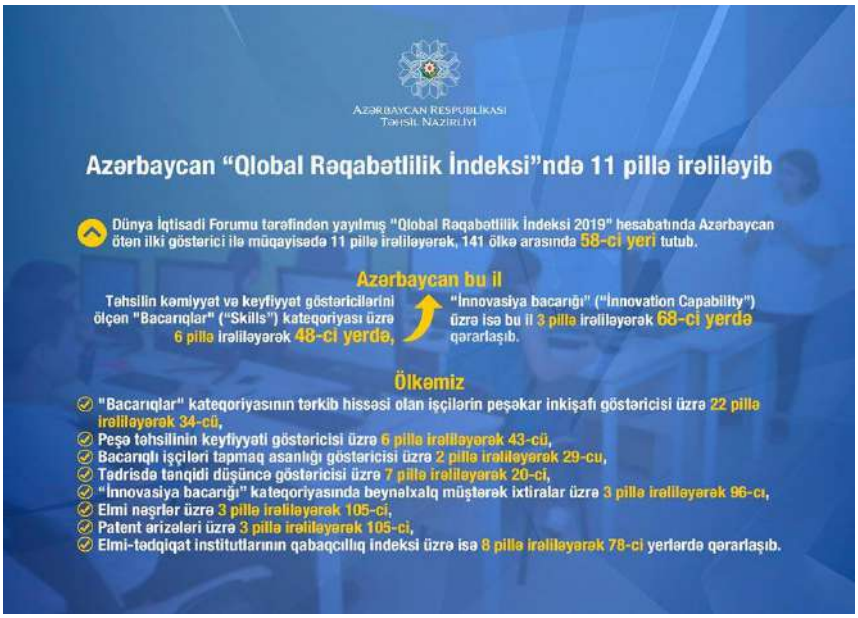
Azərbaycanın İnnovasiya Sahəsində Beynəlxalq Hesabatlardaki Mövqeyi

Müasir dünyada qlobal dəyişikliklər baş verir. Dünya birliyi ayrılmaz və vahid hala gəldi, içindəki qarşılıqlı əlaqə sistemli bir xarakter aldı.

Ayrı-ayrı ölkələrdə və bölgələrdə baş verən müxtəlif sarsıntılar qaçılmaz olaraq dünyada rezonans doğurur. Azərbaycanın milli iqtisadi məkanı getdikcə dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olunur. Transsərhəd iqtisadi əlaqələr genişlənir və daha mürəkkəbləşir, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları intensiv inkişaf edir, dünya iqtisadiyyatı subyektlərinin qarşılıqlı asılılığı artır.

Bütün bunları nəzərə alsaq, Ümumdünya İqtisadi Forumunun Qlobal Rəqabətlilik İndeksi 2019 qlobal rəqabət qabiliyyətliliyi reytinqində Azərbaycanın 11 pillə irəliləməsi çox təbiidir. 62,7 xalla ölkəmiz reytinqdə 58-ci yeri tutdu. Ötən illə müqayisədə Azərbaycan, "bazar miqyası" indeksindən başqa, "əmək bazarı", "biznes dinamizmi", "ərzaq bazarı", "infrastruktur", "bacarıqlar", "ictimai qurumlar", "İnnovasiya potensialı" kimi indekslərdə mövqeyini yaxşılaşdırdı. (Global Competitiveness Report, 2019)

Şəkil 1. Azərbaycanın Qlobal Rəqabətlilik İndeksində göstəricilər üzrə mövqeyi



Mənbə: Global Competitiveness Report, 2019

Bu, reytinq iqtisadi rəqabət qabiliyyəti baxımından dünya ölkələri arasında qlobal bir araşdırmadır. Ümumdünya İqtisadi Forumunun metodologiyasına əsasən, açıq statistikanın və şirkət rəhbərlərinin qlobal sorğusunun nəticələrinə - Dünya İqtisadi Forumunun tərəfdaş təşkilatlar şəbəkəsi - aparıcı tədqiqat institutları və təşkilatlar şəbəkəsi ilə birlikdə keçirdiyi geniş illik araşdırmaya əsasən hesablanır. Tədqiqat 2004-cü ildən bəri aparılır və hazırda dünyanın müxtəlif ölkələri üçün ən geniş rəqabətqabiliyyətlik göstəricilərini təmsil edir.((Global Competitiveness Report, 2019)

Ümumdünya İqtisadi Forumu milli rəqabət qabiliyyətini bir ölkənin və onun institutlarının orta müddətli dövrdə dayanıqlı iqtisadi artım templərini təmin etmək qabiliyyəti olaraq təyin edir. Tədqiqat müəllifləri vurğulayırlar ki, milli rəqabət qabiliyyəti yüksək olan ölkələr, bir qayda olaraq, öz vətəndaşlarının daha yüksək rifah səviyyələrini təmin edirlər. İndeksdən iqtisadi inkişafa və rəqabət qabiliyyətinə maneələrin aradan qaldırılmasına çalışan dövlətlərin iqtisadi siyasətlərindəki problemləri

təhlil etmək və davamlı iqtisadi tərəqqi əldə etmək strategiyalarını hazırlamaq üçün bir vasitə kimi istifadə etməsi güman edilir.

Dünya İqtisadi Forumunun nümayəndələri göstərir ki, milli iqtisadiyyatların rəqabət qabiliyyəti çoxsaylı və çox müxtəlif amillərlə müəyyən edilir. Beləliklə, iqtisadiyyatın vəziyyətinə dövlət maliyyəsinin səmərəsiz idarə olunması və yüksək inflyasiya mənfi təsir göstərir və əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması, inkişaf etmiş məhkəmə sistemi və digər tədbirlər müsbət təsir göstərə bilər. İnstitusional amillərlə yanaşı, işçi qüvvəsinin təhsili və ixtisasartırma təhsili ilə yanaşı, yeni bilik və texnologiyalara davamlı çıxış vacib ola bilər. İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini müəyyən edən amillər başlanğıc şərtlərindən və hazırkı inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq dünya ölkələrinin iqtisadi sistemlərinə müxtəlif təsir göstərir. Aydındır ki, zamanla amillərin özləri dəyişir.

Cornell Universiteti (ABŞ), INSEAD Biznes Məktəbi (Fransa) və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatı (ÜƏMT) tərəfindən nəşr olunan 2019 Qlobal İnnovasiya İndeksi (Qİİ) 129 ölkədə nəşr edilmişdir (Global Innovation Index, 2019)

Qİİ 2019 reytinqi, potensialı, məhsuldarlığı və innovasiya üçün əsas şərtləri əhatə edən 80 göstəriciyə əsaslanır. Təhlil edilən göstəricilərdə geniş məlumatlar var - hüquq, elm və təhsildən tutmuş patentlərə və əqli mülkiyyətə dair digər iddialara qədər. Bazar, biznes və infrastruktur inkişafı da vacibdir. Bir Qİİ-nin nəşrinin əsas məqsədi innovasiya təşviqi mexanizmlərinin qiymətləndirilməsi üçün imkanlar təmin etməkdir. (Global Innovation Index, 2019) Qİİ 2019-cu ildə İsveçrə, ABŞ, Hollandiya və Birləşmiş Krallıqdan sonra İsveçrə lideridir. Ən yenilikçi ölkələr sırasına Finlandiya, Danimarka, Sinqapur, Almaniya və İsrail də daxildir. Maraqlıdır ki, Çin ilk onluqda 14-cü yerdədir.

Estoniya (23-cü yer) və Litva (34-cü yer) postsovet ölkələri arasında ən yaxşısıdır. Rusiya 46-cı, Azərbaycan isə 84-cü yerdədir. (https://finans.az/xeber/azerbaycan-84-cu-oldu-qlobal-innovasiya-indeksi-2019.html, 2019)

Ölkəmiz "İnnovasiya Resursları" subindeksində "Universitetlər və sənaye əməkdaşlığı", "Klasterlərin inkişafı" və "Universitet məzunları" göstəriciləri üzrə 32, 33 və 38-ci yerləri tutmuşdur.

Cədvəl 4: "İnnovasiya Resursları" subindeksində "Universitetlər və sənaye əməkdaşlığı", "Klasterlərin inkişafı" və "Universitet məzunları" göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi

	İndikator	Reytinq
Universitet / sənaye tədqiqatları sahəsində əməkdaşlıq	54.2	32
Klasterlərin inkişafı	55.7	33
Elm və mühəndislik məzunları	23.6	38

Mənbə: Global Innovation Index, 2019

Ən yaxşı nəticə subindeksin "Daxili Bazarın İnkişafı" blokunda əldə edildi - 31-ci yer. Bu blokda ölkəmiz investisiya reytinqində ölkələr arasında 1-ci, kredit almaq asanlığı baxımından 20-ci yeri tutur.

İnstitutun "İnnovasiya Resursları" blokunun "biznes mühiti" indeksində Azərbaycan 33-cü yerdədir. Ümumiyyətlə, ölkəmiz "İnnovasiya Resursları" alt indeksinin "İnstitutlar" blokundakı mövqeyini ötənilki reytinqə nisbətən yaxşılaşdırmışdır (Global Innovation Index, 2019).

İnnovasiya Resursları subindeksində innovasiyaların əlverişlilik səviyyəsi göstərilirsə, İnnovasiya Nəticələri subindeksində innovasiya sahəsində nailliyyətlər əks etdirilir və bu da az əhəmiyyətə malik deyil.

Bu subindeksə gəldikdə, qeyd etmək lazımdır ki, "Yaradıcı fəaliyyətin nəticələri" blokunun nəticələri artmışdır. Bu subindeksdə intellektual fəaliyyət göstəriciləri olduqca yüksək yerlərdədir: Azərbaycan rezidentlərin patent müraciətlərində 60-cı yeri, rezidentlərin faydalı modellərinin patent iddia sənədlərində 53-cü yeri tutmuşdur.

Həm də qeyd etmək lazımdır ki, ölkə rəhbərliyi əqli mülkiyyət sektoruna diqqət yetirir, sektorun idarəetmə strukturunu təkmilləşdirir və bu da müsbət nəticələr verir. Məsələn, Patent Əməkdaşlıq Sazişinə (PCT) uyğun olaraq rezidentlər tərəfindən təqdim olunan “beynəlxalq patent müraciətlərinin sayı”na görə, ölkəmiz əvvəlki il reytinqində beş pillə irəliləyərək 67-ci yeri tutmuşdur. (Global Innovation Index, 2019)

Azərbaycan İKT göstəriciləri və innovasiya nəticələrinin alt indeksində təşkilati model baxımından 35-ci, İKT göstəriciləri və biznes modeli baxımından 48-ci yeri tutur.

Beləliklə, innovasiyaların ayrı-ayrı sahələr üzrə təhlili onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycanda rəqabət üstünlüyünün təmin edilməsi üçün innovasiyalara müraciətlərin sayı illər ötdükcə artır.

Metod

Tədqiqatın metodoloji bazası olaraq təhlil və sintez metodundan istifadə edilmişdir. Tədqiqatın obyekti innovasiya proseslərdir. Tədqiqatın aparılmasında müxtəlif iqtisadi statistikalardan istifadə edilmişdir.

Analiz

Dünyada tətbiq olunan innovasiyalar sistemində Azərbaycanın mövqeyi onun ayrı-ayrı sahələr üzrə təhlil edilməsinə şərait yaratmışdır. Bununla yanaşı, bu mövzunun öyrənilməsi ölkəmizdə innovasiyaların perspektiv imkanlarını açacağı üçün bu tədqiqat önəmli xarakter daşıyır.

Nəticə

İnnovativ iqtisadiyyatda cəmiyyətin rifahı ilk növbədə qeyri-maddi aktivlərdən - bilik, nou-hau və təcrübədən asılıdır. İşin biliklə əvəz olunduğu, sırf texniki cəhətdən intellektual bacarıqlara keçidi deməkdir. İnnovasiya iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artması üçün əsas olur.

Tədqiqatda innovativ fəaliyyətin təhlilinin nəzəri və metodoloji əsaslarının tənqidi təhlili aparıldı, nəticədə sübut olundu ki, iqtisadi kateqoriya kimi “innovasiya” potensial elmi tərəqqinin real, yeni məhsul və texnologiyalarda təcəssüm etdirilməsi ilə əlaqələri ifadə edir. Onun əsasını innovasiyalar təşkil edir.

Bir sıra göstəricilərə görə, yerli müəssisələrin geriləməsinin əksər hallarda kifayət qədər obyektiv səbəbləri var, bunlar əsasən maliyyə və iqtisadi amillərə bağlıdır. Buna görə şirkətlərin aşağıdakı tədbirləri həyata keçirərkən mümkün olan innovativ rəqabət üstünlüklərini yaratmağa yönəlmiş hərtərəfli siyasət yürütməsi tövsiyyə edilir:

- müəssisələrin texnoloji rəqabət üstünlüklərini artırmaq üçün istehsal xərclərini azaltma yollarını tapmaq prosesində ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyaların yaradılması;
- kadrların ixtisaslaşdırılmasına, yenidən hazırlığa və təlimə xərclərin artması;

• elmtutumlu istehsalın yaradılması;

• elmi və texniki mübadilə;

• investisiyanın tədqiqat və inkişafa yönəldilməsi.

Ədəbiyyatlar

1. Hüseynova A. Milli innovasiya sisteminin inkişaf modellərinin təhlili. SAM. Strateji təhlil. - 2016. - № 3-4(17-18). - S. 255-264
2. İbrahimov İ.H., Kərimov K.S. (2017) Sənayedə investisiya və innovasiya fəaliyyəti. Bakı, Biznes Universiteti, 254 səh.
3. Musayev A, (2014) "İnnovasiya iqtisadiyyatı və vergi stimullaşdırılması" Bakı, 315 səh.
4. Global Innovation Index (GII) 2019, https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2019/
5. Global Competitiveness Report 2019, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
6. Azərbaycan hökuməti 2021-ci ilədək ÜDM-in sabit artımını gözləyir, https://az.trend.az/business/economy/2810638.html
7. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/industry
8. "Milli innovasiya siyasəti öz bəhrəsini verir", http://ameaytp.az/index.php/component/content/article/88-son-x-b-r/567-milli-innovasiya-siyas-ti-oez-b-hr-sini-verir-az-rtac-da-d-rc?Itemid=539
9. Azərbaycan 84-cü oldu - Qlobal İnnovasiya İndeksi 2019, https://finans.az/xeber/azerbaycan-84-cu-oldu-qlobal-innovasiya-indeksi-2019.html
10. Национальная инновационная политика в действии, https://azertag.az/ru/xeber/Nacionalnaya_innovacionnaya_politika_v_deistvii-1303775
11. Müasir texnoloji innovasiya iqtisadiyyatı sektorlarının formalaşması və idarəolunması problemləri tədqiq olunub, https://ict.az/az/news/4818/

Təkrar Emalın Dayanıqlı İnkişafdakı Mühüm Rolu

Ülvi Həsənzadə

hasanzadeno1@gmail.com

Xülasə

Sənaye İnqilabı ilə həyat şəraitini yaxşılaşdırmaq və inkişaf etdirmək istəyən bəşər övladı, yaşadığı təbii mühitin verdiyi bütün resursları hədsiz istifadə edərək bunu öz haqqı olaraq görməyə başladı. Bunun nəticəsində dünyanın ekoloji tarazlığı pozuldu və global istiləşmə, ətraf mühitin çirklənməsi, ozon təbəqəsinin nazikləşməsi, bioloji çeşidliliyin azalması kimi bir çox ekoloji fəlakət özünü biruzə verdi. Vəziyyət belə olduqda gələcəyi təminat altına ala bilən, yüksək həyat səviyyəsinə malik olan sağlam iqtisadi mühitin axtarışlarına başlanıldı. Bu zaman dayanıqlı inkişafın əhəmiyyəti ortaya çıxdı və iqtisadi, sosial və ekoloji tərəfləri ilə müzakirə edilməyə başladı. Dayanıqlı inkişafın iqtisadi və ekoloji tərəfləri baxımından tullantıların idarə olunması həm materialın ikinci dərəcəli resurs olaraq istifadəsini həm də tullantıların ətraf mühitə vura biləcəyi zərərin minimum endirilməsi baxımından çox vacib bir məsələyə çevrilmişdir. Bu gün mövcud hesablamalar göstərir ki, ümumi qlobal istehlak planetin özünü yeniləmə qabiliyyətini 50% üstələyir. Planetin ekoloji limitləri baxımından artıq bir yolayrıcında olduğumuzu, bu günün istehsal və istehlak qəlibləri ilə formalaşan al – hazırla – istifadə et – at (take – make – use – dispose) xətti iqtisadiyyatının müasir cəmiyyətin ehtiyaclarını daha artıq ödəyə bilməyəcəyini başa düşürük. Həyatımızı əvvəlki kimi davam etdirə bilməyimiz, dünyanın tullantılarımızı və yaratdığımız çirklənməni aradan qaldıra bilmə qabiliyyətini yenidən qazanması ilə mümkün ola bilər. Dayanıqlı inkişaf yanaşmasının çox vacib bir elementi olan tullantıların idarə olunması bu çərçivədə çox əhəmiyyətli bir yerə sahibdir. Tədqiqatda tullantılarının təkrar emalı araşdırılacaq və dayanıqlı inkişaf üçün əhəmiyyəti müzakirə ediləcəkdir.

Açar sözlər: Dayanıqlı inkişaf, Tullantıların idarə olunması, Təkrar emal

Giriş

Cəmiyyətin mövcudluğunu davam etdirə bilməsi, ətrafındakı fiziki və bioloji mühitlə davamlı olaraq qarşılıqlı əlaqədə olmasıdan asılı olmuşdur. Ancaq təbiətə həddən artıq yüklənməsi, təbii ehtiyatların heç vaxt bitməyəcəkmiş kimi istifadəsi və d. səbəblərdən dolayı bu əlaqə pozulmuş və ciddi ekoloji problemlər yaranmışdır. 19-cu əsrin ikinci yarısından etibarən Sənaye İnqilabı ilə birlikdə texnologiyanın sürətlə inkişafı və buna bağlı olaraq əmələ gələn sürətli əhali artımı təbii ehtiyatların da sürətlə azalmasına və istehsal olunan məhsulun tullantıya çevrilməsinə səbəb olmuşdur. Bütün bu mənfiliklər qlobal istiləşmə, ozon təbəqəsinin dağılması, ətraf mühitin çirklənməsi, eroziya, enerji böhranları və biomüxtəlifliyin azalması kimi ekoloji problemləri də özü ilə birlikdə gətirdi. Cəmiyyətin varlığını davam etdirə bilməsi və gələcək nəsilləri resursla təmin edə bilməsi tullantıları və onun nəticəsində əmələ gələn çirklənməni davamlı olaraq aradan qaldıra bilməsinə bağlıdır. Dayanıqlı inkişafın çox vacib bir elementi olan tullantıların idarə olunması bu nöqteyi-nəzərdən çox əhəmiyyətli bir yer tutur. Həm istehsal və marketinq proseslərində tullantı istehsalını ən aza endirərək təbii ehtiyatlara həddən artıq yüklənmənin qarşısını almaq həm də istehlak prosesində tullantıların yaranmasını minimuma endirib istehsal edilən tullantıların maksimum səviyyədə təkrar emalının təmin edilməsi, tullantıların iqtisadi qazanca çevrilməsi tullantıları idarə olunmasının əsas məqsədlərindəndir (Çakır və Boduroğlu, 2012).

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə tədqiqatçılarının fundamental araşdırmalarının nəticələri, müxtəlif yanaşmalar, müşahidəetmə, təsviretmə, qrafiki təhlil, sintez, analiz və mühakimə,

məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir. Tədqiqatın obyektini dünyada təkrar emalın inkişafı və onun dayanıqlı imkişafdakı əhəmiyyəti təşkil edir.

Analiz

Dayaniqli inkişaf

1987-ci ildə yayımlanan və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) Ətraf mühit və İnkişaf Komissiyası prezidenti Gro Harlem Brundtland tərəfindən açıqlanan Ortaq Gələcəyimiz adlı hesabatda dayanıqlı inkişaf "bəşəriyyəti, gələcək nəsilləri öz tələbatını ödəmə imkanlarından məhrum etmədən bu günkü nəsillərin inkişaf tələbatını ödəmək" kimi tərif olunmuşdur. Hesabatda xüsusilə vurğulanır ki, dayanıqlı inkişafın iqtisadi böyümə, sosial ədalət və ətraf mühitin mühafizəsi kimi üç mühüm komponenti vardır: (Mikayilov, Həsənov və Yusifov, 2014).

1. İqtisadi böyümə, yeni bazarların yaradılması, istehsalda enerji və resurs səmərəliliyinin əldə edilərək xərclərin azaldılması və əlavə dəyərin yaradılması ilə təmin edilə bilər.
2. Sosial ədalət, işçilərin sağlamlığının və təhlükəsizliyinin qorunması, həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və fiziki qüsurlular kimi əlil qrupların cəmiyyətə qazandırılması ilə təmin oluna bilər.
3. Tullantıların idarə olunmasını da tərkibində ehtiva edən ətraf mühitin mühafizəsi,
   - Məhsulun bərpa olunan mənbələr və təkrar emal edilə bilən materiallardan istifadə edilərək istehsalını,
   - Tullantıların əmələ gəlməsinin azaldılması və tullantıların təkrar istifadəsini,
   - Tullantıların insan sağlamlığına mənfi təsirlərinin azaldılmasını,
   - Enerjinin qənaətini və saxlanılmasını,
   - İstehsalda zəhərli maddələrdən istifadə olunmamasını və ətraf mühitin çirklənməməsini nəzərdə tutur.

Davamlılığa yalnız təbii ehtiyatların sonuna çıxmayan, gələcək nəsillərin ehtiyaclarını əllərindən almayan, iqtisadiyyat və ekosistem arasında tarazlığı qoruyan, ekoloji cəhətdən dayanıqlı inkişaf yolu ilə nail oluna bilər.

Tullantıların idarə olunması təbii ehtiyatların dayanıqlı istifadəsi, təbiətin və insan sağlamlığının qorunması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Buna görə də tullantıların idarə olunması sistemlərinin inkişaf etdirilməsi və tətbiqi milli ekoloji siyasət və dayanıqlı inkişaf strategiyaları üçün çox vacibdir.

Tullantıların idarə olunması və təkrar emal

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ətraf Mühit Proqramı (UNEP) tərəfindən bərk tullantılara "sahibinin istəmədiyi, ehtiyacı olmadığı, istifadə etmədiyi, təmizlənməsini və uzaqlaşdırılmasını istədiyi maddələr" olaraq tərif verilir.

Bərk tullantılar mənşəyinə görə aşağıdakı kimi təsnif olunur:

- Məişət tullantıları – insanların gündəlik həyat fəaliyyəti ilə bağlı yaranan tullantılardır. Buraya evlərdən və ya yaşayış məskənlərindən atılmış plastik, kağız, şüşə, metal, yeyinti qalıqları və s. aid edilir.

- İstehsalat (sənaye) tullantıları – istehsalat və ya texnoloji fəaliyyət nəticəsində meydana gələn tullantılardır. İnşaat zamanı yaranan tullantılar da buraya daxildir. Taxta, metal, beton, daş, boya qalıqları və s. misal kimi göstərilə bilər.
- Təhlükəli tullantılar – insan və ətraf mühit üçün təhlükə yarada biləcək kanserogen, kaustik, tezalışan, partlayıcı və qıcıqlandırıcı zərərli tullantılardır. Təhlükəli tullantılara radioaktiv tullantılar, bioloji tullantılar, xüsusi tullantılar, kimyəvi tullantılar və s. aiddir.
- Təsərrüfat və baxça tullantıları – təsərrüfat prosesində, bitki və heyvani məhsulların əldə edilməsi və emal edilməsi nəticəsində yaranan tullantılardır. Fermalar, meyvə bağları, bostanlar, quşçuluq təsərrüfatı obyektləri, açıq təsərrüfat sahələri bu tullantıların mənbələrindəndir.
- Tibbi tullantılar – patoloji tullantılar, kəsici-dəlici bərk tullantılar və infeksiyalı tullantılar olaraq üç qrupa bölünən, ətraf mühitə və insan sağlamlığına zərər verən tullantılardır. Tibb müəssisələri tərəfindən atılan bütün maddələr, iynələr, həkim və tibb bacısı əlcəkləri, cərrahi geyimlər, skalpellər, slaydlar, örtüklər və s. bura aiddir.

İstehsalat və məişət tullantıları haqqında Azərbaycan Respublikasinin qanununun verdiyi tərifə əsasən tullantıların idarə olunması tullantıların əmələ gəldiyi fəaliyyət prosesi, habelə tullantıların yığılması (toplanması), çeşidlənməsi, daşınması, yerləşdirilməsi, emalı, istifadəsi, utilizasiyası, zərərsizləşdirilməsi və basdırılması üzrə fəaliyyətlər toplusundan ibarətdir.

Tullantıların idarə olunması üç prinsipə əsaslanır:

- Tullantıların qarşısının alınması: Bu tullantıların idarə olunması strategiyasının əsas mərhələsidir. Bu ən vacib və ilk addımdır, çünki tullantı nə qədər az əmələ gələrsə, təkrar emal ediləcək və/və ya saxlanacaq materialların miqdarı da bir o qədər az olar.
- Təkrar emal: Əmələ gəlməsinin qarşısı anlına bilməyən tullantıların təkrar emal ilə yenidən istifadəsi təmin edilərək ətraf mühitə zərərli təsirlərin azaldılması məqsədi güdülür.
- Düzgün saxlama: Təkrar emalı mümkün olmayan tullantıların uçotunu aparmaq və təsnifləşdirərək uyğun şəraitdə saxlamaq nəzərdə tutulur.

Tullantılarının utilizasiya olunmasında əsasən aşağıdakı üsullardan istifadə edilir:

- Saxlama
- Kompostlama
- Yandırılma
- Təkrar emal

Bunlar da öz növbəsində aşağıdakı alt başlıqlara bölünür:

- Müntəzəm saxlama (poliqonlar)
- Qeyri-müntəzəm saxlama
- Mexaniki həcm azaldılması, presləmə prosesi
- Kimyəvi həcm azaldılması, yandırılma prosesi
- Mexaniki ölçü azaldılması, xırda hissələrinə ayırma prosesi
- Tərkibinə görə çeşidləndirmə

- Nəmlilik dərəcəsinin azaldılması, qurutma prosesi
- Kompostlaşdırma
- Piroliz
- Bioqaz istehsalı

Tullantıların zərərsizləşdirilməsi üçün seçilən metodlar insan sağlamlığı və ətraf mühitin çirklənməsi baxımından əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bunlar nəzərə alınaraq ən zərərsiz metod seçilməlidir.

Bərk məişət tullantılarının poliqonlarda basdırılması dünyada nisbətən daha geniş yayılan təcrübədir. Poliqonlar - tullantıların zərərsizləşdirilməsi və basdırılması üçün xüsusiləşdirilmiş müəssisələrdir. Bu zaman tullantılar öncədən müəyyən olunmuş ərazilərə göndərilir. İşin sadəliyinə baxmayaraq ətraf mühitə vurduğu zərərə görə tullantıların bu cür istifadəsi şiddətli tənqidlərə məruz qalır. Tullantıların basdırılması zamanla atmosferə metan qazının sızmasına səbəb olur ki, bu da "istixana effektinin" artması baxımından karbondioksiddən daha zərərli və təhlükəlidir. Bundan başqa, basdırılmış tullantılar zərərli maddələrin sızıntı mənbəyi olduğundan yeraltı və qrunt sularını zəhərləyə bilir. Tullantı hesab olunan bir çox materialların təbiətdə məhv olma prosesi min illər tələb etdiyindən onların toplanması və ya basdırılması üçün lazım olan ərazilərin daim genişləndirilməsinə zərurət yaranır.

Bitki və heyvan mənşəli qalıqların xüsusi anaerob şəraitdə mikroorqanizmlərin iştirakı ilə parçalanması nəticəsində üzvi gübrə alınması prosesi kompostlama adlanır. Kompostlama aparılması üçün xammal olaraq peyin, peyin şirəsi, quş zılı, torf, zibil, ağac yarpaqları və s. istifadə olunur. Kompostlama zamanı əvvəlcədən çeşidlənmə aparılmış məişət tullantıları üzvi qalıqlarla və üzvi gübrə – peyinlə qarışdırılır, nəticədə mikroorqanizmlərin iştirakı ilə bitkilərin qidalanması üçün asan mənimsənilən azot, fosfor və kaliumlu birləşmələrlə zənginləşmiş gübrə alınır.

Məişət tullantılarının zibilyandırma zavodlarında yandırılması ən geniş yayılmış utilizasiya üsullarından biridir. Tullantıların yandırılması atmosferə istixana effektinin yaranmasına səbəb olan qazların və zərərli kimyəvi elementlərin buraxılmasına səbəb olur ki, bunun nəticəsində ətraf aləm çirklənir və qlobal istiləşmə sürətlənir. Lakin bu üsulun tətbiqi o zaman səmərəli sayılır ki, yanma prosesi etibarlı surətdə idarə oluna bilsin, istilik enerjisi utilləşdirilsin, ayrılan zəhərli qazlar isə tələb olunan səviyyəyə uyğun təmizlənsin.

Piroliz üsulu isə üzvi materialların oksigensiz mühitdə yüksək temperatur və məhdud miqdarda oksigen iştirakı ilə atmosfer təzyiqinə yaxın təzyiqdə emalına əsaslanır. Proses endotermikdir, buna görə də yanacağın növündən asılı olaraq, yüksək temperaturlu piroliz qurğuları bərk tullantıların qazlaşmasına və alınan şlakı çıxarma üsuluna görə fərqlənirlər. (Bakı Məişət tullantılarının yandırılma ilə emalı zavodunun tikintisi və istismarı dövründə ətraf mühitə təsirin qiymətləndirilməsi, 2009).

Bütün bu üsullardan başqa tullantıların utilizasiyası üçün təkrar emaldan da istifadə olunur ki, bu da ən səmərəli üsul hesab olunur. Bunun əsas səbəbləri aşağıdakılardır:

- İkinci dərəcəli xammalın yaradılması ilə təbii resurslara qənaət edilməsini təmin edir.
- İkinci dərəcəli xammalın əldə edilməsi daha az enerji tələb etdiyindən enerjiyə qənaət edilməsini təmin edir.
- Tullantıların miqdarı azalır.

- Digər utilizasiya üsullarına nisbətdə ətraf mühitin daha az çirklənməsinə səbəb olur.
- İqtisadiyyatda birbaşa və dolaylı yollarla əlavə dəyər yaradılır, gələcəyə yatırım edilir.

Tullantıların təkrar emalı prosesi 3 mərhələdə həyata keçirilir:

- Birinci mərhələ emal olunacaq tullantıların toplanmasından ibarətdir. Bu zaman həm öncədən, yəni mənbəyində çeşidlənmis, həm də qarışıq olaraq atılmış tullantılar toplanır.
- Tullantılar toplandıqdan və çeşidləndikdən sonra emal olunacaq müəssisəyə gətirilir. Burada hər bir növ tullantı üçün özünəməxsus üsullar tətbiq edilərək emal olunur. Əksər hallarda təkrar emal zavodları emal etdikləri məhsul növünə görə fərqlənir və yalnız bu sahədə ixtisaslaşır. Prosesin sonunda ikinci dərəcəli xammal əldə olunur.
- Son mərhələdə istehsal olunan məhsul, yəni tullantılardan alınan ikinci dərəcəli xammal istifadə olunacağı müəssisələrə göndərilir. Burada onlardan müxtəlif məhsullar hazırlanır. Beləliklə, tullantılara yeni həyat verilir.

Təkrar emal bütün kimyəvi tullantılar, makulatura, metallar, elektronika, enerji daşıyıcıları, şüşə və s. üçün həyata keçirilir və bunlardan ikinci növ xammal əldə edilir. Bunlardan isə istənilən növdə məhsullar əldə edilir.

Tullantıların idarə olunması yaxşı planlaşdırıldığı və effektiv üsullarla həyata keçirildiyi təqdirdə dayanıqlı inkişafın iqtisadi və ekoloji tərəfləri təmin edilmiş olur. Tullantıların idarə olunmasındakı dəyişikliklərə yaxın zamanlardan etibarən nəzər yetirsək bu vəziyyət daha yaxşı aydın olar. 1970-ci illərdə əsasən tullantıların basdırılması və yandırılmasından istifadə olunmuş, 1980-ci illərdə bu yanaşmalar zərərli maddələrin əmələ gəlməsini azaldacaq şəkildə texniki olaraq inkişaf etdirilmişdir. 1990-cı illərdə tullantıların azaldılması, yenidən istifadə, təkrar emal və enerjinin bərpa olunması kimi fərqli yanaşmalar tullantıların idarə olunması ilə birləşdirilmişdir. 2000-ci illərdə isə tullantıların əmələ gəlməsinin qarşısının alınması istiqamətində hədəflər qoyulmağa başlanıldı. Bu tarixi inkişafla birlikdə tullantıların idarə olunmasının dayanıqlı inkişafa müsbət təsiri də artmışdır.

Dayanıqlı inkişafın, ətraf mühit və iqtisadiyyat arasındakı əlaqənin daha yaxşı başa düşülməsindən sonra tullantıların idarə olunması resursların idarə olunması ilə sinonim olaraq qəbul edilir. İstehlakçıdakı istifadəsi sona çatmış məhsulları resurs olaraq qəbul edən bu yanaşma, effektiv təkrar emal üsulları ilə resursları iqtisadiyyata yenidən qazandırmağı, bərpa oluna bilməyən hissələri isə ən az zərərlə məhv etməyi nəzərdə tutur. Beləliklə, həm xammala çəkilən xərclərlərin azaldılması həm də təbii ehtiyatların davamlılığı təmin edilir.

Dayanıqlılıq yanaşması ilə baxdıqda tullantıların idarə olunmasının üç əsas prinsipi (i) Mümkün qədər az səviyyədə tullantı istehsalı, (ii) Yaranan tullantılardan təkrar yararlanmaq və (iii) Tullantıları ətraf mühitə zərər vermədən utilizasiya etməkdir. Tullantıların idarə olunmasını bu yanaşma ilə qiymətləndirildikdə iyerarxik olaraq ən çox üstünlük verilən tullantıların əmələ gəlməsinin qarşısının alınması, ən son seçim isə heç bir iqtisadi qazanc əldə etmədən və ekoloji təsirini azaltmadan tullantıların birbaşa atılmasıdır.

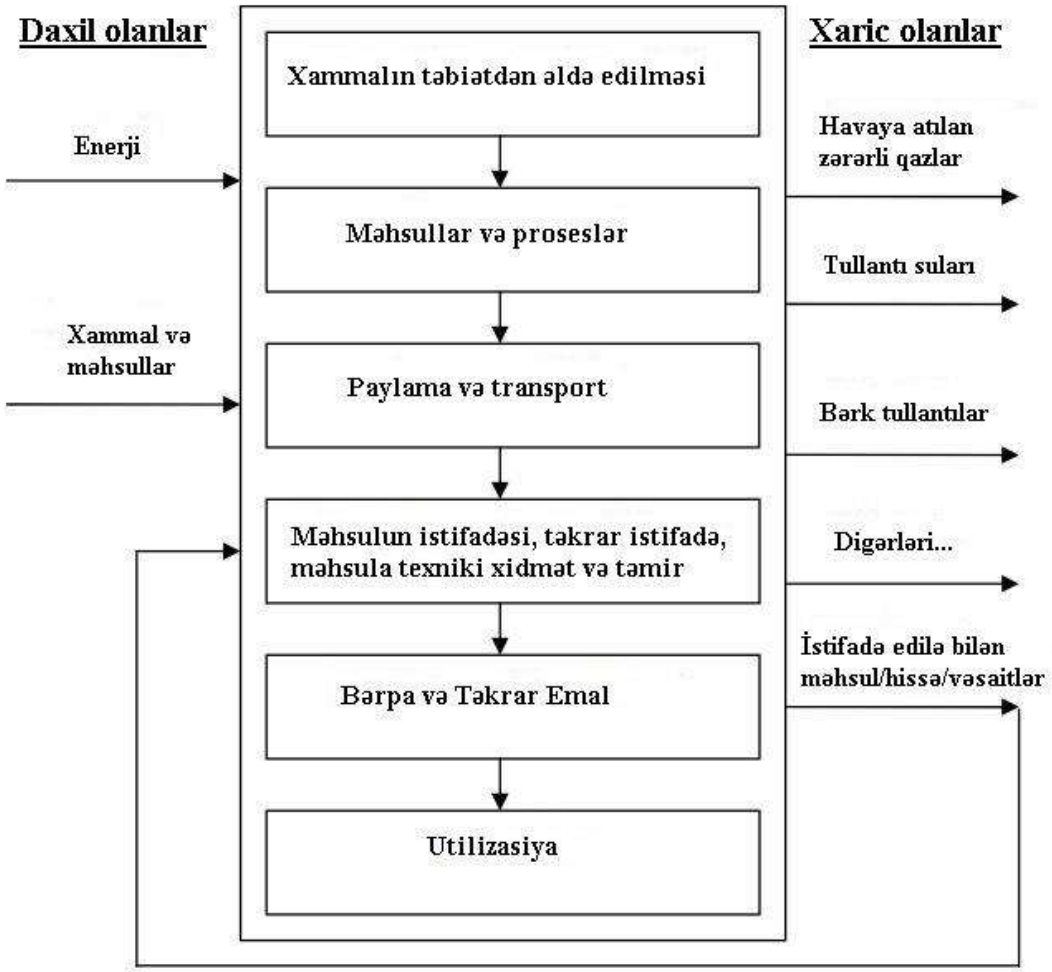
Cədvəl 1: Tullantıların idarə olunması iyerarxiyası

Ən çox üstünlük verilən seçim	**Qaşsının alması**
⇕	**Azaldılması**
	Yenidən istifadə edilməsi
	Təkrar emal
	Enerji istehsalı
Ən az üstünlük verilən seçim	**Basdırılma və poliqona atılması**

Mənbə: Mohan vd., 2006: 912

Tullantılar istehsalın hər mərhələsində və istehlak prosesində yaranır. Tullantı miqdarının azaldılması həm istehsal və istehlak prosesi ilə həm də cəmiyyətin şüur səviyyəsi və vərdişləri ilə əlaqəlidir. Tullantıların qarşısının alınmasına istiqamətlənmiş fəaliyyətlərə hələ məhsullar dizayn mərhələsində olarkən başlanılmalı, təbiətdə qısa müddətdə yox ola bilən, çirkləndirici xüsusiyyətləri olmayan və ya az olan materiallardan istifadə olunmasına diqqət edilməlidir. Yenidən istifadəyə yararlı, ucuz və asan şəkildə ayrışdılırıla bilən və təkrar emal faizi yüksək materiallardan istifadə edilərək istehsal edilən məhsulların istifadə müddətini bitirdikdən sonrakı təkrar emal xərcləri az olacaqdır.

Cədvəl 2: Məhsulun həyat tsikli



Mənbə: Bennet, 1998: 19

Məhsulların dizayn mərhələsi ilə birlikdə istehsal və istehlak mərhələlərində də yarana biləcək tullantı miqdarını minimuma endirmək məqsədilə işlər görülməlidir. Əgər bu mərhələlərdə tullantıların əmələ gəlməsinin qarşısının alınması mümkün deyilsə, yarandığı yerdən asılı olaraq təkrar emal prosesinə daxil edilərək xammal və ya enerji olaraq yenidən iqtisadiyyata qazandırılmalıdır. Təkrar emal vasitəsi ilə tullantılardan xammal əldə edilərək eyni və ya fərqli məhsul istehsal etməklə onların daha artıq istifadəsi təmin edilə, bunun sayəsində də resursların effektiv istifadəsi və dayanıqlılığı təmin edilə bilər. (Ergülün və Büyükkeklik, 2008).

Nəticə

Tullantıların təkrar emalı iqtisadi baxımdan mənfəəti artırmaq üçün çox vacibdir. Dayanıqlı iqtisadi inkişaf və təkrar emal arasında axıcı və sistematik bir əlaqə mövcuddur və bu əlaqəni davam etdirmək üçün ilk növbədə lazımsız tullantıların qarşısı alınmalı və optimal tullantı hasilatı sürətində istehsal edilməlidir. Növbəti mərhələdə təkrar emala investisiya qoyuluşları ilə qurulan zavodlarda tullantılar təkrar emal edilərək iqtisadi aktiv şəklində geri qaytarılmalıdır. (Hobıkoğlu, 2013).

Dünyanın istehlak cəmiyyətinə çevrilməsi təxminən 400 il əvvəl baş verən sənaye inqilabından başladı. O vaxtdan bəri dayanmadan istehsal etdik, istehsal etdiyimizi də istehlak etdik. Çiyinlərimizə yüklənən ‘tükətici olma’ şüurundan sıyrılıb ‘törədici’ ola bilsək və xətti iqtisadiyyatdan dairəvi (tsiklik) iqtisadiyyat modelinə keçə bilsək həm mümkün qlobal iqtisadi böhranların qarşısını ala bilər həm də davamlı inkişaf modelinə qədəm qoya bilərik. Beləliklə, dünyanın tarazlığını daha artıq pozmadan həyatımızı davam etdirə bilərik. Tullantıların resurs kimi qiymətləndirilməsi mənasına gələn təkrar emal, dayanıqlı inkişaf və dairəvi iqtisadiyyat bu səbəbdən gələcək üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. A, Aşıcı., Ü, Şahin (2017). Yeşil Ekonomi, İstanbul, Yeni İnsan Yayınevi.
2. Bakı Məişət Tullantılarının Yandırılma İlə Emalı Zavodunun Tikintisi Və İstismarı Dövründə Ətraf Mühitə Təsirin Qiymətləndirilməsi., 2009
3. Bennett., P, Derek. (1998), “A Process Optimization Model And Systems Planning Methodology For Environmentally Conscious Manufacturing”, A Dissertation For The Degree Of Doctor Of Philosophy In University Of California, Berkeley, Pp. 19
4. C, Mikayilov., F, Həsənov., S, Yusifov (2014). Dayaniqli Inkişaf Və Stirpat Çərçivəsi, Journal Of Qafqaz University- Economics And Administration, Sayı 2, S. 178-187.
5. G, Çakır., Ş, Boduroğlu (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Yapısal Atıkların Geri Dönüşümünün Önemi, 13-16 Sentyabr 2012, 2. Proje Ve Yapım Yönetimi Kongresi, İzmir – Türkiye.
6. Hobıkoğlu, 2013. Davranışsal Finans Çerçevesinde E-Atık Geri Dönüşüm Yatırım Risk Algılamasında Tüketici Tercih Ve Davranış Düzeyinin Sosyo-Ekonomik Analizi: İstanbul Örneği, Finansal Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi, 4 (8), S. 55-70.
7. İstehsalat Və Məişət Tullantıları Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu (Əlavələrlə Və Dəyişikliklərlə). Bakı, 1998
8. R, Mohan., J, Spiby., S, Leonardi., A, Robins & S, Jefferis (2006). “Sustainable Waste Management In The UK: The Public Health Role”, Public Health, 120:908–914.
9. V, Kərmova (2018). Azərbaycanda Təkrar Emal Sənayesinin Inkişafının Əhəmiyyəti Və Idarə Edilməsi, UNEC
10. http://gowellness.ru/art/the_importance_of_proper_disposal_of_garbage_processing/
11. https://www.oecd.org/env/waste/

12. https://www.platinonline.com/dergi/geri-donusum-dunyayi-donusturuyor-942259

Ərzaq Təhlükəsizliyinin Təmin Olunmasında Ərzaq Bazarının Tənzimlənməsi Zəruriliyi

Röya Sultanova

royasltnv@gmail.com

Xülasə

Məqalə Naxçıvan Muxtar Respublikasında ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması, və bu təhlükəsizliyin təmin olunmasında ərzaq bazarının tənzimlənməsinin zəruriliyi haqqında, ərzaq bazarının formalaşması, bu istiqamətdə aparılan tədbirlər barəsində məlumat verir.

Məqalənin analiz hissəsində ümumilikdə ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması barədə görülən işlər və tədbirlər barəsində qeyd edilmişdir. Daha sonra bazar münasibətlərinin formalaşmsı, eyni zamanda bazarın tənzimlənmə mexanizimləri sadalanmışdır. Orta hissədə Naxçıvan Muxtar Respublikasında ərzaq məhsullarına tələbatın ödənilməsi, bazarın tənzimlənməsi barədə qeyd edilmişdir. Daxili bazarın qorunması və tənzimlənməsi istiqamətində görülən tədbirlər açıqlanmış və bu sahələrdə dövlət orqanlarının rolu və gördüyü işlər cəmlənmişdir.

Eyni zamanda məqalədə daha çox yer verilən hissələrdən biri isə NMR-da ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında bazar münasibətləridir. Həmçinin ölkənin dayanıqlı inkişafı ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasına da öz təsirini göstərir. son illərdə baş verən proseslər ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında özünü biruzə vermiş və bazar sistemində qiymətlərin bahalaşmasına yol açmışdır.

Yazdığımız bu məqalədə aydın görünür ki, ərzaq təhlükəsizliyinin təmini ancaq dayanıqlı olan kənd təsərrüfatının istehsalını aparmaqla əldə oluna bilər. Ərzaq təhlükəsizliyi bilirik ki, əhalinin fiziki normaları daxilində ərzaq mahsulları üzrə olan tələbatlarını yerli məhsullar ilə ödənilməsi nəzərdə tutulur. AR-da ərzaq məhsullarına yaranan tələbatın və onun ödənilməsinin təhlilindən belə nəticəyə gəlmək olur ki, son illərdə yerli istehsalın artmasına görə ölkədə ərzaq məhsulları ilə özünü təmin etmək səviyyəsi yüksəlmişdir

Açar sözlər: ərzaq təhlükəsizliyi, bazar tənzimlənməsi, ərzaq bazarı, qida, qida təminatı

Giriş

Ərzaq problemləri insan yaranışından bugünə qədər mövcud olan və insanın inkişaf etməsi ilə öz miqyas və xüsusiyyətlərini dəyişir. XX əsrin 2-ci yarısından başlayaraq ərzaq problemi ümumbəşəri problemlərdən olmuşdur. Ərzaq məhsulları lazım olan qədər istehsalı olmadığından ərzaq ehtiyacının ödənilməməsinə, ərzaq çatışmazlığına, o cümlədən sosial-iqtisadi problemlərə yol açır. Müharibələrin olması, təbii fəlakətlər, iqtisadi böranların baş verməsi, radikal dəyişikliklərin olması, əhali və ərzaq istehsalının obyektlərini əraziyə uyğun qeyri-proporsional yerləşdirilməsi və s. ərzaq çatışmazlığının problemlərini üzə çıxardan məsələlərdir. Bu işlərlə bağlı olaraq, bütün bəşəriyyət və dövlət ərzaq və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasını stabil olaraq saxlamalıdır.

Ərzaq təhlükəsizliyi həm dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyin, həm də ekoloji və siyasi təhlükəsizliyin əsas elementlərindəndir. Bu da ərzaq təhlükəsizliyində milli təhlükəsizlikdə tərkib olan əsas rolu apardığını müəyyən edir.

Məhsul yığımından sonrakı mərhələlərdə itkilərin azaldılması, məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi, ən əsası isə istehsalçıların bazara çıxış şərtlərinin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə bazar infrastrukturunun təkmilləşdirilməsinə ciddi ehtiyac vardır. Mövcud bazar infrastrukturu yerli istehsalçıların ticarət şəbəkələrinə əlverişli şərtlərlə daxil olmasına müəyyən maneələr yaradır və bəzən istehsalçılar yetişdirdikləri məhsulu ticarət vasitəçilərinin təklif etdikləri qiymət şərtləri ilə onlara satmağa məcbur olurlar. Bazar infrastrukturunun, xüsusilə də topdansatış və pərakəndə satış şəbəkələrinin kifayət qədər inkişaf etməməsi istehsalçı qiymətləri ilə bazar qiymətləri arasında fərqin 2-3 dəfə, bəzi hallarda isə daha çox olmasına gətirib çıxarır. İnkişaf etmiş ölkələrdə topdansatış

bazarları ticarət, logistika, bazar məlumatlarının toplanması və yayılması, tələb və təklifə nəzarət funksiyalarının həyata keçirilməsi üçün zəruri vasitə rolunu yerinə yetirir və yüksək əlavə dəyərin yaradılmasında mühüm rol oynayır.

Ərzaq Təhlükəsizliyinin Təmin Olunmasında Ərzaq Bazarının Tənzimləməsi Zəruriliyi və bu İstiqamətdə Görülən Tədbirlər

Kənd təsərrüfatının və ərzaq məhsullarının istehsalçılarını ixracın bazarlarına çıxma imkanların genişləndirmək üçün ətraflı tədbirlərin görülməsi əsas prioritet istiqamətlərdən biridir. İlk növbədə, ixracın imkanlarını genişləndirmək cəhətindən əsas şərtlərdən biri ancaq bazar infrastrukturunda inkişaf ilə əlaqədardır. buna görə də ölkəmizdə kənd təsərrüfatının və ərzaq məhsullarınınbazar infrastrukturunda inkişaf tədbirlərinn görülməsi ixracın stimullaşdırıcı təsir yaradacaqdır. Eyni zamanda, ənənəvi ixrac bazarlarına daha genişmiqyasda daxil olmaqla yanaşı, xüsusilə də yeni ixrac bazarlarına çıxış imkanlarının yaradılması istiqamətində kompleks dəstəkləyici tədbirlərə ehtiyac vardır.

Hazırda ölkədə kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə bazar infrastrukturunun bir neçə istiqamətdə inkişaf etdirilməsinə ehtiyac vardır. İlk növbədə, regionlarda kənd təsərrüfatı məhsullarının yeni topdansatış və logistika mərkəzləri yaradılmalıdır. Eyni zamanda, paytaxtda və digər iri şəhərlərdə kənd təsərrüfatı məhsullarının müasir tələblərə uyğun pərakəndə satış şəbəkələri genişləndirilməlidir (Strateji yol xəritəsi, 2016: 103).

Etibarlı ərzağın təmini hər ölkədə iqtisadi stabilliyi təmin etmək və sosail dayanıqlığı qorumaq üçün əsas şərtlərdəndir. Azərbaycanda əhali üçün zəruri olan ərzaq məhsulları ilə təmini dövlətdə əsas iqtisadi məsələlərdən biridir.

Ümumən bazar iqtisadi şəraitdə iqtisadi münasibətləri formalaşdırır. Əsas fərləndirən əlaməti isə mahsulları amlaq və satmaq məqsədi ilə məhsulların alıcısı və satıcı arasında olan əlaqədir. Bazar münasibətlərində tənzimlənmə proseslərinə aşağıda göstərilənlər öz təsirini göstərir:

- əmək və xərclərin formaya salınmasını, kənd təsərrüfatı məhsulları və ərzağın orta qiymətlərini müəyyən edən dəyər qanunu;
- məhsulun və pulun axın nisbətini, bazarın subyektləri arasında mübadilə effektivliyini müəyyən edən tələb və təklif qanunu;
- konyunktura - qiymətin səviyyəsi, təklif və tələbin, əmtəə ehtiyatlarının və s.nisbətində səciyyələndirilən bazarın iqtisadi vəziyyəti;
- rəqabət - müxtəlif məhsul istehsalçılarının yaxud xidmətlərin təchizatçılarının qaşılıqlı satışda, kapitalda daha gəlirli bazarın seqmentinə axını ilə istehsalın proseslərini nizamlama mexanizmi.

Əlverişli olan şəraitin yaranması uğrunda iqtisadi rəqabətdə borcunu ödəməkdə çətinlik çəkən müəssisələr müflisləşir və bankrot olurlar (http://unec.edu.az/ /mirzaliyeva_gunel.pdf 2015: 63).

Tədqiqatlar göstərir ki, bazar münasibətlərinin formalaşdığı dövrdə qiymət mexanizminin düzgün qurulması, həmçinin, onun istehsalçıların və istehlakçıların maraq dairələrinə uyğun olmasımühüm əhəmiyyətlidir.Ümumən, sözü gedən proseslərdə bazarın konyukturu və mövcud iqtisadi reallıqlarını özündə göstərən və formalaşmış qiymətlərinkeçid dövründə olan ölkəmizin iqtisadi və sosial inkişaf etməsinə müsbət təsir göstərmək imkanına malikdir. Ümumiyyətlə, müasir şəraitdə həyata keçirilən qiymət mexanizminin tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsi məsələləri bütövlükdə həyata keçirilən

iqtisadi siyasətin ən mühüm tərkib hissələrindən biridir. Bazar təsərrüfatçılıq sistemində kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə qiymətlərin tənzimlənməsinin əsas məqsədi konyunktur dəyişiklikləri, məhsulun istehsalı üçün xərclərin artımı, təbii şərait əlverişsizliyi, xarici rəqabətdə əlverişsiz təsirlərin aktiv olmasından istehsalçılara dəymiş zəzərin kompensasiya olunmasına nail olmaqdan, qiymət tərəddüdlərindən istehsalçıların sosial müdafiəsini təmin etməkdən ibarətdir (Salahov, 2004: 372).

Yerli istehsal bilirik ki, ərzaq məhsullarına təminatda yetərli çəkiyə malikdir. Ölkədə milli ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmə imkanlarının yaxşılaşdırılmasına istiqamətlənir. Yerli istehsalın ərzaq təmin olunmasında o vaxt önəmi olur ki, uyğun ölkə daxilində istehsalın potensialı başlıca növün, kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyətli və ucuz istehsalına şərait yaratsın. Həmçinin aqrar ərzaq sektorunda intensiv texnologiyaların tətbiq olunması, daxili bazarların effektli və çevik şəkildə qorunması, yerli istehsalda dayanıqlı inkişafın stimullaşdırılması ilə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında mühüm şərait yaradır.

Son dövrdə ərzaq məhsullarının bazarında bahalaşmanın meylllərində artım müşahidə olunmaqdadır.Bir çox mütəxəssislər bunun səbəbini dünyada baş verən iqtisadi proseslər ilə gedən qlobal iqtisadi proseslərlə (kənd təsərrüfatında bitkilərin əkin sahələrində azalma, bir çox ölkələrin qarğıdalı və buğdadan yanacaq hazırlaması, transagen bitki növlərinin istehsalının artımı) bağlanırsa, başqa səbblər isə yerli amili (qeyri-sağlam şəkildə rəqabətlilik, müxtəlif ərzaq məhsullarında inhisarçılıq meyllərinin olması, möhtəkirlik və digərləri) mühüm səbəb kimi göstərirlər (İsmayılov, 2008: 38).

Professor İ.H.İbrahimov (ied) qeyd etmişdir ki, yeni mülkiyyətin münasibətləri çərçivəsində əhali üçün ərzaq məhsullarına, emal sənayesində isə kənd təsərrüfatının xammalına tələbatın ödənilməsi üzrə məhsul istehsalında artım etmək və keyfiyyətdə yüksəlmə iqtisadi imkanların səmərəliliyinin və tərkib hissəsinin əsas amillərindən biridir. Buna görə də kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə istehsalı artırmaq, kefiyyəti yükksəltmək baxımından müasir iqtisadi inkişafdan irəli gəlir və keyfiyyətin yüksəldilməsi əsas ehtiyat mənbəi kimi çıxış edir (İbrahimov, 2005: 218).

2018-ci ilin yekunlarını əsasən sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi, əlverişli biznes mühitinin yaradılması sahəsində həyata keçirilən tədbirlər muxtar respublikanın istehsal potensialının güclənməsinə, iqtisadiyyatın çoxşaxəli inkişafına səbəb olmuşdur.

Daxili bazarın qorunmasında, o cümlədən ərzaq bazarının tənzimlənməsində gömrük orqanlarının rolu danılmazdır. Qeyd etmək lazımdır ki, gömrük orqanları tərəfindən iqtisadi təhlükəsizliyin təmin olunması və daxili bazarın qorunması istiqamətində görülən işlər Naxçıvan Muxtar Respublikasında əldə olunan inkişaf dinamikasının qorunub saxlanmasına öz müsbət təsirini göstərmişdir.

2018-ci ildə gömrük orqanlarının vasitəsilə sahibkarlıq sahələrində qorunma və inkişafın stimullaşdırılması nəzərdə saxlanmış "İnvestisiyanın təşviqi ilə əlaqədar əlavə tədbirlər haqqında" AR-sı Prezidenti tərəfindən 2016-cı il 18 yanvar tarixli Fərmana görə investisiyaların təşviqinə aid sənədləri alan sahibkarlıq subyektləri MR-ya gətirmiş olduğu istehsal avadanlıqları gömrük rüsumlarından azad olunmuşdur.

2016-20 ci illər üzrə NMR-da tərəvəzçilik və meyvəçiliyin inkişaf etdirilməsi üçün Dövlət Proqramına əsaslanaraq toxum və tingçilik məhsullarında, xaricdən gətirilən qeyri-üzvi və üzvi gübrələrin müəyyən edilən tələblərə cavab verilməsinə nəzarətlər gücləndirilmişdir. Ekoloji təmiz kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalını dəstəkləmiş, genetiki modifikasiya olunan məhsulların NMR-na gətirilməsinə görə mübarizə gücləndirilmişdir (http://www.dgk.nmr.az/az/page/1129/).

NMR-sı Dövlət Gömrük Komitəsi (DGK) vasitəsilə yerli istehsalı qorumaq, istehlak bazarında keyfiyyətli ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarının təmini üçün nəzarəti gücləndirilmiş, ixrac-idxal əməliyyatları üzrə tənzimlənmə işləri aparılmışdır. Xarici ölkədən gələn və yerli istehsalımıza əks təsir bağışlayan mallara qarşı qanunvericilikdə tarif və qeyri-tarif tədbirləri də görülmüşdür. Bu məqsədlə yerli istehsal məhsullarının daxili tələbatı ödəmə miqdarı vaxtaşırı olaraq öyrənilmiş, əldə edilən məlumatlar əsasında daxili bazarın qorunmalı olan sahələri müəyyənləşdirilmişdir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının becərilmə dövründə eyniadlı malların idxalı tamamilə məhdudlaşdırılmışdır. 2019-cu ildə ixrac idxal əməliyyatlarının aparılmasının əmtəə strukturunu aşağıdakı cədvəldə göstərmək olar (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. 2019-cu il üçün idxal və ixracın struktrunda əsas yeri tutan əmtəələr,(%-lə)

2019	Sənaye məhsulları	Kənd təsərrüfatı məhsulları	Ərzaq məhsulları	Nəqliyyat vasitələri və onların hissələri	Tikinti materialları	Müxtəlif avadanlıqlar və onların hissələri	Digərləri
İxrac	24	76	-	-	-	-	-
İdxal	11	-	10	20	7	37	15

Mənbə: http://www.dgk.nmr.az/az/page/1197/

Muxtar respublikada yerli istehsalın dəstəklənməsi və məhsul bolluğunun yaradılması məqsədi ilə idxal olunan toxumluq kənd təsərrüfatı məhsulları, quşçuluğun və arıçılığın inkişafı üçün müxtəlif növ quşlar və arı ailələri gömrük ödənişlərindən tam azad olunmuş, xaricdən gətirilən xammala güzəştli tarif dərəcələri tətbiq edilmişdir.

Gömrük orqanlarında daxili bazarı qorumaq və yerli məhsul istehsalını stimullaşdırmaqla bərabər istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi tərəfdən də fəaliyyət göstərmişlər. Sərhədlərdən keçən ərzaq və başqa məhsulların istehlak və istehsal tarixləri, daşınma və qablaşdırma standartlarına nəzarəti gücləndirilmiş, keyfiyyət keyfiyyət göstəriciləri aşağı olan, əmtəə görünüşləri pozulan malları, tərkiblərində nitrat maddəsinin normadan çox olan meyvə və tərəvəz məhsullarını idxal etməyə imkan verməmişlər (http://www.dgk.nmr.az/az/page/1129/).

Muxtar Respublikada qida təhlükəsizliyi sahəsi dövlət siyasətininin əsas tərkib hissəsidir. NMR-sı Ali Məclis Sədri tərəfindən imzalanan sərəncamlar 2014-2018-ci illərdə NMR-nın sosial-iqtisadi inkişaf Dövlət Proqramı, 2017-2022- ci illər üzrə NMR-da arıçılığın inkişaf etdirilməsi üzrə Dövlət Proqramı və NMR-da ailə təsərrüfatlarında inkişafla əlaqədar Tədbirlər Planı aqrar sahədə əsaslı dəyişiklik yaratmış, kənd təsərrüfatında müxtəlif sahələrdə uğurlu nəticələrə nail olunmuşdur.

Davamlı şəkildə inkişafın olması iqtisadi siyasətdə mühüm hədəflərdəndir. Bunun üçün də sərfəli kredit mexanizmlərinin təmin olunması xidmət və istehsalın sektorlarının inkişaf etməsi, əhalinin gəlirlərində artım, məşğulluğun daimi olması kimi məqsədlər inkişaf etdirilməlidir.MR-da əhali əsasən kənd təsərrüfatıyla məşğul olduğundan bu sahə inkişaf etdirilməlidir. Sahibkar və fermerlərə davamlı şəkildə subsidiyanın verilməsi texniki cəhətdən yaxşılaşdırılma tərəfindən inkişaf üçün yeni imkanlara yol açılır.

Dövlətin özəl sahəyə göstərdiyi qayğə MR-da çox sayda sahibkar subyektləri yaradılmışdır. MR-da yeni istehsal müəssisələri istifadəyə verildiyi üçün hazırda 126 növ olan 570 çeşiddə ərzaq məhsulları istehsal olunmuşdur. 108 növ ərzaq məhsullarına olan tələbatın tamamən yerli istehsalın hesabına ödənilməsi məlumdur. Bu cür istehsal müəssiələrində say artımı və keyfiyyət baxımından yaxşı məhsulun istehsal olunması MR-nın ixrac potensialında inkişaf yaradır. Hal-hazırda yerli sahibkarların vasitəsilə ayrı-ayrı ölkələrə böyük miqdarda NM-nın ərzaq məhsulları ixrac olunur.

NMR-sı Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Agentliyi istehlakçıya təklif edilən qida məhsullarında keyfiyyət və təhlükəsizliyin təmin edilməsinin əsas fəaliyyətlərdən biri kimi sayır. 2018-ci ilin 9 ayı müddətində yerli məhsulları daxili və xarici bazardarəqabətli olmasından ötrü keyfiyyətin standartlarına nəzarətin gücləndirilməsi işləri aparılmış, 195 qidanın istehsalını edən müəssisədə marifləndirilmə xarakterli baxışlar aparmış, təsərrüfatdan götürülmüş məhsulun nümunələrini 1120 halda labaratoriyada analizlərini aparmış və texniki normativ-hüquqi aktlara uyğun olması müəyyənləşdirilmişdir.(http://aibn.nakhchivan.az/ 2018-10-16-12-31-59.html).

Ərzaq təhlükəsizliyini idarəetmə sistemlərini tətbiq və sertifikatlaşdırma sahəsində yüksək ixtisasa malik kadrlar hazırlamaq, qidalanmada elmi prinsiplərin təkmilləşdirilməsini və inkişaf etməsi istiqamətində araşdırmaların davam etdirilməsi baxımından agentlikdə sahibkar və tələbələr üçün 3 seminar keçirilmişdir. Eyni zamanda meyvə və tərəvəz, onlardan hazırlanan məhsullarda keyfiyyəti nəzarətdə saxlamaq tədbirlərinin icra olunması baxımından məhsullarda keyfiyyətin göstəriciləri yoxlandıqdan sonra sertifikasiya olunmuş və bostanlardan, anbarlardan, istixanalardan, satış obyektlərindən götürülən məhsulları labaratoriyalarda analizlərini aparıb keyfiyyətin göstəricilərinə aid standart tələbinə uyğun olması müəyyənləşdirilmişdir.

MR-nın iqtisadi həyatında kənd təsərüüfatı həmişə əsas mövqedə olmuş, əhalini ərzaq məhsulları ilə, emal müəssisələri üçün xammalın tələbatını ödəməkdəki rolu, həm də əahlinin məşğulluq səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasında əhəmiyyətini nəzərə almaqla bu sektorun inkişaf etməsi diqqət mərkəzində olmuşdur. Kənd təsərrüfatında inkişafı təmin etmək üçün əkin sahələrində strukturda dəyişikliklər aparılmış, əkin sahələrinin hektarı artırılmışdır.

Son bir neçə ildə MR-da keçirilmiş Göycə, Kətə, Arıçılıq məhsulları-bal Ailə təsərrüfatları məhsulları festivalları, 2019-cu ildə MR-da ailə təsərrüfatlarının məhsulları ili elan olunduğu kimi tədbirlərin keçirilməsi aqrar sahənin inkişaf etməsində yeni imkanlar yaratmışdır.aparılan bütün bu işlərin və siyasətin nəticəsi olaraq, yerli istehsalın inkişafı sürətlənmiş, daxili bazarda məhsulun bolluğu müşahidə edilmişdir. 2015-ci ildə Kənd təsərrüfatı ili elan olunmuşdur. Həmin ildə MR-da kənd təsərrüfatının bütün sahələrində istehsal 100-400% arasında olmuşdur. Məsələn həmin ildə 36 min 237 ha sahəsə taxıl əkilmişdir. Bu da ondan əvvəlki illərə nisbətən yüksək nəticə idi. 2008-ci illə müqayisədə 8.4% çoxluq təşkil etmişdir. MR-da 383 növ olan məhsulun istehsalı aparılır, 350 növ olan məhsula tələbatın hamısı yerli istehsal əsasında ödənilir, ixracın potensialında da artım müşahidə edilir. NMR-da enerji təhlükəsizliyi kimi ərzaq təhlükəsizliyi də təmin edilmişdir. (Hacıyev İ., 2020: s.26).

Qrafik 1. Taxıl əkini və istehsalı

Mənbə: http://www.statistika.nmr.az/

Respublikada milli iqtisadiyyatın quruculuğunda proseslərdə davamlılıq və perspektivlik onun regionlarda istehsal infrastrukturunda daha da vüsət almasına yeni imkanlar açmışdır. Nəticə olaraq isə bütün iqtisadi rayonlarda, o cümlədən NMR-sı regionunda da iqtisadi-sosial inkişaf sahəsində islahatlar keçirilmişdir. Təbii haldır ki, NMR-da da milli qitsadiyyatda islahatlar keçirilmiş, iqtisadi və sosial dayanıqlığın perspektivləri əsas götürülmüş, əahlinin rifahı daha da yaxşılaşmışdır. İctimai rifah və iqtisadi artımın göstəricisi odur ki, əhalinin dayanıqlı olaraq ərzaq məhsulları ilə təmin ediməsində sosial-iqtisadi siyasətin rolu mühümdür. Təhlillərdən görünür ki, son 10 ildə MR-da ümumilikdə ərzaq məhsullarında istehsalın həcmi 1.3 dəfə artmışdır, buda iqtisadiyyat sahəsində sosiallaşmanın çevikliyinin göstəricisidir (Cədvəl 2). Alınan artım dinamikasında ümumi qeyri-ərzaq məhsullarını istehsalın həsmi 1.7 dəfə, bütün növ üzrə ərzaq məhsullarının həcmi isə 1.5 dəfə artmışdır (Əhmədova, 2019: 117).

Cədvəl 2. 2014-2019-cu illər üzrə əsas ərzaq məhsullarının istehsalı, hər bir nəfərə il ərzində (kq-la)

İllər	Taxıl	Kartof	Tərəvəz	Ərzaqlıq bostan bitkiləri	Meyvə və giləmeyvə	Ət	Süd
2014	260.2	94.6	152.5	78.5	82.7	25	180.4
2015	265.4	101.9	185.5	86	115.6	31.2	181.5
2016	210.7	103.9	186.1	85.5	116.3	31.5	182.1
2017	206.3	108.2	187.1	84.7	117.2	31.8	183
2018	214.2	108.9	187.8	84.9	122.7	33.1	184.1
2019	224.9	109.4	189.4	84.8	113.6	33.9	187

Mənbə: http://www.statistika.nmr.az/

NMR-da iqtisadi və sosial inkişaf göstəricilərindın mühüm xüsusiyyətlər və hazırki dövrdə yuxarı mahiyyət ilə fərqlənən tədbirlər yerli imkanlar hesabına istehsalda fasizləsizliyi, davamlılığı və təşəkkülü təmin edir. Görülən işlər iqtisadiyyatda dayanıqlığı, ərzaq təhlükəsiziliyini təmin etməyi, iqtisadi proseslərdə pozitivlik göstəricisi kimi özünü göstərir Məlumdur ki, əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı muxtar respublikada uğurla icra edilmiş və əldə edilən artım göstəriciləri bu istiqamətdəki tədbirlərin hazırda da davam etdirilməsinin nəticəsidir.

Muxtar respublikada kənd təsərrüfatının inkişafı və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması və ərzaq bazarının tənzimlənməsi istiqamətində qarşıya qoyulan vəzifələr bundan sonra da diqqət mərkəzində saxlanılacaq və ardıcıl tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Hər bir sahədə olduğu kimi ərzaq bazarının

da tənzimlənməsində problemlər və çətinliklər mövcuddur. Bu problemləri aradan qaldırmaq üçün müvafiq orqanları bazar münasibətlərində tənzimləmə prosesləri üzrə yeni tədbirlər həyata keçirməlidirlər.

Metod

Müasir dövrün ən mühüm məsələlərindən biri ölkə əhalisinin keyfiyyətli kənd təsərrüfatı və qida məhsullarına olan tələbatının dolğun ödənilməsini təmin edən milli ərzaq bazarının formalaşdırılmasıdır. Naxçıvan Muxtar Respublikasında da ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında bazarın tənzimlənməsi mühüm rol oynayır. Ərzaq məhsullarının təhlükəziliyi və təmin olunması yalnız dayanıqlı kənd təsərrüfatının inkişafı və bazar münasibətlərinin formalaşması ilə həyata keçirilə bilər.

Analiz

Onu demək olar ki, əhali üçün ərzaq məhsullarının etibarlı təmin olunması, istehlakçıların yüksək keyfiyyətli mallarla təmin edilməsi üçün xaricdən idxal istiqamətində gətirilən bütün qida məhsullarının Naxçıvan Gömrük Ekspertizası İdarəsinin laboratoriya analizlərinə uyğun olaraq gömrük sərhədindən buraxılışı həyata keçirilmişdir. 877 halda ekspertiza keçirlimiş 88 ton olan ərzaq və qeyri-ərzaq məsullarında mənşəsi məlum olmayan, həm də keyiffəyt göstəriciləri, qablaşdırılma və markalanması normativlərə cavab vermədiyi üçün MR-nın ərazisinə buraxılmamışdır.

Nəticə

Tədqiqatları həmişə hesabatlar ilə deyil, konkret təcrübi tətbiqlər ilə də aparmaq mükündür. Buna görə də Naxçıvan Muxtar Republikasının şəraiti üçün uyğun olan bir çox təsərrüfat sahəsini elmi-istehsal təcrübənin obyekti kimi göstərmək olar. Məqalədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında bazar mexanizmlərinin müəyyənləşdirilməsi istiqamətində bəzi nüanslara toxunduq. Bu gün iqtisadi siyasətin reallaşdırılması istiqamətində ərzaq bazarında təhlükəsizliyə təsir edən amillərin sırasında ölkənin iqtisadiyyatına birbaşa deyil, dolayı yollarla da təsir göstərən amilləri də nəzərə almaq lazımdır. Hazırki şəraitdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında ərzaq bazarının formalaşmasında və inkişafının təmin edilməsində məqsəd daxili istehsalın potensialından səmərəli və tam şəkildə istifadə MR-da zəruri olan itehlakın malları, həm də ərzaq məhsulları ilə özünü təminetmənin səviyyəsi yüksəldilməli və əsas götürülməlidir.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016, s.177;
2. Abbasov A.F., Ərzaq təhlükəsizliyi, 2007, s.602;
3. Bərxudarov M., Azərbaycanın ərzaq təhlükəsizliyi, reallaşdırılan iqtisadi siyasət konteksində, 2016, s.2;
4. Əhmədova S., Naxçıvan Muxtar Respublikasında sosial-iqtisadi inkişaf, Kooperasiya. - 2019.-№1.-S.47-53, s.113-118;
5. Əliyeva A., Azərbaycan Respublikasında ərzaq bazarının transformasiya problemləri, magistr dissertasiyası, 2013, s. 154;
6. Hacıyev İ., Davamlı və dinamik inkişaf Respublika.-2020.-26 yanvar.-№16.-S.6. 25-30;
7. İbrahimov İ.H. Kənd təsərrüfatının inkişafı və sahibkarlığın formalaşması problemləri. Bakı-2005, s .360;
8. İsmayılov R.S., Milli ərzaq bazarının inkişafında qiymətin rolu, "İqtisadiyyat və audit".-2008.-№9(99).-S.38-40;
9. Salahov S.B., Aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsi problemləri, 2005;
10. http://aibn.nakhchivan.az/ 2018-10-16-12-31-59.html;
11. http://unec.edu.az/ /mirzaliyeva_gunel.pdf 2015: s.99;
12. http://www.dgk.nmr.az/az/page/1129/.;
13. http://www.statistika.nmr.az/.

Asudə Vaxtın Səmərəli Təşkilinin Azərbaycan Gəncliyinə Təsirinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Cəmil Haciyev

jamil.hajiyev1@gmail.com

Xülasə

Ölkənin dinamik inkişafı daimi gənclərlə bağlı olmuşdur ki, bu da ilk növbədə, gəncələrin ictimai həyatın bütün sahələrində fəal olmasıdır. Ölkəmizin hazırki inkişafı dövründə Azərbaycan gəncləri ölkə iqtisadiyyatının bütün sektorlarında, o cümlədən turizm sektorunda və dövlət strukturlarında çalışaraq öz gücülərini əsirgəmirlər, gənclər dövlətin qayğısını daim öz üzərində hiss edirlər. Turizm potensialın istifadə baxımından səyahət edənlərin əksər hissəsi gənclərdir və Sosial Mediadan istifadə edənlərin də böyük əksəriyyəti məhz gənc yaşda olan insanlardır. Çox zaman gənclər öz aralarında qrup halında səyahət edən zaman internet resurslarından, sosial şəbəkələrdən istifadə edir.Boş vaxtların düzgün təşkil edilməsi gənclərin fiziki, psixoloji, həmçinin şəxsi keyfiyyətlərinin formalaşmasına, bu keyfiyyətlərin inkişaf etməsinə yardım edir, həmçinin gənclərdə təhsilə, biliyə həvəs yaradır. Hər bir gəncin bir şəxsiyyət olaraq formalaşmasında vacib rol oynayan boş vaxtların düzgün təşkil edilməsində valideynlərin və müəllimlərin rolu da əvəz olunmazdır. Gəncin nəyə marağı olduğunu öyrənməli və onun həmin sahədə irəliləməsi üçün dəstək göstərmələri vacibdir. Gənclərə boş vaxtılarının səmərəli təşkil etməyə yönəltməklə biz onları sabaha, gələcəyə hazırlayırıq, onlarda əsl mənəvi xarakterin, həmçinin gənclərin həyat yolunun formalaşmasına da yardım edirik.Gənclərin asudə vaxtının düzgün istiqamətləndirdiyi və turizm sferasında islahatların həyata keçirilməsi vəziyyətində ölkənin birbaşa həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə, xaricdə tanınmasına, iqtisadiyyatın inkişafına, əsaslı şəkildə təsiri olacaqdır. Neft təməlində olan iqtisadiyyatın qeyri-neft təməlli iqtisadiyyata keçirilməsində əsas addımların məhz asudə turizm xidmətlərinin inkişafından irəli gəldiyini dərk etmək millətin əsas məqsədi olmalıdır. Asudə vaxtın səmərəli təşkili və turizm siyasəti arasında tarazlıq mövcuddurki, bu da gənc kadrlardan səmərəli istifadə olunmasına yönəldilmişdir.

Açar sözlər: Asudə Vaxt, Turizm, Gənclər

Giriş

Tarix boyu hər bir ölkə xoşbəxt və işıqlı gələcəyə olan ümidlərini ilk öncə gənclərə bağlayır. Bir millətin var olması üçün həmin dövlətin sağlam gəncliyinin olması mütləqdir. Ona görə hər bir ölkədə dövlətçiliyin, müstəqilliyin daha da möhkəm olması, gələcəyin güvənli təminatı savadlı gənclərin yetişdirilməsinə, onların aparıcı qüvvəyə çevrilməsinə çox bağlıdır. Hər bir ölkənin gənclərinin dünyagörüşlü, savadlı formalaşmasında onun boş zamanlarını necə keçirməsi də böyük əhəmiyyət kəsb edir. Amma gənclərin bir çoxu boş zamanını düzgün formada keçirməyi bacarmır. Bu da gələcəkdə gənc üçün xoşagəlməz səbəblər yaradır.

Boş vaxtların düzgün təşkil edilməsi gənclərin fiziki, psixoloji, həmçinin şəxsi keyfiyyətlərinin formalaşmasına, bu keyfiyyətlərin inkişaf etməsinə yardım edir, həmçinin gənclərdə təhsilə, biliyə həvəs yaradır. Hər bir gəncin bir şəxsiyyət olaraq formalaşmasında vacib rol oynayan boş vaxtların düzgün təşkil edilməsində valideynlərin və müəllimlərin rolu da əvəz olunmazdır. Buna görə gəncin və ya məktəblinin boş vaxtlarının maraqlı təşkil edilməsi ilə yanaşı, onlarla yaxın dost olmağı da bacarmaları lazımdır. Gəncin nəyə marağı olduğunu öyrənməli və onun həmin sahədə irəliləməsi üçün dəstək göstərmələri vacibdir. Gənclərə boş vaxtılarının səmərəli təşkil etməyə yönəltməklə biz onları sabaha, gələcəyə hazırlayırıq, onlarda əsl mənəvi xarakterin, həmçinin gənclərin həyat yolunun formalaşmasına da yardım edirik. Bu gün öz zamanına düzgün və səmərəli nəzarət edə bilən hər bir gənc sabah da öz həyatını, taleyini doğru qurmağı bacaracaqdır (Aslan Z.N, 2013: s.22-24).

Ölkənin dinamik inkişafı daimi gənclərlə bağlı olmuşdur ki, bu da ilk növbədə, gəncələrin ictimai

həyatın bütün sahələrində fəal olmasıdır. Ölkəmizin hazırki inkişafı dövründə Azərbaycan gəncləri ölkə iqtisadiyyatının bütün sektorlarında, o cümlədən turizm sektorunda və dövlət strukturlarında çalışaraq öz gücülərini əsirgəmirlər, gənclər dövlətin qayğısını daim öz üzərində hiss edirlər. Belə ki, 2002-ci ildə "Gənclər siyasəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmiş, həmçinin son illərdə gənclərlə bağlı bir sıra dövlət proqramları qəbul olunmuşdur ki, onlardan 2005-ci və 2011-ci illərdə "Azərbaycan gəncliyi", 2007-2015-ci illərdə "Azərbaycan gənclərinin xarici ölkələrdə təhsili üzrə" Dövlət proqramlarını vurulamaq olar. Bu müdiriyyət azərbaycan gənclərinə xarici ölkələrin ali təhsil məktəblərində təhsillərini başa çatdırılmasına və ölkənin inkişafına xidmət etmələrinə imkan yaradır.

Turizm potensialın istifadə baxımından səyahət edənlərin əksər hissəsi gənclərdir və Sosial Mediadan istifadə edənlərin də böyük əksəriyyəti məhz gənc yaşda olan insanlardır. Çox zaman gənclər öz aralarında qrup halında səyahət edən zaman internet resurslarından, sosial şəbəkələrdən istifadə edir.

Ölkəmizdə bunun üçün şərait yaradılıb. Səmərəli asudə vaxt sağlam gənclik, möhkəm dövlətçilik deməkdir."Azərbaycan gəncliyi 2016-2020-ci illərdə" Dövlət Proqramınının uğurla həyata keçirilməsi, bilikli, peşəkar, istedadlı gənclərin hərtərəfli inkişafını stimullaşdırmaqdan, əhalinin mədəniyyət, təhsil, səhiyyə, sosial sahələrində maraqlarını təmin etmək məqsədi ilə Asudə Vaxt Mərkəzlərinin açılışı mövzunun aktuallığını əsaslandırmaqdadır. Belə ki, mərkəzlər gənclərin asudə vaxtının səmərəli təşkil olunması, dərnək və kursların yaradılması, yeniyetmələrin bilik və bacarıqlarının inkişafı, elmə həvəsləndirilməsi, həmçinin hərtərəfli inkişafı üçün münbit şəraitin formalaşdırılması kimi fəaliyyət növləri mövcuddur.

Ölkəmizdə mövcud olan asudə turizm potensialının araşdırılma aparılaraq dünya səviyyəsində tanıdılması, turizm potensialından səmərəli istifadənin təmini, əsaslandırılmış təklif və tövsiyyələrin işlənib hazırlanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Metod

Tətqiqatın obyektini Azərbaycanın turizm sektoru təşkil edir. Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri təşkil edir. Tədqiqatda sistemli yanaşma, GZİT təhlil, qrafikli statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə, məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Rekreasiya, insanların zehni fəaliyyətinin artırılması, yaradıcılıq və mədəni inkişaf baxımından vacib bir anlayışdır. Meansə görə, universitetdə asudə vaxta əhəmiyyət verilməsinin üç əsas səbəbi var:

- Universitetlər gələcəyin liderlər və memarlar yetişdirir
- Asudə vaxtı olan insanların sayı getdikcə artır
- Asudə vaxtın müsbət və ya mənfi dəyərləndirilməsi cəmiyyətdə ciddi təsirə malikdir (Means, 2009).

Hal-hazırda məktəblərdə asudə vaxtın səmərəli təşkilini zəruri edən səbəblər aşağıdakı kimi ifadə edilə bilər (Tezcan, 2012):

- Təhsil məqsədlərinin reallaşmasına dəstək olmaq,
- Sosiallaşma prosesi üçün,

- Məktəb daxilində və xaricində qarşılıqlı əlaqə yaratmaq,
- Sosial status əldə etmək üçün.

Asudə vaxtın səmərəli təşkili ilə akademik uğur bir-birilə qarşılıqlı əlaqədədir. Asudə vaxtın səmərəli qiymətləndirilməsi universitet tələbələr gənclərin akademik uğurlarına müsbət təsir göstərir.Rekreasiya gənclərin psixoloji gərginliyini azaldır və asudə vaxtın fərdi və mütəşəkkil fəaliyyətlərlə qiymətləndirilməsində müsbət davranışlar əldə edilir.Gənclərin asudə vaxtlarını dəyərləndirmək üçün yerlərin olmaması, onların mənəvi və fiziki inkişaflarına mənfi təsir göstərə biləcək mühitlərə keçməsinə səbəb ola bilər.

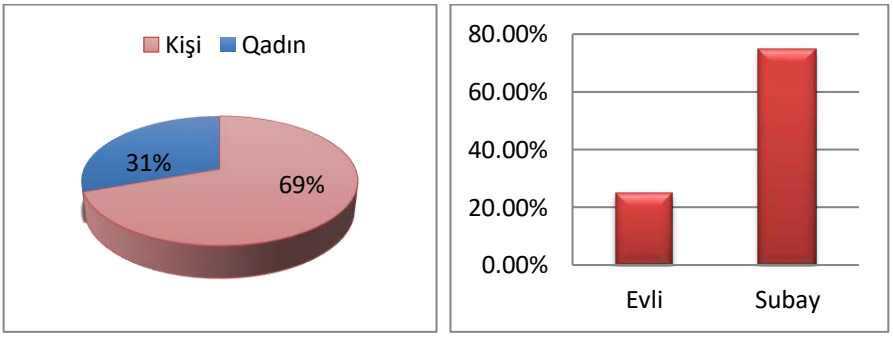
Azərbaycan gəncliyinin asudə vaxtın səmərəli təşkilinin təhlili: sorğu analizi

Bu araşdırmanın əsas məqsədi asudə vaxtın səmərəli təşkilinin Azərbaycan gəncliyinə təsirini müəyyən etməkdir. Tədqiqat anket vasitəsilə həyata keçirilmiş və anketin nəticələri təhlil edilmişdir. Anket müxtəlif təhsil və yaş səviyyəsinə malik 100 respondent arasında həyata keçirilmişdir. Sorğudan əldə edilən nəticələr respondetlərin fikir və düşüncələrini əks etdirir. Sorğudan əldə olunan məlumatlar SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı ilə qiymətləndirilmiş və təhlil edilmişdir.

Sorğu iki hissədən ibarətdir. İlk hissədə respondetlərin demoqrafik xüsusiyyətlərini müəyyən edən suallar yer almışdır. İkinci hissədə asudə vaxtın səmərəli dəyərləndirilməsinin faydaları və nəticələri haqqında suallar yer alır. Sualların analizə uyğun hala gətirilməsi üçün Likert şkalasından istifadə edilmişdir. Likert tipli suallarda iştirakçıların mözu ilə bağlı razılıq səviyyəsini təyin etmək üçün iki həddarasında bir neçə variant təqdim olunur. Bu seçimlər ən aşağı həddən ən yuxarı həddə kimi sıralanır. Təhlil mərhələsində bu seçimlər dərəcələrinə görə ədədi bir dəyər təyin etməklə kodlaşdırılır və beləliklə keyfiyyət məlumatları kəmiyyət məlumatlarına çevrilir və təhlil edilir.

Respondentlərin cinsiyyət və ailə vəziyyəti haqqında məlumatlar şəkil 1-də əks etdirilmişdir. Şəkilə nəzər yetirdikdə görürük ki, sorğu iştirakçılarının 69%-i kişi cinsinə, 31%-i isə qadın cinsinə mənsubdur. Sorğu iştirakçılarının 75%-i subay, 25%-i evlidir.

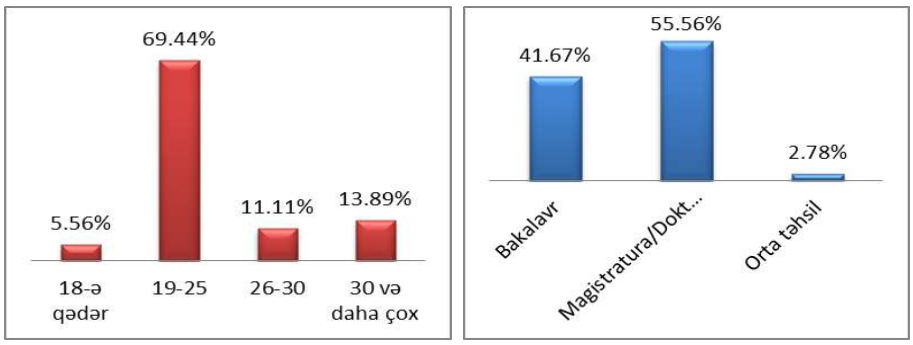
Şəkil 1. Respondentlərin demoqrafik xüsusiyyətləri



Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Sorğu iştiakçılarının digər demoqrafik xüsusiyyətləri şəkil 2-də əks etdirilmişdir.

Şəkil 2. Respondentlərin demoqrafik xüsusiyyətləri



Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Şəkil 2-yə nəzər yetirdikdə görürük ki, təhsil səviyyəsinə görə sorğu iştirakçılarının 56%-i magistratura, 42%-i bakalavr, 3%-i orta təhsil səviyyəsinə malikdir. Magistratura təhsilinə sahib olan iştirakçılar üstünlük təşkil edir. Sorğu iştirakçılarının yaş qruplarına nəzər yetirdikdə, 19-25 yaş qrupuna mənsub iştirkaçıların üstünlük təşkil etdiyi görülür. Bu ümumi sorğu iştirakçılarının69%-ni təşkil edir. Ümumi sorğu iştirakçılarının 11%-i 26-30 yaş qrupuna, 14%-i 30 və daha çox yaş qrupuna, 6%-i 18-ə qədər yaş qrupuna daxildir.

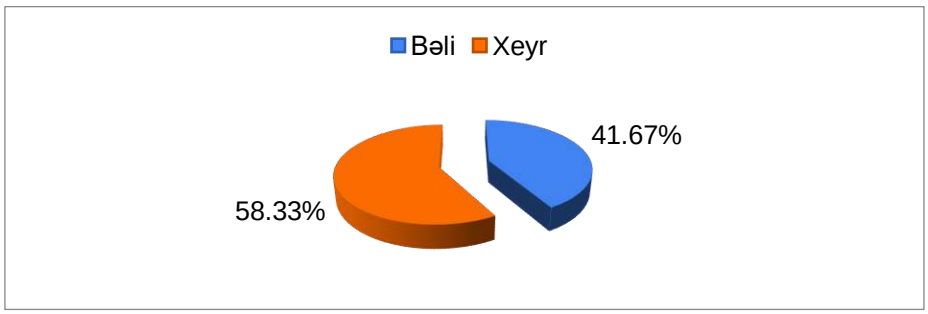
Cədvəl 1. Günlük asudə vaxt müddəti

Günlük asudə vaxtınız nə qədərdir?	Frekans	Faiz
Heç yoxdur	3	2.78%
1-2 saatdan az	6	5.56%
1-2 saat	19	19.44%
3-4 saat	44	44.44%
5-6 saat	19	19.44%
7 saat və daha çox	9	8.73%
Cəmi	**100**	**100%**

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Cədvəldən göründüyü kimi sorğu iştirakçılarının 44%-i 3-4 saat, 19%-i müvafiq olaraq 1-2 saat və 5-6 saat asudə vaxta zaman ayıra bilir. Sorğu iştirakçılarının yalnız 9%-i 7 saat və daha çox asudə vaxta sahibdir. Gənclərin asudə vaxtlarının səmrəli təşkili bağlı məlumat şəkil 3-də əks etdirilmişdir.

Şəkil 3. Asudə vaxtın səmərəli təşkili



Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Sorğu iştirakçılarının 42%-i asudə vaxtlarını səmərəli istifadə etdiyini, 58%-i isə səmərəli istifadə etmədiyini bildirib. Sorğu iştirakçılarının asudə vaxtlarının necə dəyərləndirdikləri cədvəl 2-də təqdim edilmişdir.

Cədvəl 2. Asudə vaxtın dəyərləndirmə şəkli

Asudə vaxtınızı necə dəyərləndirirsiniz?	Frekans	Faiz
Bədii fəaliyyətlərdə iştirak edərək	6	5.56%
İstirahət edərək	69	69.44%
Kitab oxuyaraq	19	19.44%
Turistik səyahətlər edərək	6	5.56%
Cəmi	100	100%

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Sorğu iştirakçılarının 69%-i asudə vaxtlarında istirahətə üstünlük verdiyi halda, 19%-i kitab oxumağa üstünlük verir. Respondetlərin yalnız 6%-i asudə vaxtını səyahət edərək keçirir.

Cədvəl 3-də sorğu iştirakçılarının asudə vaxt fəaliyyətlərinə münasibətləri əks etdirilmişdir.

Cədvəl 3. Asudə vaxt fəaliyyətlərinə münasibət

Suallar	Ortalama	Standart kənarlaşma
Asudə vaxt fəaliyyətləri ilə məşğul olmaq zamanı səmərəli istifadə etmək deməkdir.	3.712	0.012
Asudə vaxt fəaliyyətləri fərdlər və cəmiyyət üçün faydalıdır.	3.509	0.154
Asudə vaxt işlərin səmərliliyini artırır.	3.940	0.423
Asudə vaxt fəaliyyətlər fərdi inkişaf üçün bir vasitə ola bilər.	3.745	0.045
Asudə vaxt fəaliyyətlər sosial münasibətlər üçün yaxşı bir fürsətdir.	3.601	0.064
Asudə vaxt fəaliyyətləri xoşbəxtliyi artırır	3.521	0.143

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi asudə vaxtın faydaları sualların ortalaması 4-dür. Sorğu iştirakçıları asudə vaxtın səmərələliliyini artırdığını, fərdi inkişaf üçün vasitə olduğunu, sosial münasibətlər formalaşdırdığını düşünür.

Asudə vaxt tədbirlərinin turzim fəaliyyətlərinə təsiri korrelyasiya analizi vasitəsilə təhlil edilmişdir. Korrelyasiya analizində Pearson əmsalından istifadə edilmişdir. Korrelyasiya əmsalı r ilə ifadə edilir və r dəyəri -1 ilə +1 aralığında dəyişir. Əmsalın 0.7-dən böyük olmağı dəyişənlər arasında güclü korrelyasiya əlaqəsinin olduğunu göstərir. Cədvəl 4-də göründüyü kimi korrelyasiya əmsalı 0.729-dur,

yəni dəyişənlər arasında müsbət güclü əlaqə vardır. P qiymətinin 0.05-dən kiçik olması bu əlaqənin mənalı olduğunu göstərir.

Cədvəl 4. Korrelyasiya analizi

		Asudə vaxt tədbirləri	Turizim fəaliyyətləri
Asudə vaxt tədbirləri	Pearson Correlation	1	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Turizim fəaliyyətləri	Pearson Correlation	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Mənbə: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) proqramı vasitəsi ilə müəllifin hesablamaları əsasında tərtib edilmişdir

Ümumi olaraq sorğudan əldə olunan nəticə göstərir ki, sorğu iştirakçıları asudə vaxtlarını səmərəli şəkildə təşkil etmədiyini düşünürlər. Asudə vaxtın səmərəli təşkili gənclərin sosyal və akademik həyatlarına birbaşa təsir edir və bu zaman effektiv şəkildə istifadə edilmədikdə gənclərin həyata keçirdiyi fəaliyyətlərin səmərəliliyinə də təsir edir.

Turizm sektorunun Azərbaycan gəncliyinin asudə vaxtın səmərəli təşkilinə təsirinin qiymətləndirilməsi

Respublika ərazimizdə də son dövrlərdə nəzərə çarpan statistik göstəricilərə görə, turizm intensiv şəkildə təkmilləşən sektorlardan biri olmuşdur. Yəni, dövlətimizdə son 5 ildə turizm sektorunda xidmət göstərən müəssisələrin sayı 4,6 faiz, turizm üçün ölkəyə gəlmiş başqa ölkə vətəndaşlarının sayı isə 8,4 faiz sabit artım göstərmişdir. Dövlətimizdə turizm sahəsinin ÜDM-də payı 4,6 faiz, məşğulluqda isə 3,4 faiz olmuşdur Əsasən, Bakı şəhəri beynəlxalq miqyasda məşhur turizm məkanları ilə istirahət məqsədli turistləri özünə çəkərək turizm sahəsinin tərəqqisində xüsusi qüvvə rolunu daşımaqdadır. Bir çox turizm altsektorlarının tərəqqisi regional miqyasda turizmin tərəqqisində də mühüm rol daşımaqdadır. Turizm təsərrüfatı üçün istifadə edilən mehmanxana, motel və gəlmələr üçün yerlərin 2019 -cu ildə büdcəyə qazandırdığı gəlir, 2015-ci ilə nisbətən təxminən 3 dəfəyə yaxın artmışdır. Bu obyektlərdə müvafiq dövrdə çalışanların orta siyahı vahidinin 1,4 dəfə yüksəlməsi nəzərə çarpmışdır. 2018-ci ilə nisbətən mehmanxanaların xidmətlərindən faydalanan əcnəbi turistlərin sayı 26,4 faiz çoxalaraq 982,0 min nəfər təşkil etmişdir. (https://www.stat.gov.az/source/tourism/).

Cədvəl 5-in analizindən məlum olur ki, mehmanxana, motel və gəlmələr üçün məkanların sayı hər il artır. Mehmanxana və mehmanxana tipli şirkətlərin ümumi sayı 2015-ci ildə 310 təşkil etmişdirsə, 2019-cu ildə bu rəqəm 507 olmuşdur.

Cədvəl 5. Mehmanxana, motel və gəlmələr üçün yerlərin, ümumi iqtisadi göstəriciləri

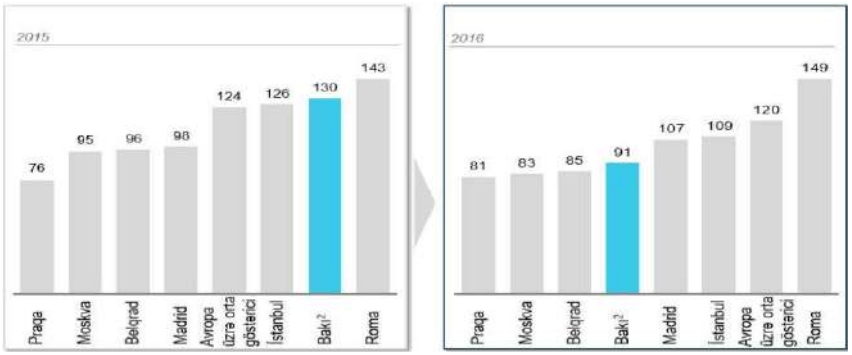
Göstəricilər	2015	2016	2017	2018	2019
Mehmanxanaların motellərin və gəlmələr üçün yerlərin ümumi sayı, vahid	310	360	482	489	507
birdəfəlik tutum, yer	25485	28285	30572	30794	31978
ümumi sayı,vahid	11827	12786	13965	14157	14814
gecələmələr üçün çarpayı, vahid	1131443	1360253	1315134	1358285	1504318
o cümlədən xarici vətəndaşlar üçün	573080	636675	561342	568057	673812
işləyənlərin orta siyahı sayı, nəfər	4738	5617	5938	6023	61983
büdcəyə daxil olan ƏDV, gəlir və digər vergilər, min manatla	9787,4	13965,8	14548,6	15130,7	27966.7

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (2019.03.01)

Yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşları arasında RF vətəndaşları 14,3 %, Böyük Britaniya vətəndaşları 8,2 %, Türkiyə vətəndaşları 7,4 %, İran vətəndaşları 7,3 %, ABŞ vətəndaşları 3,1 %, Ukrayna vətəndaşları 2,4 %, Almaniya vətəndaşları 2,3 %, İtaliya vətəndaşları 1,7 %, Gürcüstan vətəndaşları 1,4 % , başqa xarici ölkələrin vətəndaşları 52,3 % olmuşdur. Əcnəbilər üzrə gecələmələrin sayı 24,6 % artaraq 1185,8 min adam-gecə olmuşdur. Mehmanxanalarda qalmış şəxslərin ümumi sayı 2016-cı ilə nisbətdə 25,7 % artaraq 1 milyon 409,6 min nəfərə olmuşdur ki, onların da 30,5 %-ni AR-nın vətəndaşları təşkil etmişdir. O cümlədən turizm xidməti göstərən şirkətlərin sayında da artım nəzərə çarpmaqdadır. Ancaq yenə də, qəbul olunmuş və göndərilmiş turistlərin sayında ciddi şəkildə azalma olmuşdur.

Coğrafi nöqteyi-nəzərdən Şərqlə Qərbin qovuşduğu bir mövqedə yerləşən dövlətimiz modern miqyasda infrastruktura və qədim zəngin tarixi abidələrə malik olan paytaxt Bakı şəhəri və füsunkar təbiətə və milli parklara sahib əraziləri ilə turizm ortamında özünəməxsus mövqeyə sahibdir. Əvvəlcə, Bakı şəhəri ölkənin turizm seqmentində daha böyük bir paya malikdir. (Növrəsli, 2012) Turizm sektorunda məşhur internet portallarının məlumatlarına görə Azərbaycana gəlmiş başqa ölkələrin turistlərinin önəm verdiyi turizm mərkəzlərinin 75 faizi Bakıda yerləşməkdədir. Bakı şəhərinin hazırki turizm potensialı ölkənin turizm sahəsində əhəmiyyətli bir hissəni əhatə etməkdədir. Statistik göstəricilərə görə, 2018-2019-cu illər ərzində milli valyutanın devalvasiyası hesabına Bakıda yerləşdirmə mexanizmlərinin qiymətlərində 30 % azalma nəzərə çarpmışdır. Bununla bağlı olaraq, 2018-ci ilin ilk 4 ayında orta günlük mehmanxana dəyərlərinin keçən ilin uyğun dövrü ilə nisbətdə 130 ABŞ dollarından 91 ABŞ dollara qədər aşağı düşməsi Bakı şəhərinə səfər etmək istəyən turistlərin marağının daha da çoxalmasına nədən olmuşdur (şəkil 4).

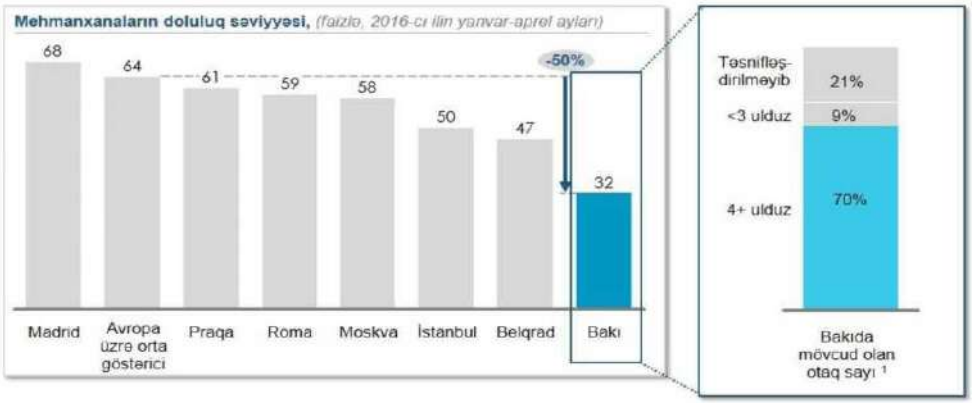
Şəkil 4. 2018-2019-cu illərdə müxtəlif şəhərlər üzrə orta gündəlik mehmanxana qiymətləri (ABŞ dolları ilə)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/ (2019.03.01)

Turizm xidmətinin dinamikası onu təşəkkül etdirən ünsürlərin ümumi olaraq dəyişməsi və qarşılıqlı əlaqəsi ilə ölçülür. Nəticə etibarilə, gəlirlər, əmtəə və xidmət təklifi turizm obyektlərinin şəraiti və turizm xidmətinin dəyəri, rüsumlar bu xidmətə ehtiyacı artırır. Bu səbəbdən də istənilən turizm məhsuluna ünvanlanmış ünsürlər və bu ünsürlərin təsir qüvvəsi fərqli sosial demoqrafik əhali qrupları üçün də fərqli olur. Nəticədə, turistlərin Bakıda orta qalma müddəti Avropa şəhərləri ilə nisbətdə hələ də aşağıdır. Nəticə etibarilə, statistik meyarlara görə, 2019-cu il ərzində Bakıda yerləşən mehmanxanaların tam təmin olunma səviyyəsi 34 % təşkil etmişdirki, nəticədə bu Avropadakı mehmanxanaların orta göstəricisindən 2 dəfə azdır (şəkil 5).

Şəkil 5. Müxtəlif şəhərlər üzrə mehmanxanaların tam təmin edilmə göstəriciləri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. 2016-cı il

Təkmilləşmiş dövlətlərin turistləri arasında məşhur əksər internet səhifə haqqında məlumatlar yerləşdirilmişdir. Yer üzünün daha çox istifadə edilən turizm internet səhifəsi sayılan "TripAdvisor" saytında Bakıda işləyən 175 turizm məkanı və 389 restoran barəsində məlumatlar, o cümlədən Bakıya gəlmək istəyən turistlərə kömək üçün insanlar tərəfindən 7000 - dən çox izah özünü biruzə vermişdir. Yenə də təqdim olunan göstərici regionun digər şəhərləri ilə müqayisə edildikdə nisbətən azdır. Misal üçün, Tbilisi şəhəri haqqında yerləşdirilən izah məlumatlar Bakı şəhəri ilə nisbətdə 50 faizdən çoxdur. Eyni zamanda, Rusiyada internet axtarış istifadəçiləri arasında Bakı şəhərinə səyahət kateqoriyasının axtarışına Tbilisiyə səyahət üzrə axtarışdan daha çox rast gəlinsə də, o biri dillərdə istifadəçilər arasında uyğun göstəricilərin sayında o qədər də yüksək rəqəmlər yazılmır. Analizlərdən məlum olur ki, Bakıya qonaq gələn turistlər də paytaxtın hazırki bütün turzim imkanından hərtərəfli şəkildə istifadə edilə bilmirlər. Bakıya gəlmiş xarici turistlərin təqribən yarısı Bakının mühüm tarixi məkanı kimi tanınan Qız Qalasına baş çəkmişdir. Səbəbi isə turistlər arasında paytaxtın hazırki turizm məkanları

barəsində məlumatın lazımi səviyyədə olmaması qeyd edilə bilər. Bu meyildə Bakıda bəzi ərazilərdə, İçərişəhərdə, Dənizkənarı Milli Parkda turizm informasiya mərkəzini yaradılsa da məsələ hələ də aktuallığını itirməmişdir. Bakı şəhəri işgüzar turizm üzrə ixtisaslaşmış şəhər kimi tanına bilər.

Cədvəl 6. Səfərlərin məqsədinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, nəfər

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı	**520162**	**623924**	**666358**	**672 545**	**838 135**	**1122058**
o cümlədən məqsədlər üzrə:						
turizm məqsədilə	424566	520758	546837	550 543	638 349	869 401
istirahət, əyləncə	172787	225746	226564	237 806	256 385	565 748
işgüzar	185084	247504	232896	206 254	275 876	258 289
müalicə	27543	15165	45070	70 971	68 876	11 650
digər turizm məqsədilə	40232	32763	42517	35 932	37 272	33 714
digər məqsədlə	84596	103866	119421	121 602	199 768	252 757

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/tourism/(2019.03.01)

Cədvəl 6-da ölkəmizə gələn şəxslərin gəlmə məqsədləri göstərilmişdir və aydındır ki, işgüzar məqsədlərlə gələn şəxslərin sayı artan temp üzrə tərəqqi etməkdədir.

Turizm sənayesinin tərəqqisinə aid Strateji yol xəritəsi əsasən bu sahənin əməktutumlu fəaliyyət növü olması ilə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Respublika ərazisində təzə iş yerlərinin ərsəyə gəlməsində xüsusi rol oynayacaq, xidmət infrastrukturunun, sənayenin və xalq yaradıcılıq nümunələrinin təkmilləşməsinə stimul verəcək, mehmanxanaların inşaasını intensivləşdirəcək. Təşkil olunan məqsədyönlü tədbirlər turizm sektorunda ölkəmizin ümumi, dövlət və özəl turizm şirkətləri səviyyəsində sahib olduğu aktivləri başqa sahələrdən daha intensiv uyğun sahənin rəqabət üstünlüyünə çevirə bilər. Strateji yol xəritəsində olan fəaliyyət meyilləri üç faktoru əhatə edir: mühüm vasitələrin təchiz olunmasını, cəlbedici turizm təkliflərini və bunların uğurlu marketinqinin həyata keçirilməsini. Bunların tətbiqi üçün respublika ərazisində və kənarda turizm imkanlarının geniş şəkildə istifadəsi, beynəlxalq səviyyədə turoperatorlar ilə əməkdaşlıq və dövlətin imicinin dəstəklənməsi meylində fərqli tədbirlərin həyata keçirilməsi mütləqdir.

Nəticə

Cəmiyyətin vəzifəsi həmvətənlərini boş vaxtlarında müsbət fəaliyyətə cəlb etməkdir ki, bu da yanlış xarakterli qeyri-rəsmi birliklərin yaradılmasına mane olur. İstirahətin təşkili formalarından biri də turist tətilidir. İstirahət günləri turizmin, həftə sonu marşrut səfərlərinin təşkili ilə istehlakçıların vaxtını səmərəli və maraqlı keçirmələrinə kömək edir. Həqiqətən də, gəncləri turizm marşrutlarına cəlb edə biləcək müxtəlif ekstremal səyahətlər, ekoloji məkanı seyr edən müxtəlif turizm klublarının inkişafı əhalinin mənəvi və fiziki sağlamlığına töhfə verə bilər.

Bundan əlavə, təcrübə göstərir ki, asudə vaxtın təşkili ilə bağlı qeyri-rəsmi sistem formal insanlardan daha çox insanı əhatə edir. Mütəşəkkil istirahət ilə müqayisədə mütəşəkkil olmayan istirahət, yaranan sosial-mədəni vəziyyətə tez reaksiya verərək müqayisə olunmaz dərəcədə səyyar oldu. Mədəniyyət müəssisələri bu günə qədər əhalinin müxtəlif qruplarının boş vaxtlarının yalnız cüzi bir hissəsini mənimsəmişdir. Bu, əsasən mədəni və istirahət fəaliyyətlərinin ənənəvi formalarını təşkil etmələri ilə əlaqədardır. Bununla yanaşı, əhalinin müxtəlif qruplarının həqiqi yaradıcılığı, maraqları və ehtiyacları bu çərçivəni çoxdan aşmışdır. Bunlar müxtəlif həvəskarlıq növləri: həvəskar tamaşaların yeni formaları, kamera festivalları, mərasimlər, forumlar, ekoloji turlar, ekoloji tədbirlər və kollektiv milli həyatın digər növləridir. İstirahət müəssisələri tərəfindən vətəndaşların həqiqi maraqlarına məhəl qoyulmaması, fəaliyyətləri sosial təsir xaricində davam edən və hər zaman fərdin konstruktiv inkişafına kömək etməyən kortəbii birliklərin yaranmasına səbəb olur.

Elmi və texnoloji irəliləyişlərin təsiri boş vaxt sferasında xeyli artır. Bu, insanların asudə vaxtlarını səmərəli keçirmək, müasir texnoloji nailiyyətlərdən istifadə etmək, məlumat, təhsil, emosional, istirahət baxımından səmərəliliyini artırmaq istəyində özünü göstərir. Bu vəziyyətdə müəyyən bir xüsusiyyət, əvvəllər təlim və ya əmək qabiliyyətinin artırılması ilə bağlı məsələlər təhsil sistemi üçün ənənəvi hala gəlmişdi, eyni zamanda asudə vaxtlarını artırmaq və cəmiyyətin hər bir üzvünün rasional asudə hazırlığını inkişaf etdirmək əsasən bir brauziya prosesi olaraq qalmışdır.

Gənclərin asudə vaxtının düzgün istiqamətləndirdiyi və turizm sferasında islahatların həyata keçirilməsi vəziyyətində ölkənin birbaşa həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə, xaricdə tanınmasına, iqtisadiyyatın inkişafına, əsaslı şəkildə təsiri olacaqdır. Neft təməlində olan iqtisadiyyatın qeyri-neft təməlli iqtisadiyyata keçirilməsində əsas addımların məhz asudə turizm xidmətlərinin inkişafından irəli gəldiyini dərk etmək millətin əsas məqsədi olmalıdır. Asudə vaxtın səmərəli təşkili və turizm siyasəti arasında tarazlıq mövcuddurki, bu da gənc kadrlardan səmərəli istifadə olunmasına yönəldilmişdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. 2016-cı il
2. Növrəsli T.N. (2012). Azərbaycan turizm potensialının iqtisadi inkişaf üçün töhfələri. “Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri” elmi analitik jurnal №1(29) Bakı, səh. 255-259
3. Means, L.E. (2009). Intramurals, their organization and administration. Printice Hall, Inc, Englewood Cliffs N.J., USA, 145-171
4. Tezcan, M. (2012). Serbest zamanların değerlendirilmesi sosyolojisi. 4. Baskı, Atilla Kitapevi, Ankara.
5. Alay, S. (2018). Relationship Between Time Management and Academic Achievent Of Selected University Student. (Yüksek lisans tezi), Ankara ODTÜ/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara., 1-345
6. https://www.stat.gov.az/source/tourism/

Müasir Dövrdə Azərbaycanda Regionların Davamlı İnkişafı Prioritetləri və Perspektiv İstiqamətləri

Vüsal Abbaszadə

abbaslivusal21@gmail.com

Xülasə

Qlobal rəqabət şəraitində regionlar rəqabət vahidi kimi çıxış edir və Mərkəzi siyasət yerli səviyyəyə yönəlmiş siyasətlə əvəzlənir. 1960 - cı illərdə regional inkişaf siyasətinə klassik yanaşma dövlət və ya nəzarət sənaye obyektlərinin idarə əsaslanır varsa, maliyyə stimulları, İnfrastruktur İnvestisiya əsas siyasət alətləri idi, regional inkişaf siyasətinə yeni yanaşma müqayisəli üstünlükləri ilə regionların formalaşması üçün xidmət edəcək. alətlər yaradılmışdır.

“Region” anlayışına yanaşmalar fərqlidir. Belə ki, fransız iqtisadçı Pierre Bushe M. S. Perloff sahəsi şəhər daha böyük, lakin homoseksual davranış sahəsində kimi unikal xüsusiyyətləri bir sıra ilə ölkənin ümumi sahəsi daha az olduğunu qeyd etdi. Azərbaycan iqtisadçıları M. Mahmudov və İ.m. Mahmudova sahənin ictimai istehsalın eyni komponentləri ilə təchiz olunduğunu və inkişaf etdiyini qeyd ediblər.

“Regional inkişaf”, “inkişaf” termininin öyrənilməsi zamanı ilk növbədə iqtisadiyyat sahəsində mütərəqqi dəyişikliklərə aiddir. Bu dəyişikliklər kəmiyyət və keyfiyyət xarakteri daşıyır, onlardan birincisi iqtisadi artımı, son struktur dəyişiklikləri isə iqtisadi sistemin yeni xüsusiyyətlərini əks etdirir. Regional İnkişaf ayrı-ayrı rayonların sosial-iqtisadi, siyasi və ekoloji inkişafına təsir etməklə idarə olunur. Regional inkişafın idarə olunmasında əsas məqsəd gəlirlərin ədalətli bölgüsünə nail olmaq, tarazlaşdırılmış iqtisadi inkişafa nail olmaq, regionlarda həyat keyfiyyətini və sosial şəraiti yaxşılaşdırmaqdır. Regionlarda balanslaşdırılmış, dinamik inkişafın yaradılması, ilk növbədə, regional proporsiyaların optimallaşdırılması və rasionallaşdırılması deməkdir. Tarixən regional inkişafın idarə edilməsinin zəruriliyi regionlar arasında kəskin fərqlər və bərabərsizliklə bağlı olmuşdur. Regionun inkişafının müasir dövrdə idarə edilməsinin əsas məqsədi indiki və gələcək nəsillər üçün əlverişli həyat şəraitinin yaradılması, sakinlərin yüksək həyat keyfiyyətinin təmin edilməsi, innovativ strukturların yaradılmasıdır.

Açar sözlər: inkişaf, perspektiv, Azərbaycan, innovasiya, regional siyasət

Giriş

Məlum olduğu kimi, bazar iqtisadiyyatında iqtisadi inkişafın tənzimlənməsi əsas məqsədlərdən biridir. Özəlləşdirmə və özəlləşdirmə keçid iqtisadiyyatı ilə dayanıqlı iqtisadiyyatın təmin edilməsi üçün yetərli deyil. İqtisadi inkişafa nail olmaq üçün əsas şərt ölkənin regionlarında mövcud təbii ehtiyatlardan səmərəli istifadə etmək, regionlarda sosial-iqtisadi inkişafa nail olmaqdır. Ümumiyyətlə, ölkə iqtisadiyyatının beynəlxalq səviyyədə iqtisadi inkişaf səviyyəsinə gətirilməsi yuxarıda deyilənlərə əlavə olaraq, regional və sahə dövlət siyasətinə birbaşa və dolayı dövlət müdaxiləsi tələb edir. Keçid dövrünün iqtisadiyyatını təhlil edərkən əksər iqtisadçılar belə qənaətə gəlirlər ki, bu dövrdə dövlətin rolu gözləniləndən daha genişdir.

Müstəqilliyin ilk illərində Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın inkişafı neft sektorundan asılı idi, regionlararası fərqlər ölkədə birtərəfli İqtisadi İnkişaf və paytaxta işçi qüvvəsinin axını nəticəsində daha da artdı. Belə bir şəraitdə ölkənin regionlarında sosial-iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün tədbirlərin görülməsi dövlətin əsas vəzifələrindən biri olmuşdur.

Azərbaycanda sosial-iqtisadi vəziyyət müstəqilliyin ilk illərində daxili və xarici mənfi amillərə görə gərgin olmuşdur. Müstəqil Azərbaycan Respublikasında radikal islahatların ləng tərəqqisi regional istiqamətə, qərarlara, əmrlərə, qanunlara milli səviyyədə kifayət qədər diqqət yetirilməməsi, ayrı-ayrı ərazilər və regionlar üçün səciyyəvi olan konkret plan və proqramların, siyasətin olmaması ilə şərtlənmişdi.

Müstəqilliyin ilk illərindən ölkəni iqtisadi böhrandan xilas edən "əsrin müqaviləsi" nin imzalanması ulu öndər Heydər Əliyevin uzaqgörənliyinin parlaq nümunəsidir. Ulu öndər Heydər Əliyevin uzaqgörənliyi sayəsində ölkədə böhranlı vəziyyət yumşaldılaraq aradan qaldırıldı və bazar iqtisadi sisteminin yaradılması və iqtisadi inkişafa nail olunması ilə bağlı prinsipial qərarlar qəbul edildi. "Müstəqilliyə nail olmaq nə qədər çətindirsə, bu tarixi nailiyyəti qoruyub saxlamaq bir o qədər çətindir", - deyə ümummilli lider Heydər Əliyev bildirib.

Heydər Əliyev siyasətinin davamçısı olan İlham əliyev böhrandan sonrakı Azərbaycanda davamlı iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün qərarlar qəbul etmiş və bir sıra fərmanlar imzalamışdır. Regionlarda və bütövlükdə ölkədə sosial-iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə 11 fevral 2004-cü il tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti "Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı"nı təsdiq etmişdir. 2004-2008-ci illər üçün təsdiq olunmuş "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illər üçün sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı", 14 aprel 2009-cu il tarixində təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illər üçün regionları" proqramı 27 fevral 2014-cü il tarixində təsdiq edilmişdir. 2010-cu il üçün sosial-iqtisadi inkişaf Dövlət Proqramı qoyulmuş regional siyasətin gerçəkləşdirilməsinə, cari məqsədlərə nail olunmasına, təbii və iqtisadi imkanlardan, elmi, texniki və insan resurslarından, yerli və xarici investisiyalardan səmərəli istifadə edilməsinə, regionlararası fərqlərin azaldılmasına və ya aradan qaldırılmasına yönəldilmişdir.

Regionun innovasiya inkişaf modeli

Ölkədə sosial siyasətin əsas məqsədi əhalinin, o cümlədən regionlarda yaşayan vətəndaşların həyat şəraitinin daha da yaxşılaşdırılmasıdır. Sosial müdafiə sahəsində həyata keçirilən tədbirlərin əsas istiqamətlərindən biri sosial müdafiəyə ehtiyacı olan insanların sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, aztəminatlı əhali qrupları üçün sosial müavinətlərin artırılması, regionlarda və bütövlükdə ölkədə yoxsulluğun azaldılmasıdır (Allahverdiyev, Qafarov, Əhmədov, 2012, 95).

Bütövlükdə müxtəlif siyasi, ekoloji, sosial-iqtisadi vəziyyətdən asılı olaraq, bölgələrin idarə edilməsi həm taktiki, həm də strateji rejimlərdə həyata keçirilməlidir. Beləliklə, regional inkişafın taktiki rejimində tənzimlənməsi monitorinq, nəzarət, İstismar, İdarəetmə və koordinasiya əsasında həyata keçirilsə də, cari fərdi və ictimai ehtiyacları təmin etməklə strateji rejimdə bu, orta müddətli və uzunmüddətli inkişaf proqramıdır. qərar əsasında. Bu prioritetlər, öz növbəsində, əhalinin iqtisadi artımının və rifahının yüksəldilməsi məqsədilə mürəkkəb demoqrafik, ekoloji, siyasi, hüquqi, sosial, təşkilati, elmi və texniki problemlərin həlli üçün böyük xərc və vaxt tələb edir. Müasir dövrdə regionun sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsinin səmərəliliyinin artırılması üçün aşağıdakı prinsiplər nəzərə alınmışdır:

Məqsədpərəstlik, yəni qarşıya qoyulmuş nəticədən asılı olaraq, məqsəd regionun mövcud iqtisadi-istehsalat sistemini olduğu kimi saxlamaq üçün yaranmış vəziyyətdən çıxış yolu kimi götürülə bilər;

* Seçki, yəni region əhalisinin rəqabət qabiliyyətinin və ya sosial statusunun yüksəldilməsinə xidmət edən sahələrin və ya sahələrin seçilməsi;

* sistemli, yəni sosial-iqtisadi, ekoloji, siyasi-hüquqi, innovasiya, demoqrafik və s. aspektlər üzrə razılaşdırılmış tədbirlərin sistemləşdirilməsi;

* şəffaflıq, mərkəzsizləşmə və koordinasiya da daxil olmaqla, ölkənin idarəetmə sistemində regional idarəetmənin tabeçiliyi, yeri və səlahiyyətləri;

* səmərəlilik, yəni prosesin nəticəsi deyil, prosesin özü üçün tədbirlərin yönəldilməsi;

* dinamizm, çünki regionun özü dinamik sosial-iqtisadi törəmədir, həm regionda, həm də dünyada mövcud olan vəziyyətdən asılı olaraq inkişaf etməlidir;

* verilən tapşırıqlara və motivlərə uyğun adaptivliyə və meyllərə, idarəetmə üsullarına malik olmaq;

* innovasiya, regional inkişafın təşkilati və İdarəetmə aspektlərində yeni model və metodlardan istifadə;

* İzləmək və ölçmək üçün lazım olan göstəricilər olmalıdır, yəni səmərəliliyin ölçülməsi.

Müasir dövrdə innovativ yanaşma regionların davamlı sosial-iqtisadi inkişafı baxımından aktualdır və diqqət mərkəzimizin əsas səbəblərindən biri innovasiyaların iqtisadiyyatda rolunun transformasiyasıdır. Beləliklə, onlar iqtisadiyyatın artımının əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilirlər, innovativ proseslər isə onun istiqamətində, reallaşma templərində və mexanizmlərində dəyişikliklərə səbəb olur. Bu səbəbdən iqtisadiyyatda bir sıra yeni tendensiyalar meydana çıxır. Ortaya çıxan tendensiyaların nümunələri elmi-texniki və təşkilati innovasiyalara, tədqiqat və inkişaflara investisiyaların artması, onların kəskin azalması, yüksək texnologiyalı sənaye məhsullarının və xidmətlərinin dinamikası nəticəsində iqtisadi fəaliyyətin yeni sahələrinin yaranması, innovativ məhsul və xidmətlərin geniş istifadəsi və yayılmasıdır. ola bilər digər göstərilir (Əhmədov, Hüseyn, 2011, 82).

Daha bir səbəb isə milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafı üçün aşağıdakı prioritetlər üzrə regional siyasətin ardıcıl gücləndirilməsinin zəruriliyidir.

İlk növbədə, Bazar münasibətlərinin sürətli inkişafı şəraitində əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün iqtisadi potensialdan istifadəni optimallaşdırmaq və regionların artan sosial-iqtisadi inkişafı hesabına iqtisadi artımı təmin etmək lazımdır. Bu məqsədlə dövlət mülkiyyətindən istifadənin səmərələşdirilməsi və ikinci dövlət özəlləşdirmə proqramının səmərəliliyinin artırılması, müəyyən sahələrdə və sahələrdə sahibkarlığa dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi, subyektlərin fəaliyyətinə nəzarətin səmərəliliyinin artırılması, regionlar arasında boşluğun azaldılması, bərabərləşdirici siyasətin sürətləndirilməsi məqsədilə. Bunlar səhiyyə və pensiyaların, təhsilin yaxşılaşdırılması və təminatın səmərəliliyinin artırılması yolu ilə bölgələrdə insan kapitalının genişləndirilməsini tələb edən prioritetlərdir və bu gün bu sahədə aparılan regional siyasət öz bəhrəsini verməkdədir.

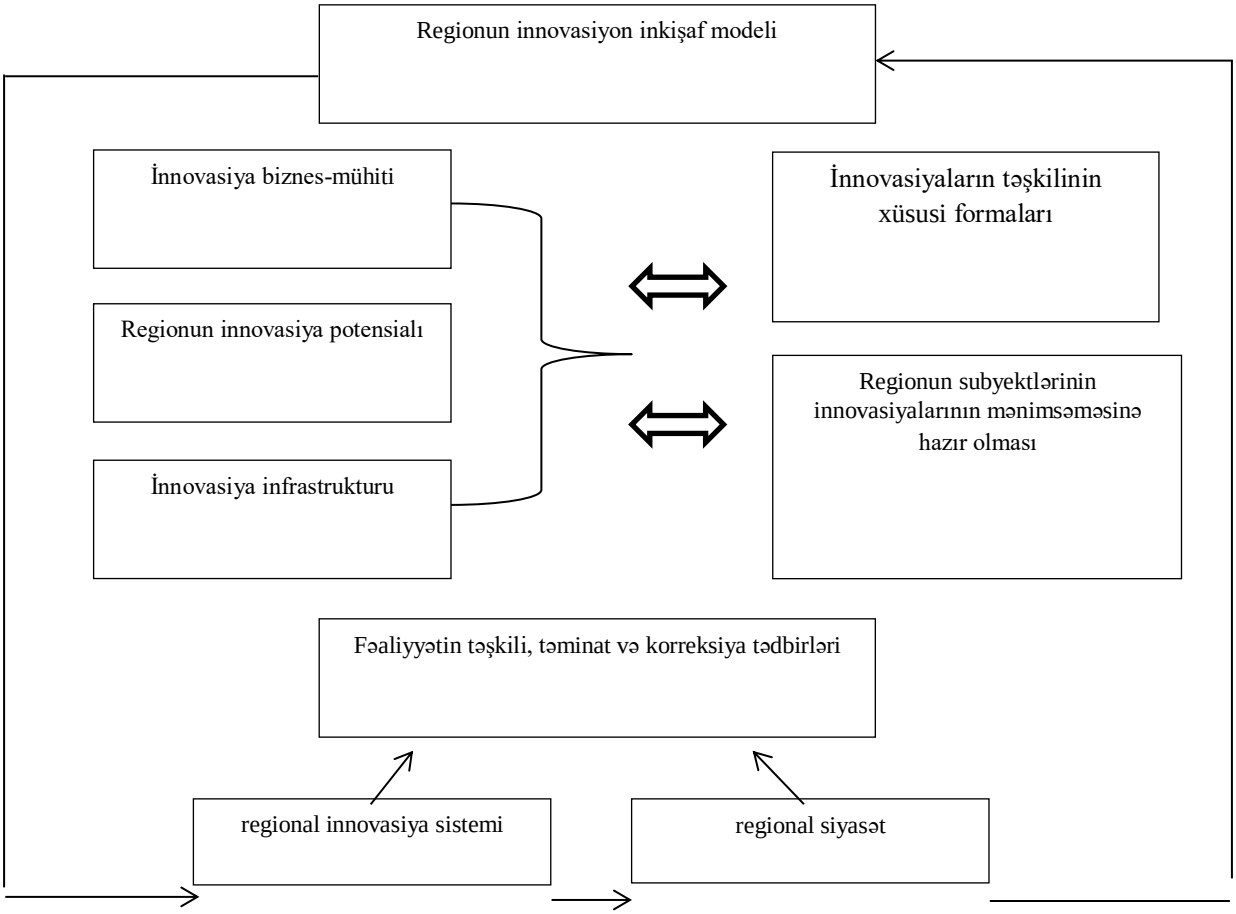
İkincisi, qlobal tənəzzülün yumşaldılması üçün dünya maliyyə-iqtisadi böhranı şəraitində regionların böhrana qarşı inkişafının idarə edilməsi prioritet təşkil edir. Regionlar, bölgələr, bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafı üçün həmişə aktual olan xammaldan və ixracdan asılılıq problemini nəzərə alaraq emal, xidmət, nəqliyyat və tikinti sahələrini inkişaf etdirmək lazımdır. Bu onunla bağlıdır ki, böhran şəraitində yalnız qiymətlər kəskin şəkildə dəyişə bilər, həm də tələbat aşağı düşə bilər. Digər tərəfdən, böhran şəraitində regionların inkişafı ilə dövlət idarəçiliyinin səmərəliliyinin artırılması müşahidə olunur. Buraya dövlətin sosial müdafiəsinin artırılması, korrupsiyanın və bürokratik əngəllərin aradan qaldırılması, süni İnzibati məhdudiyyətlər, regional məşğulluq agentliklərinin fəaliyyət sahəsinin genişləndirilməsi, istehlakçıların və istehsalçıların, maliyyə sektorunun, dövlət sifarişlərinin maraqlarının qorunması üçün iqtisadiyyatın enerji effektivliyinin artırılması, o cümlədən müflisliyin qarşısının alınması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsinə nəzarətin gücləndirilməsi daxildir,

fond bazarının və bank sisteminin normallaşması nəticəsində bölgələrə zəruri kredit resurslarının axını böhran dövründə dövlətin rolunu artırır (Mahmudov, Mahmudova, 2011: 52).

Üçüncü prioritet regionların innovativ inkişafıdır. Bu prioritet regionların sosial-iqtisadi inkişafında regional istehsalın sahə strukturunun yenidən istiqamətlənməsindən və elm tutumlu istehsalatların inkişafına istiqamətlənməsindən ibarətdir. Qeyd olunan prioritet yerli tədqiqatlar, xarici təcrübə və tədqiqatlar əsasında regional innovasiya sisteminin və infrastrukturun formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi, regional inkişafın texniki və texnoloji bazasının yeniləşdirilməsi, innovativ sahibkarlığın, innovasiya fondlarının, regional biznes mərkəzlərinin və dövlət innovasiya mərkəzlərinin, elmin inkişafıdır, dövlət-özəl tərəfdaşlığın, biznes-inkubatorların və s. forması kimi çıxış edir.

Regional innovasiya sisteminin təşkili üçün davamlı inkişaf baxımından innovasiya prosesinin bütün bəndlərinin inteqrasiyası mərkəzləşdirilmiş koordinasiya və dövlət stimulları vasitəsilə "elm-təhsil-istehsal-istehlak" infrastrukturu vasitəsilə əldə edilir. Ən əsası odur ki, regional İnnovativ inkişaf modeli (sxem 1) qurulur.

Sxem 1: Regionun innovasiya inkişaf modeli



Mənbə: Allahverdiyev H.B., K.S.Qafarov, Əhmədov Ə.M. Bakı. (2012)

Ümumiyyətlə, təcrübədə dövlət hakimiyyəti orqanlarının regionun dayanıqlı inkişafı üçün seçilmiş istiqamətdə dövlətin sosial-iqtisadi sisteminə məqsədli təsir mexanizmlərinin və vasitələrinin məcmusu regionların davamlı inkişafını təmin edəcək idarəetmə metodları kimi göstərilir. İnzibati metodların vasitələri, əsasən, qadağan edilməsi, məcbur edilməsi, təlimatlandırılması, icazə tədbirləri, əsasnamələrin yerinə yetirilməsi, əmr və sərəncamların yerinə yetirilməsi, normativ hüquqi aktlar, zəruri intizamı və məsuliyyəti yuxarıdan aşağıya salan qaydalar daxildir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu

metodun vəsaitləri bu gün sosial müdafiənin və zəmanətlərin, regional proqramların, vergi münasibətlərinin, ekoloji siyasətin gerçəkləşdirilməsində və regional inkişafın prioritetlərinin təmin edilməsində qiymətsiz hesab olunur. Lakin azalan regional inkişafın olmaması da öz növbəsində innovasiya fəallığına və sahibkarlığın şaxələndirilməsinə mənfi təsir göstərir. Bu, bütün region subyektlərinin və onların məqsədlərinin dövlətin öz məqsədləri, eləcə də konkret regionun məqsədləri, onların aktuallığı, məqsədəuyğunluğu və iqtisadi səmərəliliyi baxımından təhlilini mühüm edir. Bu cür təhlillərdə istifadə olunan digər metod-mənəvi dəyərlər, ənənələr, əqidələr, cəmiyyətin hazırlığı və qərarların həyata keçirilməsində iştirakın dərəcəsi, ona etirazın olmaması və s.informasiya-ideoloji metodun vasitəsi kimi həyata keçirilir. müəyyən edilməlidir. Bu, iqtisadi və sosial həyatda baş verən prosesləri sürətləndirir, Dövlət qərarlarının və regional siyasətin səmərəliliyini təmin edir.

Müstəqil və özünü təmin edən inkişaf üçün stimul kimi xidmət edən qiymətlər, mənfəət, Vergilər, əmək haqqı, kredit və digər iqtisadi alətlər iqtisadi maraqlara xidmət edir və iqtisadi motivasiyanı artırır, hələ iqtisadi metodlar kimi regional inkişafın aparıcı metodları kimi tam şəkildə Təsdiq edilməmişdir. Bunun əsas səbəbi güclü inhisarçılıqdır, transformasiya dövrünün uzadılmasıdır, korrupsiyadır, həmçinin bu alətlərə yavaş reaksiyadır və subyektlərin hələ onlara tam hazır olmamasıdır və bu mənfi halların aradan qaldırılması üçün tədbirlər son illərdə kəskin şəkildə artmışdır. Davamlı inkişaf gətirib çıxaracaq yenilikçi iqtisadiyyatın formalaşdırılması və həyata keçirilməsi istiqamətində bu iqtisadi üsulları, vergi tənzimlənməsi daxildir (Patent və lisenziya haqları azad, yenilik üçün vergi güzəştləri, vergi tətili və s. D) bank kreditləri, müəssisələrin mənfəətindən istifadə və investisiya islahatı. vəsaitlərin məqsədli istifadəsi sisteminin formalaşdırılması və mexanizmlərin, istifadə istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi), lizinqi, sığorta xidmətlərini, kadr hazırlığı siyasətini, dövlət sifarişlərini və müqavilələrini və s.əks etdirən Maliyyə və kredit stimulları daha da genişləndirilərək təkmilləşdirilmişdir. Ümumiyyətlə, bu və digər dolayı təsir vasitələri regionda rəqabət mühitinin və bazar münasibətlərinin inkişafına istiqamətlənərək, regional subyektlərin işgüzar fəallığının və motivasiyasının artmasına xidmət etməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda sadalanan metodlar (ideoloji və ya sosial-psixoloji, iqtisadi, inzibati-ayırıcı) ənənəvi metod kimi bu gün yerli və xarici təcrübədə geniş yayılmışdır, lakin onların təkmilləşdirilməsi üçün bir sıra addımlar atılmışdır. Məsələ ondan ibarətdir ki, regional idarəetmənin təkmilləşdirilməsi həm regional hökumətin, həm də region müəssisələrinin rəhbərlərinin maraqlarını, xüsusilə regionun xərclərinə qənaət, səmərəlilik, xarici mühitinin dəyişdirilməsi və dövlət orqanlarının tələbləri baxımından nəzərə almalıdır. Bu halda kollektiv İşçi Qrupunun qəbul etdiyi idarəetmə qərarlarına daha çox diqqət yetirilir. Regional inkişafın bu yeni normativ və idarəetmə metodlarına regional inkişafın keyfiyyəti, planlaşdırılması və strateji idarə edilməsi, regional "komanda" texnologiyaları, proqnozlaşdırma və proqnozlaşdırma üsulları daxildir (Mahmudova, 2013, 29).

Azərbaycanın İqtisadi Vəziyyətinin Təhlili

Azərbaycan Respublikasının güclü inflyasiya və iqtisadi böhranla üzləşdiyi dövrdə bazar münasibətlərinə keçmək və iqtisadiyyatın yeni formalarını yaratmaq üçün regional aspektə yeni yanaşmaya keçmək vacibdir. Bu işdə regionun sosial-iqtisadi inkişafı üçün strateji planlar mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Regionun sosial-iqtisadi inkişafının strateji planının mühüm xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- strateji plan regionun güclü və zəif tərəflərini müəyyənləşdirir və biznesin inkişafı və insanların həyat şəraitinin yaxşılaşdırılması yolu ilə regionun rəqabət üstünlüklərini müəyyənləşdirməklə onu inkişaf etdirməyə çalışır;

- Strateji plan məhsul və xidmət istehsalçılarının, hökumətlərin, investorların və əhalinin vizyona əsaslanan rəhbər tutduqları prinsipləri əks etdirir;

- strateji plan qısamüddətli və uzunmüddətli proqnozların birləşməsidir;

- Strateji plan qarşılıqlı tərəfdaşlığın, bütün regional qüvvələrin birgə səylərinin nəticəsidir. Plan strateji tədbirlərin bir növ əlaqələndirilməsidir. Bu, həm regionun əhalisi, həm də istehsal üçün vacibdir.

Xarici şokların mənfi nəticələrinin aradan qaldırılması üçün Azərbaycan iqtisadiyyatının qısamüddətli perspektivdə sabitləşdirilməsi üçün 2020-ci ilə qədər milli iqtisadiyyatın strateji baxışı, ortamüddətli perspektivdə diversifikasiya yolu ilə inkişaf xəttinin və yeni drayverlərin bərpası, eləcə də dünya iqtisadiyyatına gələcək inteqrasiya yolu ilə rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün. bu, nail olmaq. 2020-ci ilə qədər strateji baxış 2025-ci il və bundan sonra tikiləcək iqtisadiyyatın əsaslarının inkişafına xidmət edəcək. Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təmin edilməsində, həmçinin nəqliyyat və logistika dəhlizlərinin inkişafında, həmçinin Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulmuş istiqamətlərdə iqtisadiyyatının inkişafında Azərbaycanın mühüm rolu saxlanılacaqdır. İqtisadiyyatın şaxələndirilməsində və ixtisaslaşmanın artırılmasında əsas məqsəd gəlirləri artırmaq və qeyri - neft sektorunda daha çox dəyərin yaradılması əsasında ədalətli şəkildə bölüşdürməkdir. Son 10 il ərzində neft gəlirləri məşğulluğu artırıb.

Lakin neft sektorunda əmək tutumunun aşağı olması üzündən bu sektora bilavasitə cəlb olunmuş işçilərin sayı işçi qüvvəsinin ümumi sayının cəmi 1% - ni təşkil edir. 2020-ci il üçün strateji baxış da bazarlara çıxış imkanlarının genişləndirilməsini ehtiva edir. Ticarət infrastrukturunun yaxşılaşdırılması və ticarətin açıqlığının artırılması daxili bazarın qorunması siyasəti ilə uzlaşdırılmalıdır ki, ölkədə təbii resurslardan daha səmərəli istifadə hesabına böyük dəyər qalsın və ədalətli şəkildə bölüşdürülsün. İnkişafın davamlılığını artırmaq üçün ölkə iqtisadiyyatının, dövlət büdcəsinin və mübadilə kursunun neftdən asılılığını azaltmaq lazımdır. Neftin qiymətindəki dəyişikliklər ölkə iqtisadiyyatını pozur, çünki neft gəlirləri mal və xidmətlərə yerli tələbatın əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Məsələn, 2004-2014-cü illərdə illik artım tempində dəyişikliklər nəticəsində şirkətlərin planlaşdırılması imkanları orta hesabla 11,5 faiz məhdudlaşdırılıb, özəl sektora investisiyalar isə azalıb. Bundan başqa, neftin qiymətinin dəyişməsi ölkənin milli valyutasının qiymətdən düşməsinə gətirib çıxarır, çünki neftdən əldə edilən gəlirlər xarici valyutanın əsas mənbəyidir. Əsas makroiqtisadi göstəricilərin, xüsusilə dövlət büdcəsinin neftdən gəlirlərin dəyişkənliyindən asılılığının aradan qaldırılması üçün "qızıl qayda" nın tətbiq edilməsi planlaşdırılır. Maliyyə bazarlarının dərinliyi, eləcə də xidmətlərin çeşidi, keyfiyyəti və əlçatanlığı artırılacaqdır.

Metod

Tədqiqat prosesində iqtisadi-statistik, statistik-qruplaşma, müqayisəli iqtisadi təhlil, sistemli təhlil, ekspert qiymətləndirmə metodu, proqram-məqsədli yanaşma, müşahidə və balans metodlarından istifadə olunmuşdur. Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Cari qlobal vəziyyət və neft qiymətlərinin dəyişkənliyi maliyyə sabitliyinin möhkəmləndirilməsi, təbii resurslardan gəlirlərin səmərəli istifadəsi və ciddi makroiqtisadi çərçivələrin qəbul edilməsi üçün obyektiv zərurət yaradır. İqtisadi inkişaf istiqamətində görülən tədbirlər nəticəsində dövlət öz məqsədlərinə çatmaq üçün fiskal və pul-kredit siyasətinin daha səmərəli əlaqələndirilməsinə çalışır. Azərbaycanın güclü maliyyə sabitliyi və pul-kredit siyasəti ilə bağlı gələcək tədbirlər milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üçün Strateji Yol Xəritələrinin ilk hədəfində təsvir edilmişdir.

Nəticə

Regional inkişaf zamanı regionlarda yerli resurslardan, təbii və insan resurslarından səmərəli istifadə etməklə istehsalın təşkili, yeni müəssisələrin və iş yerlərinin yaradılması, regionlar arasında sosial-iqtisadi inkişaf arasında disproporsiyaların azaldılması və ya aradan qaldırılması, qeyri-regionlararası əmək axınının azaldılması və aradan qaldırılması, yerli və xarici investisiyalar üçün şəraitin yaradılması, təhsil, səhiyyə, elm, mədəniyyət və digər bu kimi tədbirlər və tədbirlər mərkəzlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi. Regionların kompleks inkişafının tənzimlənməsi bazar iqtisadiyyatının mahiyyətindən irəli gəlir.

Bütövlükdə regional inkişafa nail olmaq üçün aşağıdakı prinsiplərə xüsusi diqqət göstərilməlidir:

1. Regionlarda istehsal qüvvələri mütənasib şəkildə yerləşməlidir və onların dinamik inkişafı təmin edilməlidir;

2. Müxtəlif istehsal sahələri xammal mənbələrinə daha yaxın olmalıdır. Bunun vasitəsilə qənaət rejimi məhsul istehsalında istifadə olunur;

3. Bölgələrdə şəhər və kənd arasındakı fərqlər aradan qaldırılmalıdır, sosial-iqtisadi inkişaf bir-birinə daha da yaxın olmalıdır;

4. Regionların müdafiə qabiliyyəti milli səviyyədə artırılmalıdır;

5. Təbii ehtiyatlar səmərəli istifadə olunmalıdır və təbiət regionda mühafizə olunur;

6. Əmək resursları ayrılmalıdır və regionlarda səmərəli istifadə olunmalıdır.

Ədəbiyyat

1. Allahverdiyev H.B., K.S.Qafarov, Əhmədov Ə.M. Bakı. (2012), Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi
2. Elşən Bağırzadə (2014). Bakı. "Azərbaycanın iqtisadi siyasətinin əsas xüsusiyyətləri". təqdimat versiyası
3. Əhmədov M.A., Hüseyn A.C.(2011). Bakı. «İqtisadiyyatın tənzimlənməsinin əsasları»
4. Əhmədov M.A.. Bakı. Qloballaşma və milli iqtisadiyyatın formalaşması
5. Kuşlin V.İ.. (2008), Bakı. «Bazar iqtisadiyyatının dövlət tənzimlənməsi»
6. Kuzik B.N., V.İ. Kuşlin, B.Yokoveç.(2008), Moskva. «Proqnozlaşdırma, strateji planlaşdırma və milli proqramlaşdırma» «Ekonomika»
7. Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M. (2008), Bakı. "Regionların tənzimlənməsi." «ADİU» nəşriyyatı,
8. Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M.(2011) Bakı. Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi. «ADİU» nəşriyyatı,
9. Mahmudova İ.M. (2013), Bakı. Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi. Metodik göstəriş. «ADİU» nəşriyyatı,
10. Nuriyev Ə. (2004). Bakı. "Regional siyasət və idarəetmə" «Elm»
11. Nuriyev Ə. (2017). Bakı. "Davamlı və tarazlı regional inkişaf"
12. Г.Поляка (2013), «Региональная политика» М.ЮНИТИ-ДАНА.
13. ФетисовГ.Г.,В.П.Орешин (2012), «Региональная экономика и управление». ИНФРА-М.

Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin Təmin olunmasında Yerli Müəssisələrin Rolu

Vüsal Ələsgərov

alasgarov.vusal96@mail.ru

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanda dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə nail olunması yolunda Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və sənaye müəssisələrinin rolu və müasir vəziyyəti öyrənilmişdir. Tədqiqatın əsas məqsədi davamlı iqtisadi inkişafa şərait yaradan amilləri müəyyən etməkdir. Bu məqsədə çatmaq üçün dayanıqlı iqtisadi inkişafın mahiyyəti, onun əsas prinsipləri əhatəli təhlil olunmalı, məqsədlər üzrə görülmüş işlər və əldə olunmuş nailiyyətlər hərtərəfli araşdırılmalı, ərzaq təhlükəsizliyinə nail olmaq yolunda kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rolu və cari durumu təhlil olunmalı, inklüziv və dayanıqlı sənayeləşdirmənin inkişafında sənaye müəssisələrinin rolu və cari durumu hərtərəfli araşdırılmalı, dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə nail olunması yolunda tam və səmərəli məşğulluğun və hamı üçün layiqli əmək imkanlarının təşviqi müəyyən olunmalı kimi əsas vəzifələrin icra olunması məqsədəmüvafiqdir. Tədiqat isinizn əsasında "Dayanıqlı iqtisadi inkişaf" konsepsiyasının mahiyyətinin öyrənilməsi dayanır. Tədqiqatın obyekti olaraq isə Azərbaycanda davamlı iqtisadi inkişafın mövcud vəziyyətinin təhlili seçilmişdir. Tədqiqat işinin informasiya bazasının əsasında Avropa İttifaqının Statistika Bürosunun (Avrostat) rəsmi internet səhifəsi, eyni zamanda da Azərbaycanda dayanıqlı iqtisadi inkişafı təmin edən dövlət proqramları təşkil edir. "Davamlı iqtisadi inkişaf" konsepsiyasının mahiyyətinin araşdırılması müxtəlif nəzəriyyəçilər tərəfindən, eləcə də beynəlxalq təşkilatlar vasitəsilə həyata keçirilmişdir. Məqalədə dayanıqlı inkişafın sosial və ekoloji aspektlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyən olunmuşdur, dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə nail olunmaq vasitəsi kimi Azərbaycan müəssisələrinin strateji inkişaf perspektivlərinin yüksəldilməsi istiqamətləri aşkar edilmişdir, dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə nail olunması yolunda tam və səmərəli məşğulluğun təmin olunması istiqamətləri müəyyən olunmuşdur.

Açar sözləri: dayanıqlı inkişaf, valyuta sistemi, kənd təsərrüfatı, sənaye müəssisələri, yüksək texnologiya.

Giriş

Respublikamızda son illər istər iqtisadi, istərsə də sosial sahələrdə nailiyyətlər aşkar şəkildə müşahidə olunmaqdadır. Bu da nəticə etibarilə özünü beynəlxalq sənədlərdə bir daha göstərmiş olur. Belə ki, artıq BMT və digər beynəlxalq təşkilatların rəsmi sənədlərində Azərbaycan Respublikasının "Dayanıqlı iqtisadi inkişaf" konsepsiyasını uğurla həyata keçirilməsi statistik rəqəmlərlə qeyd olunur (Rzayev, 2010). Belə ki, dayanıqlı iqtisadi inkişafın əsas göstəriciləri hesab olunan əsas makroiqtisadi göstəricilərin, o cümlədən adambaşına düşən ÜDM, xalis gəlir və digər bu kimi göstəricilərin son illərlə müqayisəli təhlilindən məlum olur ki, respublikamızda bu konsepsiya uğurla icra olunmaqdadır (Əhmədov, 2010).

Dayanıqlı inkişaf - gələcək nəsillərin istifadə edəcəyi resursları təhlükə altına qoymadan hazırki nəsillərin həyat şəraitini yaxşılaşdıran bir inkişafdır. Dayanıqlı inkişaf anlayışı ilk dəfə Ətraf Mühit və İnkişaf üzrə Dünya Komissiyası (WCED) tərəfindən 1987-ci ildə yayınlanan "Brundtland" hesabatı vasitəsilə cəmiyyətə tanıdılmışdır (Nuriyev, 2011). Əgər biz gələcək nəsillərə heç bir şey saxlamadan bütün ehtiyatlarımızı israf yaxud istifadə ediriksə, o zaman inkişaf dayanıqlı olmaqdan çıxır. Dayanıqlı inkişaf - insanların düşüncə tərzinin yaxşı sitiqamətdə dəyişməsi və ətraf mühitə hörmətlə münasibətin birlikdə təkamülüdür. Dayanıqlı inkişafı təmin eləmək üçün biz dünyanı daha bərabərhüquqlu və ədalətli cəmiyyətə çevirmiş ciddi dəyişikliklərin reallaşdırılması üzərində birgə işləməliyik (Məmmədov, 2014).

Dayanıqlı inkişaf məqsədlərinin təmin olunmasında kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rolu və müasir vəziyyəti

Ölkəmizin müasir ərzaq təhlükəsizliyi strategiyası və konsepsiyası, ilk öncə əhalinin uzunmüddətli olaraq mühüm ərzaq məhsulları ilə təmin olunmasına yönəldilmişdir. Bununla əlaqədar olaraq daimi şəkildə sistemləşdirilən və balanslaşdırılan iqtisadi siyasət reallaşdırılır, mühüm tədbirlər həyata keçirilir. Xüsusilə, əhalinin məşğulluq və yoxsulluq səviyyəsinin aşağı salınmasından ötrü strategiyalar, proqramlar və konsepsiyalar hazırlanaraq həyata keçirilməkdədir. Təsadüf deyildir ki, 2010-ci illərdən başlayan dünya maliyyə böhranının nəticələri Azərbaycan iqtisadi sisteminə və ərzaq təhlükəsizlik proqramlarına ciddi şəkildə öz təsirini göstərə bilməmişdir. Ölkəmizdə ərzaq bolluğunun yaradılması və təmin olunması tədbirləri fasiləsiz şəkildə reallaşdırılır, görülən tədbirlər sistemlilik ehtiva edir, ərzaq məhsullarının istehsal olunması genişləndirilir, anbarlar yaradılır, bolluğun gücləndirilməsindən ötrü stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilir.

İqtisadiyyatımızın dinamik inkişafının təmin olunması, artımı üçün yeni tədbirlərin görülməsi və burada qeyri-neft sektoru payının artırılmasında kənd təsərrüfatı sektorlarının və ASK-nın böyük əhəmiyyəti var. Məhz bu məsələlərin zəminində 2015-ci il Prezident İlham Əliyev tərəfindən Azərbaycanda "Kənd Təsərrüfatı ili" olaraq qeyd edilməsi qeyd edilən sahənin inkişafına müsbət yöndə təkan vermişdir (Abbasov, 2011).

Kənd təsərrüfatı sahələrinin və aqrar sənaye kompleksinin elmi əsaslarla, qabaqcıl texnologiyalardan istifadə etməklə, dünya təcrübəsindən yararlanmaqla inkişafı prioritet və strateji hədəflər kimi qarşıya qoyulmuşdur. Azərbaycanda dənli bitkilərin istehsalının genişləndirilməsinə, xüsusi ilə taxıl istehsalının artırılmasına ciddi önəm verilir. Amma, bu sahədə daha etibarlı ərzaq ehtiyatı yaratmaq üçün əlavə olaraq taxıl idxalı da davam etdirilir. Ölkənin əlverişli iqlim şəraitinin olması kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının genişləndirilməsinə və çeşidinin artırılmasına imkan verir. Kənd təsərrüfatı üçün nəzərdə tutulan subsidiyalar və dotasiyalar ərzaq əlçatanlığını əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır.

Cədvəl 1. İqtisadiyyatın sahələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiya, milyon manatla

İllər	Cəmi	o cümlədən					
		sənaye	kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	tikinti	nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	informasiya və rabitə	digər sahələr
2014	17618,6	7639,5	363,9	2221,7	2440,6	157,5	4795,4
2015	15957,0	8499,9	355,4	2123,5	2199,9	335,3	2443,0
2016	16772,8	9949,8	325,1	2831,8	1392,3	199,4	1074,4
2017	17430,3	10610,1	617,8	2746,0	1777,7	171,9	1506,8
2018	17244,9	8497,2	764,4	3721,4	1926,6	441,5	1893,8

Mənbə: AR DSK 2020.

İllər üzrə 2014-cü ildən 2018-ci ilə qədər kənd təsərrüfatı və onunla əlaqəli sahələrə qoyulan investisiyanın ikiqat dəyərdə artım göstərməsinə baxmayaraq bu sahəyə ayrılan investisiyanın ümumi

həcmdə çox aşağı səviyyədə qaldığı görülür. Ancaq kənd təsərrüfatı və informasiya sahələrində əsas kapitala yönəldilən investisiya həcmlərinin artımında əsas diqqət çəkən meyar bu sahələrin paralel şəkildə ASK-da qovuşmasıdır.

Makroiqtisadi göstəriciləri sabitləşdirməyə yönəldilmiş monetar və fiskal siyasət mexanizmləri iqtisadi artım və ərzaq əlçatanlığına təkan verir. Bundan əlavə, kənd təsərrüfatı və qida məhsulları üçün nəzərdə tutulan xüsusi vergi və gömrük rüsumları qiymətlərin sabitliyində əhəmiyyətli rol oynayırlar. Proteksionist gömrük siyasəti yerli istehsalçıların kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını artırmağa və daha çox investisiyalar yatırmağa marağını artırmışdır. Kənd təsərrüfatı sahələrində sahibkarlığın inkişafına xüsusi önəm verilir, onlar üçün geniş potensiala malik infrastruktur şəbəkəsi yaradılmışdır, yollar çəkilmiş, müasir su sistemləri istismara verilmişdir. Kənd təsərrüfatı sistemində çalışanların texnika və gübrələrlə təminatına dövlət tərəfindən ciddi dəstək göstərilir, istehsal olunan məhsulların saxlanması üçün anbar şəbəkəsi yaradılır və satışının təşkili məqsədi ilə logistik mərkəzlər qurulur və s (Mahmudova, Mahmudov, 2011).

Aparılan tədqiqatlar, iqtisadi islahatların və inkişaf prioritetlərinin xüsusiyyətləri, kənd təsərrüfatı sahələrinin inkişaf etdirilməsi üzrə dünya təcrübəsi, dünyada mövcud olan ərzaq problemlərinin xarakteri, bu istiqamətlərdəki qlobal problemlər, tendensiyalar və çağırışlar ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin gücləndirilməsi və əhalinin ərzaq məhsullarına fiziki əlçatanlığının təmin edilməsi sahəsində dövlətin iqtisadi siyasətinin təkmilləşdirilməsi, obyektiv reallıqlardan çıxış etməklə daha səmərəli mexanizmlərin hazırlanaraq tətbiq edilməsi müasir dövrdə vacib şərtlər kimi diqqət çəkir. Bu qeyd edilənlər nəzərə alınmaqla, dövlətlər tərəfindən ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və ərzaq əlçatanlığı ilə bağlı ardıcıl tədbirlərin görülməsi istiqamətində davamlı işlərin və siyasətin aparıldığı təqdirdə iqtisadi inkişaf proseslərinin, o cümlədən kənd təsərrüfatı sahələrinin inkişafının sürətləndirilməsi mümkün olacaq və ərzaq təhlükəsizliyinin gücləndirilməsinə layiqli töhfələr vermək üçün əlverişli şərait yaranacaqdır.

Kənd təsərrüfatı sahələrinin inkişafının maksimum səmərəli modelləşdirilməsi, qlobal iqtisadi çağırışlara adekvat yeni fəaliyyət mexanizmlərinin formalaşdırılması, ərzaq təhlükəsizliyi problemlərinin ardıcıl şəkildə baxılıb həll edilməsi məqsədilə bu istiqamətlərdə dövlət - özəl sektor əməkdaşlığının gücləndirilməsi, kooperasiya - təsərrüfat əlaqələrinin qarşılıqlı maraqlar üzərində inkişafının təmin edilməsi mümkünləşəcəkdir (Rzayev, 2010).

Ölkənin ayrı-ayrı regionlarının, rayon və qəsəbələrin, ərazilərin kənd təsərrüfatı sahələrinin və aqrar sektorun inkişafında mövcud iştirakının, potensialının, resurs adekvatlığının dərindən öyrənilməsi, bunlarla əlaqədar olaraq araşdırmaların aparılması, ehtiyatlardan, o cümlədən əmək ehtiyatlarından məhsuldar istifadənin təmin olunması, əhalinin mühüm ərzaq məhsullarına olan tələbatından çıxış etməklə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının və aqrar sənaye məhsullarının istehsalının və çeşidinin genişləndirilməsi tədbirlərinin həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaranacaqdır.

Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin Təmin Olunmasında Sənaye Müəssisələrinin Rolu və Müasir Vəziyyəti

Azərbaycanın yeni inkişaf dövrünə uyğun olaraq, sənayenin təşkil edilməsinin ən müasir formalarının tətbiq olunmasının genişləndirilməsi də sənayeləşmə strategiyasının prioritetlərindəndir. Bu cəhətdən dövlət başçımızın tapşırığına görə, Azərbaycanda texnoparkların və müasir sənaye komplekslərinin, eləcə də Balaxanı sənaye və Sumqayıt kimya sənaye parklarının formalaşdırılması qeyri-neft sferasının və xüsusilə də qeyri-neft sektorunun inkişafını sürətləndirəcək, daxili və xarici investisiyanı

stimullaşdıracaq, müasir texnoloji sferaların inkişafına, təzə rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsallarına təkan verəcək və iqtisadi sistemin modernləşməsinə və innovativliyin formalaşmasına, qeyri-neft sənayesinin ixracının artırılmasında öz müsbət təsirini göstərəcəkdir.

Məhz cənab İlham Əliyevin düşünülmüş və balanslaşdırılmış siyasəti sayəsində son illərdə bütün dünyada gedən qarışıq siyasi proseslərə, qlobal iqtısadi böhranlara baxmayaraq, ölkəmizdə hərtərəfli sosial-iqtisadi təkamül davam edib, ölkəmizin dinamik inkişafı, əhalinin həyat səviyyəsinin daha da yaxşılaşdırılması, eləcə də, ölkəmizin beynəlxalq reytinqinin əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlməsi, dövlətçilik maraqları təmin edilib.

Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri milli inkişaf xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq inklüziv və dayanıqlı sənayeləşməni, resurslardan səmərəli istifadəni təşviq etməklə, məşğulluqda və ümumi daxili məhsul istehsalında sənayenin payının xeyli yüksəldilməsini, ekoloji təmiz texnologiyaların daha geniş şəkildə tətbiq edilməsini, iqtisadi inkişafa və insan rifahına dəstək göstərmək məqsədilə dayanıqlı sənaye infrastrukturunun formalaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bu da, öz növbəsində, sənaye sahəsində elmi tədqiqatların genişləndirilməsini, tədqiqatçıların sayının, habelə tələb olunan məsrəflərin və texniki imkanların əhəmiyyətli şəkildə artırılmasını, innovasiyaların stimullaşdırılmasını və möhkəm infrastrukturun yaradılmasını ön plana çəkir. Qeyd olunanlarla əlaqədar, texnologiyaların inkişafına, sənayenin inkişafı sahəsində tədqiqatlara və innovasiyalara dəstək artırılmalı, sənayenin şaxələndirilməsi üçün əlverişli siyasi mühit, sənaye müəssisələrinin müasir texnologiyalardan geniş istifadəsi, onların maliyyə xidmətlərinə çıxış imkanları, habelə bazarlara inteqrasiyası təmin edilməlidir (Muradov, 2008).

Ölkəmizdə sənayeləşmə strategiyasının həyata keçirilməsi və bu məqsədlərin mümkün tənzimlənməsi ilə bağlı ictimai məsləhətləşmələr aparılır. Qeyd etmək vacibdir ki, bu hədəflərə əsasən meyarlar hazırlanmışdır.

2016-2020-ci illər. Əsas məqsəd iqtisadiyyatın struktur və institusional transformasiya əsasında, balanslaşdırılmış inkişafa keçid, yaşıl iqtisadiyyat prinsiplərini, yüksək texnologiyalı sənaye sahələrinin prioritetini nəzərə alaraq, ölkənin rəqabət qabiliyyətini və əhalinin həyat səviyyəsini artırmaq olacaqdır.

2021-2030-cu illər. Əsas məqsədi mənəvi dəyərlərin artmasına və insan inkişafının yüksək keyfiyyətinə nail olmağa, bilik-intensiv sənayelərin və xidmətlərin sürətlə inkişafının təmin olunmasına, sabit inkişaf sabitliyini təmin olunmasina yönəlib.

Yuxarıdakı mərhələlərdən də gördüyümüz kimi, bizim əsas diqqət yetirməli olduğumuz sahə yüksək texnologiyalar üzrə ixtisaslaşan sənaye müəssisələri və bibaşa yaxud dolayı yolla həmin müəssisələrin əlaqədə olduğu yüksək texnologiyalar parkları, sənaye məhəllələridir.

Yerli müəssisələrin və iqtisadiyyatın rəqabətə davamlılığının artırılması məqsədi ilə ölkəmizin istehsal və innovasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsində başqa aparıcı ölkələrdən geriliyini minimuma endirmək əsas hədəflərdən biri kimi qarşıya qoyulmuşdur. Bununla əlaqədar olaraq innovasiya fəaliyyətinin inkişafının stimullaşdırılmasına yönəldilmiş müxtəlif tədbirlər həyata keçirilir (McKinley, 2010).

Azərbaycanda sənayedə texnoloji innovasiyalara çəkilən xərclər 2018-ci il üçün 34353 min manat olmuşdur ki, bunun da 23298 min manatı məhsul innovasiyalarına, 11054 min manatı isə proses innovasiyalarına ayrılmışdır. Bunu aşağıdakı cədvəldən də görə bilərik.

Cədvəl 2. İnnovasiyaların tiplərinə görə sənayedə texnoloji innovasiyalara çəkilən xərclər, min manat

	2014	2015	2016	2017	2018
Bütün sənaye	21534,1	35179,1	27929,0	16135,7	34353,6
məhsul innovasiyaları	13510,4	13685,2	20313,8	10439,6	23298,7
proses innovasiyaları	8023,7	21493,9	7615,2	5696,1	11054,9
Mədənçıxarma sənayesi	4133,5	2671,5	179,6	31,7	1386,0
Emal sənayesi	17383,6	32492,5	27744,4	16104,0	32967,6

Mənbə: AR DSK 2020.

Ölkəmizdə sənayenin iqtisadiyyatdakı xüsusi çəkisi dünyadakı orta göstəricini - 30,5% - təxminən iki dəfəyə qədər üstələməkdədir (Qasımlı: 2014, s.63). Sənayenin quruluşuna nəzər salanda belə bir mənzərəylə qarşılaşırıq: mədənçıxarma sənayesinin payı 2014-cü ildə 68,5 % təşkil etib. Hazırki vəziyyətdə isə durum biraz da gərginləşmiş və bu göstərici 73,3 %-ə qədər artım göstərmişdir. Dəmir filizlərinin hasilatı 0,2%, qum, daş, duz, çınqıl və digər məhsulların hasilatı 0,2 %, eləcə də mədənçıxarma sənayesinə xidmətlərin göstərilməsi 3% paya sahibdir. Emal sənayesi 2018-ci ildə sənayenin quruluşunda 21,9 %, qaz, buxar və elektrik enerjisi istehsalı, bölümü və təchizi 4,1 %, su təchizi, tullantıların təmizlənməsi və təkraremalı isə 0,7 % paya malik olub. Burada isə emal sənayesində son illərdə ümumi pay hesabında azalmanın olduğu müşahidə edilir (Dövlət statistika komitəsi: 2020)

Cədvəl 3. Sənaye istehsalının sahə strukturu, ümumi yekuna nisbətən, müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə

	2014	2015	2016	2017	2018
Bütün sənaye	100	100	100	100	100
Mədənçıxarma sənayesi	68,5	62,1	65,6	70,3	73,3
Emal sənayesi*)	25,1	29,9	27,6	24,4	21,9
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5,7	7,1	6	4,6	4,1
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	0,7	0,9	0,8	0,7	0,7

Mənbə: AR DSK 2020.

Milli iqtisadiyyatda sənayenin payı 2018-ci ildə ümumi mənfəətdə 51,8% olmuşdur. Neft-qaz hasilatı sənayedə əsas yeri tutsa da, ölkəmizdə əczaçılıq, kimya, rezin və plasmas məmulatları, tikinti materialları, neft məhsulları, hazır metal məmulatları, metallurgiya, kompyuter və digər avadanlıqlar, maşın, elektrik avadanlıqları və avadanlıqlar istehsalı, elektrik enerjisi, buxar istehsalı, bölümü və təchizi, su təchizi, tullantılardan istifadə və emalı, eləcə də kosmik sənaye kimi sferaların inkişaf potensialı var.

Metod

Məqalənin yazılmasında analiz və sintez, eyni zamanda da induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, analiz metodu kimi mövzu tam şəkildə götürülmüş və daha sonra fəsillərə bölünərək ayrı-ayrılıqda təhlil olunmuşdur. Daha sonra isə sintez metodu vasitəsilə bu fəsillər iqtisadi sistemdə birləşdirilmişdir. İnduksiya metodu vasitəsilə dissertasiya işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər, başqa sözlə desək, əməli fəaliyyət üçün lazım olan zəruri tövsiyyələr müəyyən edilmişdir.

Analiz

"Dayanıqlı inkişaf" konsepsiyası dedikdə, iqtisadi inkişaf, sosial rifah və ekoloji tarazlığın vahid vəhdətdə formalaşması, hər bir ölkənin ətraf mühit problemlərinin həll olunması istiqamətləri və eləcə də gələcək nəsillərin imkan və potensiallarına heç bir məhdudiyyət qoymadan həmin ölkələrin gələcək nəsilləri üçün rifah halının yaxşılaşdırılmasını təmin etmək başa düşülür. "Dayanıqlı inkişaf" konsepsiyasının uğurla həyata keçirilməsində əsas vəzifə hər bir ölkənin iqtisadiyyatında rentabelliliyin və səmərəliliyin artırılmasını təmin etmək və həmçinin də ekoloji və ətraf mühit problemlərini aradan qaldırmaqdır.

Nəticə

Qeyd olunanların məntiqi yekunu olaraq deyə bilərik ki, Azərbaycan dövlətinin həyata keçirmiş olduğu iqtisadi siyasətlər düzgün və hərtərəfli olmaqla Azərbaycanın davamlı iqtisadi inkişafını təmin edir. Ölkə başçısı cənab İlham Əliyevin yürütmüş olduğu davamlı inkişaf siyasəti ölkənin daxili və xarici siyasətində də öz əksini tapmaqla bu gün Azərbaycanın inkişafının təməlində dayanır.

Bu gün Azərbaycanda əmək ehtiyatlarının keyfiyyətinin yüksəldilməsi, əmək bazarının və davamlı inkişaf edən iqtisadiyyatın tələblərinə uyğunlaşdırılması, bütövlükdə əmək bazarında işçi qüvvəsinin istifadəsində səmərəliliyin artırılması sahəsində məsələlərin həlli beynəlxalq və milli əmək bazarının tələblərinə cavab verən peşə və ixtisas (kvalifikasiya) standartlarının, onların əsasında isə təlim, təhsil və tədris proqramlarının hazırlanması və tətbiqi vasitəsilə həyata keçirilir. Səriştələr əsasında hazırlanmış peşə standartlarının tətbiqi milli işçi qüvvəsinin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması və onun beynəlxalq əmək bazarına inteqrasiyası üçün əsas alətdir.

Azərbaycan da Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərini prioritetlərindən biri olaraq qəbul etmişdir və Cənab Prezident İlham Əliyevin 6 oktyabr 2016-cı il tarixli fərmanına əsasən dövlət proqramlarının və strategiyalarının Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri ilə uzlaşdırılmasının təmin edilməsi, eləcə də Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə nail olunması ilə əlaqədar illik hesabatların tərtib edilməsi üçün Azərbaycan Respublikasının Dayanıqlı İnkişaf üzrə Milli Əlaqələndirmə Şurası yaradılıb.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov İ. D., (2011). "Ərzaq təhlükəsizliyi və kənd təsərrüfatının prioritet istiqamətləri". Bakı. 452 səh.
2. Alıyev İ.H, Məmmədov Y.Ə., (2014) "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasının tətbiqi Azərbaycan Respublikasında qeyri-neft sənayesinin inkişaf proqramı Bakı, "Avropa", 134 səh.
3. Alıyev İ.H. və Soltanlı İ.Q. (2013), "Milli iqtisadi inkişaf modelinin formalaşmasının qanunauyğunluqları və xüsusiyyətləri. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. III Beynəlxalq konqres". Bakı, 15-17 oktyabr.

4. Aslanzadə İ. A. (2013). Dövlət innovasiya siyasətinin formalaşdırılması və sənaye sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi problemləri. İqtisad elmləri doktoru. dissertasiyasının avtoreferatı. AMEA, İqtisadiyyat İnstitutu. Bakı.
5. Atakişiyev M.C. Azərbaycan 2020: milli iqtisadi inkişaf və səmərəli yüksəlişin problemləri // Azərbaycanın vergi jurnalı, № 4, 2012. səh., 135-146.
6. Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2014-cü il 26 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
7. Əhmədov B.S. (2010), "Milli iqtisadiyyatda investisiya qərarlarının qəbulu mexanizmi və ona təsir edən amillər" / "İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika" jurnalı, № 2. səh. 5-8
8. İsrafilov H.A., (2010). Q"loballaşma şəraitində istehlak kooperasiyasının inkişaf perspektivləri". Bakı, 417 səh.
9. Mahmudova İ.M., Mahmudov M.M.. (2011). "Regionların sosoial-iqtisadi inkisafının tənzimlənməsi". Bakı. 265 səh.
10. Muradov A.N.. və b. (2008), Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişaf istiqamətləri. (kolloktiv monoqrafiya) Bakı. 524 səh.
11. Nuriyev Ə.(2011). Regional siyasət və idarəetmənin əsasları. Bakı., 298 səh.
12. Rzayev İ., (2010). "Azərbaycan Respublikası regionlarının davamlı sosial-iqtisadi inkişafı: mövcud vəziyyət və gələcək perspektivlər". Bakı. 415 səh.
13. Sərdarov T.Ə., (2009). "Bazar münasibətləri şəraitində Azərbaycan Respublikasında əhalinin və məşğulluğun formalaşması", Bakı. 368 səh.
14. Mckenzıe S., (2004). "Social Sustainability: Towards Some Definitions", Hawke Research Institute Working Paper Series No 27, Hawke Research Institute University Of South Australia Magill, South Australia 2004.
15. McKinley T., (2010). Inclusive Growth Criteria and Indicators: An Inclusive Growth Index for Diagnosis of Country Progress. ADB Sustainable Development Working Paper Series, No(14), Philippines, Asian Development Bank

Dini və Etnik Faktorların Beynəlxalq Ticarətə Təsiri

Elpərəs Sayadov

elparas.sayadov@mail.ru

Xülasə

İqtisadi qloballaşma və mədəniyyət haqqında mübahisələr bu gün geniş yayılmışdır. Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın statik və dinamik faydaları olduğu artıq aydındır. Eyni zamanda, bir çox insanlar milli sistemlər arasında daha dərin inteqrasiya tələb edən bu istiqamətdə irəliləyişin mədəni mənsubiyyətlərini riskə ata biləcəyindən qorxurlar. Qloballaşma istehlak üçün malların miqdarını artırdığına dair hökm qəbul olunsa da, problem onların keyfiyyətinə aid olur, çünki mallar kimlik (mədəni mənsubiyyət) vasitəsi kimi qəbul olunur. Bu gərginlik həm də Ümumdünya Ticarət Təşkilatının mal və xidmət sahələrinə aid qayda-qanunların mədəni məhsullara yayılması ideyası ilə bağlı niyə bu qədər narahatlığın olduğunu izah edir.

Müasir cəmiyyət beynəlxalq kommunikasiya və ölkələr arasında qarşılıqlı ticarət əlaqələri olmadan təsəvvür edilə bilməz. Qarşılıqlı ticarətin şərtləri və imkanları həm ölkələrin məcmuəsində, həm də eyni dinamikada eyni ölkəyə münasibətdə fərqlilik və qeyri-bərabərlik ilə səciyyələnən ikitərəfli və ya çoxtərəfli sazişlərlə təmin olunur. Beynəlxalq ticarət müəyyən dərəcədə öz maddi maraqlarını həyata keçirən iri transmilli korporasiyaların təsiri altındadır və bütövlükdə bir çox fərqli amillərin ticarət əlaqələrinin iştirakçılarına əhəmiyyətli təsiri vardır.

Beynəlxalq ticarətdə dini təşkilatlar mühüm rol oynayir. Lakin bir çox dini təşkilatlar beynəlxalq təşəbbüslərini koordinasiya etməyə yeni başlayır. Genişmiqyaslı müştərək layihələrə keçid çox vaxt və səy tələb edəcəkdir. Bu baxımdan dinlərarası əməkdaşlığın ən vacib məqsədi ictimai və siyasi həyatda mühüm rol oynayan dini ənənələrinin qarşılıqlı olaraq yadlaşmalarının aradan qaldırılmasıdır.

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi beynəlxalq ticarətə çoxlu sayda amillərin təsiri vardır. Bu bölmədə sosial-mədəni amillərin növləri olan dini və etnik amillərin təsiri araşdırılacaqdır.

Açar sözlər: dini faktorlar, etnik faktorlar, beynəlxalq ticarət

Giriş

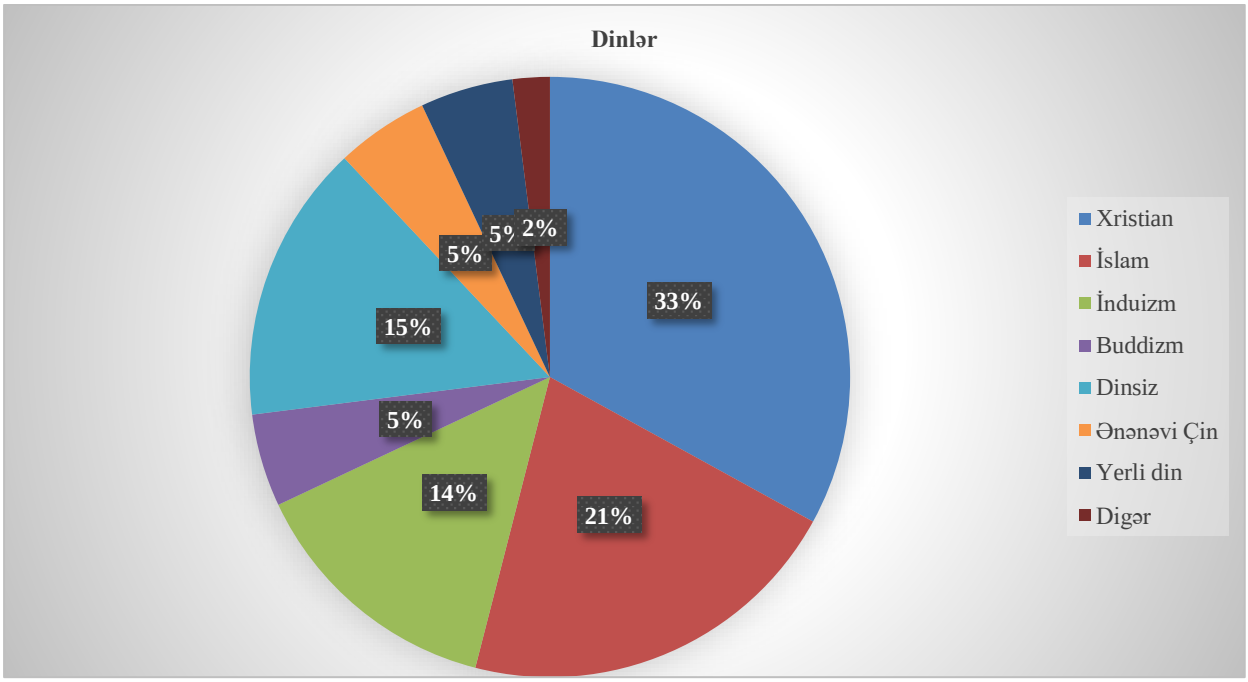
Din empirik olaraq təsdiqlənə bilməyən reallıqla əlaqəli birləşmiş vahid inanclar, fikirlər və hərəkətlər toplusudur. Din təbii və insani hadisələrin gedişatına təsir edir. O insanların son maraqları ətrafında formalaşmış bir həyat tərzidir "(Azemina, 2018).

Dünyadakı ən böyük din qruplaşmaları xristianlıq və islamdır (Diaqram 1). Xristianlığın təxminən 2,1 milyard numayəndəsi var və bu dünya əhalisinin təqribən 33% -ni təşkil edir. Digər tərəfdən, İslam 1,3 milyard insan tərəfindən qəbul olunub və dünya əhalisinin təxminən 21% -ni təşkil etməklə dünyanın ikinci ən populyar dini hesab olunur (Morrison, 2018).

Dini faktorların beynəlxalq ticarətə təsiri

Dünyanın bir çox ölkələrində din insanların həyatında mühüm rol oynayır. Din hətta iş haqqında düşünmə tərzini də müəyyənləşdirir. Nəticə etibarilə din işgüzar fəaliyyətə və korporativ mədəniyyətə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bir çox şirkət iş prosesini tətil, iş saatları, yemək vərdişləri, geyim tərzi və s. baxımından müəyyən bir ölkədə üstünlük təşkil edən dinə uyğunlaşdırır.

Diaqram 1. Dünya dinlərinin əhali sayında payı (faizlə)



Mənbə: http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/729 (20.03.2020)

Dünyanın bir çox ölkələrində din insanların həyatında mühüm rol oynayır. Din hətta iş haqqında düşünmə tərzini də müəyyənləşdirir. Nəticə etibarilə din işgüzar fəaliyyətə və korporativ mədəniyyətə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bir çox şirkət iş prosesini tətil, iş saatları, yemək vərdişləri, geyim tərzi və s. baxımından müəyyən bir ölkədə üstünlük təşkil edən dinə uyğunlaşdırır.

Beynəlxalq ticarət nöqteyi-nəzərindən din hansısa şirkətin müəyyən bir ölkədə fəaliyyət göstərmək qərarına gəldikdə nəzərə alınması vacib sosial amildir. Din insanlara təsirləri sayəsində beynəlxalq ticarətin iştirakçılarına və onların səmərəli fəaliyyətlərinə təsir göstərir. Məsələn, transmilli şirkətlər fəaliyyət göstərdikləri hər ölkədə dini bayramlar barədə məlumatlı olmalıdırlar. İslam ölkələrinin əksəriyyətində oruc ayı olan Ramazan ayında məhsuldarlıq xeyli aşağı düşür. Eynilə, Asiyanın bir çox ölkəsində iş tempi Çin Yeni ilini qeyd edərkən yavaşlayır. Vəziyyət bir çox Avropa ölkələrində Pasxa tətillərində də eynidir (Felbermayr, Toubal, 2010).

Bəzi ölkələrdə müəyyən dinlərin ardıcıllarına şirkətin xarici görünüş normalarına uyğun olmayan formada geyinmək və ya öz xarici görünüşlərini dəyişməməyə icazə veriilir. Bundan əlavə beynəlxalq ticarətdə istehsal olunan məhsullar və ya maddələrin müəyyən ölkədə qadağan olması maneə təşkil edir. Məsələn, transmilli şirkətlər İslam ölkələrində donuz əti məhsulları istehsal edə və ya sata bilməzlər, çünki donuz əti və onunla əlaqəli olan hər şey İslam dininə görə qəti qadağandır (Ajami, Goddard, 2014).

Beynəlxalq münasibətlərdə dini amilin rolu mübahisəli olaraq qalmaqdadır. Buna baxmayaraq, yuxarıda göstərilənlərdən bir neçə nəticə çıxarmaq olar:

1. Aparıcı dinlərdəki fundamentalist cərəyanlar qlobal humanitar məkanın, bəzi hallarda beynəlxalq təhlükəsizlik məkanının parçalanmasının öhdəsindən gəlməyə ciddi maneələr yaradır. Beləliklə, müsəlman ölkələrində müasir İslam fundamentalizmi dərin bir etiraz ittihamını tam dəstəklənən siyasi proqramlara çevirdi. Bu prosesin əhatə dairəsi İslam fundamentalizmini dünya

siyasətində nüfuzlu bir subyekt halına gətirir. Bu təsir, xüsusilə postsovet məkanının bölgələrində aydın şəkildə özünü göstərir.

2. Beynəlxalq dinlərarası əməkdaşlıq ideyası tək qlobal mübahisələrin hılli proqnozuna deyil, həm də yerli münaqişələrin həlli üçün vacib bir əsas kimi görünür. Bununla yanaşı, o əhəmiyyəti siyasi şərtlərdən asılı olan daha çox istəyə bağlı bir amildir.

3. Xarici siyasət planlaması, dinlərarası əməkdaşlığı nəzərə alaraq, beynəlxalq əlaqələrin tənzimlənməsinə yeni elementlərin daxil edilməsi haqqında danışmağa imkan verir. Praktik mənada bu, dini qurumların problemlərin aşkarlanmasında, təhlil edilməsində və qəbul edilmiş və razılaşdırılmış qərarların birbaşa yerinə yetirilməsində daha əhəmiyyətli rol oynaya bilməsi deməkdir (Ajami, Goddard, 2014).

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, ticarət iştirakçıları tərəfindən dinlərin düzgün anlaşılması və onlara hörmət edilməsi beynəlxalq ticarətin inkişafı üçün son dərəcə vacibdir.

Etnik faktorların beynəlxalq ticarətə təsiri

Etnik amillər də beynəlxalq iqtisadi və ticarət əlaqələrinə təsir göstərir. Xüsusi dil və mədəniyyət mühiti olan milli(etnik) regionlar, ölkələr və xalqlar beynəlxalq humanitar və mədəni məsələlərdə əməkdaşlığı inkişaf etdirirlər. Alimlərin araşdırmalarına görə, beynəlxalq əlaqələrin inkişafı və özlərinin milli-mədəni inkişafı üçün beynəlxalq dəstək axtarışında əlavə stimullar ən çox elə etnik qürümlarda olur ki, onlar ölkədə demoqrafik çoxluğu təşkil etmirlər və müvafiq olaraq hakimiyyət orqanlarında kifayət qədər güclü təmsil olunmurlar (Aswathappa, 2010). Belə hallarda ölkələrin beynəlxalq fəaliyyəti də etnik mədəniyyətin özünütanıma məqsədindən irəli gəlir və ayrıca bir cəmiyyət kimi öz hüquqlarını tanımağa və qorumasına yönəlmişdir. Məhz buna görə beynəlxalq ticarət əlaqələri qurularkən bu xalqların, cəmiyyətlərin təhsil, din, dil, mədəniyyət və onların beynəlxalq fəaliyyətlərində özünəməxsus etnik-mədəni maraqları nəzərə alınmalıdır.

Etnik faktorları aşağıdakı kimi təsnif etmək olar:

- Etnik mənsubiyyət
- Etnik dəyərlər
- Oxşar etnik tərkibli ölkələrin beynəxalq ticarət əlaqələri və s.

Etnik mənsubiyyət şəxsin müəyyən bir etnik icmaya mənsubiyyətinin dərk edilməsi olaraq sosial kimliyinin tərkib hissəsidir (https://psychology.wikia.org/wiki/Sociocultural_factors,2019). Quruluşunda adətən iki əsas komponent fərqlənir - idrakı (mənsub olduğu etnik qrupu xüsusiyyətləri bilik və təsəvvürlər və müəyyən xüsusiyyətlərə əsaslanaraq özünü bir üzv kimi tanıma) və affektiv (öz qrupunun keyfiyyətlərinin qiymətləndirilməsi, üzvlüyə münasibət, bu üzvlüyün əhəmiyyəti).

Digər sosial məfhumar kimi etnik mənsubiyyət (kimlik) sabit bir varlıq deyildir, çünki bu sosial qarşılıqlı təsirdir (Felbermayr, Toubal, 2010). Etnik kimlik tez-tez milli fərqlər ilə əlaqələndirilir. Milliyyətdən əlavə olaraq etnik qruplar da digər etnik xüsusiyyətlərə əsaslanaraq müəyyən edilə bilər. Etnik mənsubiyyət xususiyyətlərini Felbelmayr (Felbermayr, Toubal, 2010) dil, dəri rəngi, din, və ləhcəni qeyd edir.

Digər alimlər xüsusi etnik dəyərlərin fərqli mədəniyyətlərə aid edilə biləcəyinə inanırlar. Hofstede (Hofstede, 2005) əllidən çox ölkədə transmilli korporasiyalardada aparılan bir araşdırma əsasında bir mədəniyyətin digər mədəniyyətlərə nisbətlə ölçülə biləcəyi dörd ölçülü bir model hazırladı. Bunlar əvvəldə də qeyd olunduğu kimi güc məsafəsi, fərdilik/kollektivizm, kişilik/qadınlıq və qeyri-

müəyyənlikdən qaçınmadır. Apardığı araşdırma nəticəsində Hofstede (Hofstede, 2005) müəyyən edir ki, bir çox başqa şeylərlə bərabər, Danimarka mədəniyyətinin fərdiliyə və qadınlığa əsaslanır, Meksika mədəniyyətinin isə kollektivliyə və kişiliyə əsaslanır.

Eynilə Hofstede olduğu kimi, Gokmen (Gokmen, 2017) kollektivizm və fərdilik kimi dəyərləri də müəyyən etnik qruplara xas olan xüsusiyyət hesab edir. ABŞ-dakı əsas etnik qruplar mövzusunda bir sitatında bunu nümunə göstərir:

"Ənənəvi etnik dəyərləri ilə güclü bir şəkildə fərqlənən Asiyalı Amerikalılar, yerli Amerikalılar və Latin Amerikalılar qrup yönümlü olmağa meyllidirlər. Avropa dəyərləri və normaları ilə güclü bir şəkildə müəyyənləşən Avropa Amerikalıları (şüursuz olsa da) fərdiliyə istiqamətlənməyə meyllidir. " (Gokmen, 2017).

Onun dediyinə görə Asiyalı Amerikalılar, yerli Amerikalılar və Latin Amerikalılar kollektivist olduğu halda, Avropa Amerikalıları fərdiliyə üstünlük verirlər. Gokmenin etnik kimlik anlayışı, Hofstede'nin anlayışından bir sıra məqamlarda fərqlənir. Ən əsası, o fərqli etnik qruplardakı heterogenliyə(fərqliliyə) diqqət yetirir. Gokmenə görə (Gokmen, 2017), etnik kimlik dəyərlərinin insanların mənsub olduqları qruplara qarşı saxladıqları subyektiv etibarlılıq və sədaqət kimi etnik kimlik göstəricisi ilə qarşılıqlı əlaqədə olduğuna inanır. Beləliklə, güclü etnik kimlik fərqliliyi olan kollektivist etnik qruplardan olan şəxslər kollektiv dəyərlərə uyğun hərəkət etməyə meyllidirlər. Lakin, onların etnik kimliyi baxımından bağlılığı zəif olduqda, riayət etdikləri etnik kimlik dəyərləri fərdi ola bilər (Gokmen, 2017).

Etnik mənsubiyyət və etnik dəyərlər milli mədəniyyəti yaradan əsas amillərdir. Məhz milli mədəniyyət xalqın, olkənin sosial,iqtisadi və s. xüsusiyyətlərini yaradır.

Metod

Elmi məqalə müxtəlif metodlar ilə tədqiq olunmuşdur. Belə ki, məqalə dini və etnik faktorların beynəlxalq ticarətə təsirinin təhlilinə əsaslanmışdır. Bu mövzunun təhlilində statistik, tarixi-məntiqilik, tarixi, müqayisə, eləcə də nəzəri və empirik metodlardan və digər kəmiyyət metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Mədəniyyət bir çox komponentlərdən təşkil oluna bilər. Bu elementlər insanların inancları və davranışları ilə əlaqədar yaranır. Hər bir xarici ölkənin beynəlxalq ticarət perspektivlərini onun mədəniyyətinin elementləri ilə formalaşdırmaq onların iş fəaliyyətlərinə təsir göstərir. Beynəlxalq ticarətə təsir edə biləcək əsas mədəniyyət elementləri sayıla bilər (Rauch, 2011):

1. Münasibət və inanc - Hər bir ölkədə, mədəniyyətinin bir hissəsini təşkil edən münasibət və inanclara əsaslanan davranış normaları mövcuddur. Münasibət və inanclar ölkədən ölkəyə dəyişir. Beynəlxalq şirkətlər hər bir xarici ölkədə ayrı bir mədəniyyətə münasibət və inancların fərqli bir dəstəsi ilə qarşılaşırlar və bu, cəmiyyətin və ayrı-ayrı mənsubiyyətin yaranması və onun istiqamətlərini təmin edən insan davranışının bütün aspektlərinə təsir göstərir. Müxtəlif ölkələr arasında münasibət və inanc fərqinin müəyyən edilməsi beynəlxalq ticarət əlaqələrində insanların davranışlarını daha asan başa düşməsinə kömək edir;

2. Vaxta münasibət - Bu insanların təmkinliliyi, işgüzar ünsiyyətə verdiyi cavablar, son tarixlərə münasibət və görüş üçün gözlədikləri vaxtın miqdarı barədə davranışlarına aiddir. Məsələn,

amerikalıların punktual olmaları məlumdur və "vaxt puldur" ifadəsi zamana münasibətini dəqiq izah edir. Bunun əksinə olaraq, digər ölkələrdən olan insanlar zamana daha az çeviklik göstərə bilərlər. Analoji olaraq, müxtəlif ölkələrdə fəaliyyət göstərərkən zamana münasibətdəki bu fərqləri nəzərə alınlmalıdır;

3. İşə və istirahətə münasibət - Müxtəlif ölkələr arasında iş və istirahətə münasibətdə fərqlər var. Bəzi ölkələrdə insanlar əsas yaşayış ehtiyaclarını ödəmək üçün lazım olduğundan daha çox saat işləyirlər. Bu münasibət onların var-dövlətə və maddi qazanclara münasibətlərini göstərir;

4. Uğura münasibət - İşə ümumi münasibətlərdə mədəni müxtəliflik insanların nailiyyətə motivasiyası ilə əlaqədardır.

5. Dəyişikliyə münasibət – Beynəlxalq ticarətdə ayrı-ayrı ölkələr arasındakı dəyişikliyə münasibətdə fərqi gözlənilməlidir (Rauch, 2011). Bir mədəniyyətin dəyişikliyə müqavimət göstərməsi, dəyişmə prosesinin müxtəlif xarici ölkələrdə necə baş verməsi, müqavimət sahələrinin aralarında necə fərqlənməsi və eyni dəyişikliyin həyata keçirilməsi üçün nə qədər vaxt lazım olduğu kimi bəzi əsas mədəniyyət məsələləri nəzərə alınmalıdır ;

6. İşə münasibət - Ölkədə müəyyən peşənin əhəmiyyəti bu peşəyə qoşulmaq istəyən və onu axtaran insanların sayını və keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə müəyyənləşdirir. Nəticə etibarilə, əgər iş hansısa ölkədə nüfuzlu bir peşə kimi qəbul edilərsə, şirkətlər yerli mütəxəssislərin daha geniş seçiminə sahib olacaqlar

Nəticə

Beynəlxalq ticarət nöqteyi-nəzərindən ölkələrin etnik xüsusiyyətləri – etnik mənsubiyyəti,dəyərləri və dili nəzərə almaq vacibdir. Ümumi bir dilin olmaması xarici filialların və onların rəhbərlərinin fəaliyyətində əsasən mənfi olaraq əks olunduğu ortaya çıxmışdır. Nəticə etibarı ilə yerli şirkət və ya ana şirkətin dilinə, korporativ mədəniyyətinə və dəyərlərinə bələd olan vətəndaşları yerli rəhbər və ya yüksək səviyyəli idarəetmə vəzifələrinə təyin etməklə etnik amillərlə bağlı çətinliklər azaldıla bilər.

Ədəbiyyatlar

1. Azemina M.(2018) Socıo-cultural factors and their impact on the performance of multınatıonal companies. Integrated Business Faculty - Skopje, Republic of Macedonia. P. 2-5;
2. Morrison, J. (2008) International Business: Challenges in a Changing World, Palgrave Macmillan, New York, p. 124.
3. Felbermayr G., Toubal F. (2010) Cultural proximity and trade // European Economic Review.. Vol. 54, № 2. P. 279–293.
4. Ajami, A.R., Goddard, J.G. (2014) International Business: A Course on the Essentials, M. E. Sharpe, Inc., New York, p. 277-278;
5. Aswathappa, K. (2010) International Business, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi,
6. Hofstede G.(2005) Culture's Consequences, International Differences in Work Related Values, Sage.p.254-258;
7. Gokmen G.(2017) Clash of Civilizations and the Impact of Cultural Diff erences on Trade // Journal of Development Economics. Vol. 117. P. 449–458
8. Rauch J. (2011) Business and Social Networks in International Trade // Journal of Economic Literature.. Vol. 39, № 4. P. 1177–1203
9. https://psychology.wikia.org/wiki/Sociocultural_factors,2019
10. http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/729

Azərbaycanin Beynəlxalq Valyuta Fondu İlə Əməkdaşlığının Genişləndirilməsi İstiqamətləri

Məhbubə Tağısoy

mahbubetahisoy@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi Beynəlxalq valyuta fondunun fəaliyyət məqsədini müəyyənləşdirmək və onun inkişaf etməkdə olan ölkələrlə eləcə də Azərbaycanla olan əməkdaşlıq əlaqələrini gözdən keçirmək və bu əlaqələrin genişləndirilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdir. Dünya dövlətləri arasındakı istər sosial, istərsə də iqtisadi və maliyyə əlaqə və münasibətlər daim inkişaf etməkdədir.Xüsusilə də İkinci Dünya Müharibəsindən sonrakı mərhələdə müharibədən dərin zədə almış dünya iqtisadiyyatını dirçəltmək, inkişafının harmonikliyini təmin etmək məqsədilə bir sıra maliyyə insitutları yaranmağa başlamışdır. Bundan sonra inkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişafının maliyyələşdirilməsini təmin edə bilmək üçün xarici borc və xarici yardım təşkilatları meydana çıxmışdır.BVF-nun mövcudluğu illərində onun fəaliyyət miqyası nisbətən genişlənmiş, funksiyaları kifayət qədər dəyişmişdir. Qlobal səviyyədə makroiqtisadi siyasətin istiqamətləndirilməsində beynəlxalq iqtisadi arenada aktiv iştirakçılardan birinə çevrilmişdir. Belə ki, valyuta və ticarət münasibətləri şöbəsi yerinə analitik şöbə qurulmuşdur. Analitik funksiyaları yerinə yetirən şöbə üzv olan ölkələrin hazırda həyata keçirdiyi makroiqtisadi siyasət məsələlərinə nəzər yetirir. Təşkilati quruluşda regional bölmələr Afrika, Asiya və Sakit okean, Avropa (onlar ikidir), Orta Şərq və Qərb yarımkürəsi üzrə yaranmağa başladı. BVF müstəqil və şəxsi ekspertiza xidmətinə və həm də BVF-na həvalə edilmiş vəzifələri yerinə yetirmək üçün digər xidmətlərə malikdir.Azərbaycanın Beynəlxalq Valyuta Fondu ilə əməkdaşlığı, onun iqtisadi nəticələri araşdırılır. Müəllif belə nəticəyə gəlir ki, Azərbaycanda davamlı iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün Beynəlxalq Maliyyə İnstitutları ilə, o cümlədən Beynəlxalq Valyuta Fondu ilə əməkdaşlığın genişlənməsinə ehtiyac vardır. Bu əməkdaşlığın əsas istiqamətləri qeyri-neft sektorunun inkişafına, xüsusilə kənd təsərrüfatının inkişafına yönəlməlidir.

Açar sözlər: Beynəlxalq, Maliyyə, Valyuta

Giriş

Beynəlxalq Maliyyə Təşkilatları qlobal səviyyədə iqtisadi inkişaf məqsədlərinə xidmət göstərən və maliyyə resurslarının bölgüsünü təmin edən böyük əhəmiyyətə malik institutlardır. Bu qurumlardan iki ən böyüyü Dünya Bankı qrupu və Beynəlxalq Valyuta Fondudur. BVF dünya valyutasının monitorinqini həyata keçirtmək, ölkələr arası ödəmə sistemini təşkil etmək və ödəmə balansında ciddi kəsrlərə malik ölkələrə borc vermək kimi məsələlərin icrası ilə məşğul olur, qlobal iqtisadi inkişafa və iqtisadi stabilliyə dəstək olmaq məqsədilə fəaliyyət göstərir. O, iqtisadi çətinliklərlə qarşı-qarşıya olan üzvlərə siyasət məsələləri üzrə məsləhətlər verir və onları maliyyələşdirir, eləcə də, İEOÖ-lə işləyərək, makroiqtisadi sabitliyə nail olmaq və yoxsulluğu azaltmaq yolunda onlara kömək edir. Dünya Bankı yalnız İEOÖ-ə kredit verməkdədir. BVF isə az bir vaxt içərisində yaranan maliyyə problemlərini aradan qaldırmaq üçün ehtiyac sahibi bütün üzv ölkələrə kreditlər verir. Bu nöqteyi-nəzərdən Beynəlxalq Valyuta Fondunun tədqiqi olduqca maraqlı və aktual məsələdir.

Müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında beynəlxalq institutlarla olan beynəlxalq iqtisadi münasibətlər mühüm əhəmiyyətə malikdir. Demək olar ki, beynəlxalq maliyyə təşkilatları ilə əməkdaşlıq bütün ölkələrin iqtisadi siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri halını almışdır. Çoxsaylı beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq edən Azərbyacan da beynəlxalq maliyyə təşkilatları ilə əməkdaşlıq edir, bu əməkdaşlığın daha da genişləndirilməsi, inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Azərbaycanla Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) arasında əməkdaşlıq 18 sentyabr 1992-ci ildən etibarən inkişaf etməyə başlamışdır. İlk illərdə BVF respublikamıza altı proqram səviyyəsində kreditlər ayırmış və Azərbaycanda iqtisadi islahatlarla əlaqədar diqqəti cəlb edən vacib problemlərin həllində iştirak etmişdir (

Gənciyev, 2016). Lakin 2005-ci ildən başlayaraq Azərbaycan hökuməti BVF-dən kredit almaqdan imtina etmiş və hazırda ölkəmizlə bu qurum arasında əməkdaşlıq əsasən məsləhətləşmələr əsasında həyata keçirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, BVF-un əsas funksiyası üzv ölkələrin müxtəlif məqsədlər üçün kreditə ehtiyacı yarandıqda həmin dövlətlərə kvotalarından asılı olaraq kredit verməkdən ibarətdir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, müxtəlif ölkələrdə iqtisadi durumun etibarlığı, borc ödəmə qabiliyyətinin səviyyəsi və s. göstəricilər üzrə beynəlxalq şirkətlərdə, həmçinin Trans milli korporasiyalarda digər ölkələrə investisiya qoymağın mümkünlüyü fikrinin BVF tərəfindən bildirilməsi milli iqtisadiyyatların inkişafında böyük rol oynayır. Sanki investorlara əsas verir ki, respublikada sabitlik və biznes mühiti mövcuddur və ora sərmayə qoymaq mümkündür.

Azərbaycanla BVF-u arasında əməkdaşlığın təkmilləşdirilməsi imkanlarını nəzərdən keçirtməzdən əvvəl dövlət müstəqilliyinin ilk illərindən başlayaraq hazırkı dövrdəki fondla respublikamızın əlaqələrinin inkişaf dinamikasını təhlil edək.

Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı həmçinin iqtisadi təhlil, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik tədqiqatlar üsullarından istifadə olunmuşdur.

İşin yazılmasında analiz - sintez, həmçinin induksiya - deduksiya metodlarından istifadə olunmuşdur. Analiz metodunda mövzu tam olaraq da götürülmüş və daha sonra başlıqlara bölünərək ayrılıqda təhlil edilmişdir. Daha sonra da sintez metodu ilə bu başlıqlar iqtisadi sistemdə toplanmışdır. İnduksiya metodu ilə dissertasiya işi barəsində iqtisadi faktlar yığılmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Daha sonra deduksiya metodu ilə isə həmin toplanan faktlarla nəzəri nəticə, prinsiplər, başqa sözlə, əməli fəaliyyətlərə görə lazımi tövsiyyələr müəyyənləşdirilmişdir.

Məqalənin informasiya mənbəyi kimi, məqalə mövzusu ilə əlaqəli məsələləri özünə daxil edən milli və xarici ədəbiyyatdan, yerli və xarici mütəxəssislərin elmi araşdırmalarından, eləcə də Beynəlxalq Valyuta Fondunun rəsmi internet saytlarındakı jurnallardan istifadə olunmuşdur.

Tədqiqat işinin obyekti kimi Beynəlxalq Valyuta Fondu və ölkəmizin fondla olan əməkdaşlığı çıxış edir. Tədqiqatın predmetinə Beynəlxalq Valyuta Fondunun yaranması və strukturu, fəaliyyət mexanizmi, İEOÖ-lə olan əməkdaşlığı və onun dərinləşdirilməsi problemləri, Azərbaycanla olan əməkdaşlığın ilkin əsasları, əlaqələrin müasir vəziyyəti və gələcək perspektivləri və s. Aiddir.

Analiz

Beynəlxalq Valyuta Fondu :

BVF 1944-cü ildə ABŞ-da Bretton-Vuds ayalətində BMT-nin valyuta konfransında qurulmuşdur. Qurumun yaradılmasında məqsəd beynəlxalq maliyyə sferasında beynəlxalq əməkdaşlığı şərait yaratmaq, qlobal ticarətin genişlənməsinini və stabil inkişafı təmin etmək, eləcə də üzv ölkələrin iqtisadi inkişafına kömək etmək, üzv ölkələrin valyuta sabitliyinə xidmət göstərmək, üzv ölkələrin tədiyyə balansındakı nataraqlıqları yox etmək üçün ilə onlara kredit vermək, ümumdünya ticarət münasibətlərinə maneçilik törədən valyuta idxalı məhdudiyyətlərinin yox etmək beynəlxalq iqtisadi əlaqələrə manea olan problemləri aradan qaldırmaq, və s. idi. BVF Birləşmiş Millətlər Təşkilatının ixtisaslaşmış orqanıdır.Bununla bərabər BVF Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqtisadi və Sosial Şurasının işində də iştirak edir. Bu işdə BVF müstəqil fəaliyyət göstərir və maliyyə və idarəetmə

strukturundan ibarət nizamnaməsiyə malikdir.

1944-cü ildə Bretton Woods konfransında yaradılan Beynəlxalq Valyuta Fondu (Bayramov, 2018):

- mübadilə məzənnələrinin stabilliyinə imkan yaradır və valyuta sferasında qaydaları tənzimləyir;

- pul-kredit sistemində ölkələri beynəlxalq əməkdaşlığa təşviq edir;
- çoxtərəfli ödəniş sistemlərinin qurulması və valyuta məhdudiyyətlərinin aradan qaldırılmasına yardım edir;

BVF "Xüsusi borcalma hüquqları" şəklində beynəlxalq valyuta ehtiyatları yaradaraq öz üzvlərinə təqdim etmək səlahiyyətlərinə malikdir. Fondun maliyyə ehtiyatları üzv dövlətlərin üzvlük haqqı ("kvota") əsasında formalaşır. Kvota üzv dövlətlərin iqtisadiyyatlarının nisbi ölçüsünə əsaslanan düstura əsasən hesablanır.

BVF-nun əsas maliyyə məqsədi ödəniş balanslarında çətinlik çəkən üzvlərə qısamüddətli kreditlərin verilməsidir. Fonddan kredit alan ölkələrsə bu cür çətinlikləri yaradan səbəbləri aradan qaldırmaq məqsədilə lazımı islahatlar keçirmək barəsində qərar qəbul edirlər. BVF- dan əldə edilən kreditlərin həcmi kvotaya mütənasib olaraq məhdudlaşır. Fond həmçinin aşağı dərəcəli gəlirlərə malik üzv-dövlətlərə də güzəştli şərtlərlə yardım təşkil edir.

İdarə Heyəti Fondun idarəetmə orqanıdır –. Hər il toplanan İdarə Heyəti iclaslarında bütün üzv ölkələr iştirak edir. 24 üzvdən ibarət İcraedici şura gündəlik işlərə nəzarət və rəhbərlik edir. İdarə Heyətinin tərkibinə daxil olan 24 üzvlü Beynəlxalq pul-maliyyə komitəsi öz səlahiyyətlərinə daxil olan məsələlər barədə Şuraya məsləhətlər verir.

Beynəlxalq Valyuta Fondunun nəşrləri World Economic Outlook və Global Financial Stability Report ildə iki dəfə nəşr edilir.

Azərbaycanın Beynəlxalq Valyuta Fondu ilə əməkdaşlığı:

BVF-u ilə Azərbaycan arasındakı əlaqələrdə ölkədə sənayenin inkişafı, enerji və su təminatı probleminin həlli istiqamətində islahatların aparılması, dövlət banklarının özəlləşdirilməsi, , neft fondunun fəaliyyətində və digər sahələrdə şəffaflığın təmin edilməsi əsas istiqamətlər sırasında yer alır. Bu kimi problemlərin həlli baxımından fondla əməkdaşlıq mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ulu öndər H.Ə.Əliyev Azərbaycanla BVF-u arasında əlaqələrin genişləndirilməsinə böyük önəm vermiş və respublikamızın iqtisadi siyasətində strateji istiqamət kimi əməkdaşlığın davam etdirilməsini qeyd etmişdir. H.Ə.Əliyevin sərəncamı əsasında mart 2001-ci ildə "İqtisadi inkişaf və yoxsulluğun azaldılması" üzrə Dövlət proqramı hazırlamaq üçün dövlət komisiyası yaradıldı. Iqtisadi İnkişaf Nazirliyi, BVF və Ümumdünya Bankı ilə sıx əməkdaşlıq əsasında bu proqramı hazırladılar. 2002-ci ilin oktyabr ayının 25-də Bakı şəhərində yuxarıda qeyd etdiyimiz proqramın təqdimatı üzrə konfrans keçirildi. Konfrasda ulu öndər H.Ə.Əliyev və Bakıda BVF-ı təmsil edən Maykl Merdi iştirak edirdilər. Müzakirə olunan proqramın və yoxsulluq probleminin həllinin respublikamız üçün böyük əhəmiyyəti olduğu qeyd edilmişdir.

BVF-nun ekspertləri Azərbaycanda iqtisadiyyatın bir çox sahələrində islahatların aparılmasına kömək etmiş və beynəlxalq standartlara uyğun olaraq "Banklar haqqında", "Azərbaycan Respublikasının Milli bankın haqqında" qanunların hazırlanmasında əməkdaşlıq həyata keçirilmişdir.

Azərbaycanla BVF-u arasında əməkdaşlığın inkişafının vacibliyini respublikamızın prezidenti İlham

Əliyev də yüksək qiymətləndirimişdir. Prezident İlham Əliyev 26 may 2004-cü ildə BVF-nun Yaxın Şərq və Mərkəzi Asiya ölkələri üzrə departament şöbəsinin başçısı Con Uikman- Linnin rəhbərlik etdiyi nümayəndə heyyətini qəbul edərək fondun Azərbaycana köməkliyinin və məsləhətlərinin respublikamız üçün çox faydalı olduğunu bildirmiş və gələcəkdə də bu istiqamətdə əməkdaşlığın davam edəcəyini bildirmişdir.

Hazırda respublikamız BVF-u ilə yeni formatda əməkdaşlıq edir. Bu da respublikamızda düşünülmüş iqtisadi siyasət strategiyasının həyata keçirilməsinin məntiqi nəticəsi kimi qlobal maliyyə böhranının Azərbaycan iqtisadiyyatına təsir etməsindən irəli gəlir. Digər tərəfdən, Azərbaycan dövlətində makroiqtisadi sferada kifayət qədər təcrübənin toplanması və iqtisadiyyatımızın qlobal maliyyə böhranı dövründə müsbət planda özünü göstərməsi respublikamızla BVF arasında əməkdaşlığın yeni formatda aparılmasını şərtləndirmişdir.

Ümumi planda Azərbaycan dövləti BVF-u ilə əməkdaşlıq dövründə fondan 577,3 mln. dollar dəyərində kredit götürmüşdür. Bu kredit iqtisadi islahatlar üzrə 6 proqramı həyata küçirtmək üçün istifadə olunmuşdur. Hazırda BVF-nun kreditləri üzrə Azərbaycan hökümətinin borcu 29 mln. dollar təşkil edir. Lakin Azərbaycanın makro iqtisadi göstəricilərinin indiki şəraitində 29 mln. borcu BVF-ə ödəmək respublikamız üçün problem hesab edilə bilməz (Əliyev ,2015).

Ümumiyyətlə, respublikamızın dünyanın aparıcı maliyyə qurumlarına xarici borcu 8,3 mlrd. manatdan çox deyildir. Hazırda dövlət borcunun ölkəmizin ÜDM-də xüsusi çəkisi 6,8% təşkil edir. Əhalinin hər nəfərinə düşən xarici borcun məbləği isə 720 manata bərabərdir.

Statistik göstəricilərə əsasən qeyd etmək olar ki, Azərbaycanın ÜDM-nin dinamik inkişafı və borc ödəmə qabiliyyəti dünya miqyasında əksər ölkələr üçün nümünə ola bilər. Əgər 2013-cü ildə dünyada ölkələr üzrə ÜDM-in artımı 0,5-1,5% arasında artıbsa, Azərbaycanda qeyd etdiyimiz ildə bu göstərici 5,8% olmuşdur. Respublikamız hazırda gəlirlə işləyən orta dövlətlər sırasında inkişaf edir. Son on ildə əhalinin real gəlirləri orta hesabla 8,3% artmış, respublikamız dünyanın 25 aparıcı dövlətləri sırasına daxil olmuşdur. Əgər 1995-ci ildə Azərbaycan iqtisadi inkişafın səviyyəsinə görə dünyada 125-ci yeri tuturdusa, 2014-cü ildə bu göstəriciyə görə respublikamız 65-ci mövqedə qərarlaşıb. Son on illiklərin məlumatlarından görünür ki, Azərbaycanda əhalinin hər nəfərinə düşən ÜDM həcmi hər beş ildən bir iki dəfəartır (Hacıyev, 2017).

Apardığımız qısa təhlil belə bir faktı təsdiq edir ki, respublikamızda social-iqtisadi inkişaf yüksək templə gedir və ölkəmizin praktik olaraq orta inkişaf etmiş dövlətlərə yaxınlaşması BVF və Dünya Bankının (DB) ekspertləri səviyyəsində də etiraf olunur. Məhz buna görə də BVF-u tərəfindən Azərbaycanın fondda kvotasının artırılması və səlayihətlərinin çoxaldılmasını vacib bilmişdir.

Cədvəl 1. Azərbaycanda 2010-2017-ci illərdə Beynəlxalq maliyyə-kredit Təşkilatlarından alınmış kreditlərin qurumlar üzrə strukturu. (mln. dollar).

№	Kredit təşkilatların adları	Alınmış kreditlərin məbləği	Yekuna nisbətən %-lə
1.	Dünya Bankı	3530	50,8
2.	Avropa Bankı	1646	23,7
3.	Asiya İnkişaf Bankı	660	9,5
4.	Beynəlxaq Valyuta Fondu (BVF)	460	6,6

5.	Türk Ekzem-Bankı	150	2,2
6.	Islam İnkişaf Bankı	150	2,2
7.	Digər Kommersiya Bankı	350	5,0
	Cəmi	6948	100

Mənbə: Əliyev V. N., (2015), "Beynəlxalq Valyuta Fondunun fəaliyyət mexanizmi və inkişaf etməkdə olan ölkələrlə əlaqələrinin təhlil", İqtisadiyyat. s.3-5

Belə bir faktı qeyd etmək yerinə düşər ki, 2010-cu ildə Azərbaycan dövləti BVF-ə üzv olduqda onun fondda kvotası 160,9 mln. SDR (248 mln. dollar) təşkil edirdi. Hazırda isə respublikamızın artan iqtisadi göstəricilərini nəzərə alaraq BVF-u Azərbaycanın milli kvotasının artırılması məsələsinin həllini lazım bilmişdir.

Azərbaycanda makro iqtisadi göstəriciləri daha da yüksəltmək, iqtisadiyyatın inkişafının ardıcıl müsbətə doğru getməsini təmin edən uğurlu dövlət siyasəti yalnız BVF-in deyil, digərnmaliyyə-kredit təşkilatların da imkanlarından səmərəli istifadə edilməsini nəzərdə tutur.

Statistik məlumatlar göstərir ki, hazırda Azərbaycan iqtisadiyyatına həm qeyri kommersiya, həm də kommersiya bankları öz vəsaitlərini yönəltməyə böyük maraq göstərirlər. Qeyd etdiyimiz meyli 1-ci cədvəlin məlumatlarından da aydın görmək olar.

Rəqəmlərdən göründüyü kimi respublikamızın aldığı kreditlərin yarıdan bir qədər çox hissəsi, yəni 50,8%-i Dünya Bankının payına düşür. Büynəlxalq maliyyə-kredit təşkilatları arasında BVF-nun xüsusi çəkisi cəmi 6,6% təşkil edir. Təqdirə layiq cəhət odur ki, son illərdə Azərbaycanda yolların tikintisində, su təchizatı və digər infrastruktur problemlərinin həllində Asiya İnkişaf Bankının rolu getdikcə artır. Bunun da əsas səbəblərindən biri respublikamızda siyasi sabitliyin mövcud olması, xarici investisiyalar üçün əlverişli mühitinin mövcudluğu, Azərbaycanın Cənubi Qafqazın ən güclu dövlətinə çevrilməsi, dünya enerji təhlükəsizliyi probleminin həllində artan rolu, Avropa ilə Asiya arasında əlverişli tranzit ölkəyə çevrilməsidir.

Belə bir faktı qeyd etməmək olmaz ki, hazırda Azərbaycanda beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının və respublikamızın öz valyuta ehtiyatları hesabına həyata keçirilən iri miqyaslı layihələrin hesabına Xəzər sahili ölkələri, Qara Dəniz və Aralıq Dənizi ölkələri arasında intensiv inteqrasiya-kooperasiya əlaqələrinin sistemli inkişafı üçün çox əlverişli imkanlar yaranır.

Qafqaz regionunda Azərbaycanın siyasi, iqtisadi, sosial, elmi-texniki və digər sahələrdə baş verən dəyişiliklərdə ağırlıq mərkəzinə çevrilməsi faktı beynəlxalq maliyyə-kredit təşkilatlarının və dünyanın nəhəng Transmilli korporasiyalarının respublikamıza müxtəlif təyinatlı kreditlərin-investisiyaların qoyulmasına güclü stimul yaratmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın valyuta ehtiyatlarının həcmi 40 mlrd. ABŞ dollara yaxındır .Bu, respublikamızın xarici ölkələrə olan borcunu 5 dəfə üstələyir. Qeyd etdiyimiz bu faktlar bütün maliyyə qurumlarının, həmçinin BVF – nun Azərbaycana olan münasibətlərinin köklü şəkildə dəyişməsinə səbəb olmuşdur. Bu baxımdan BVF-nun direktorlar şurasının qəbul etdiyi qərar əsasında Azərbaycana 3 il müddətinə 100 mln dollar vəsait ayırması faktını xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Ayrılmış bu vəsait respublikada yoxsulluğa qarşı mübarizə və iqtisadi artımın stimullaşdırılmasına yönəldilmişdir. BVF-nun sərəncamverici direktoru Stenli Fişerin fikrincə bundan sonra da Azərbaycan

hökumətinin iqtisadi siyasətinin əsas vəzifəsi milli sənayenin digər sahələrində də sabit inkişafa nail olmaqdan ibarət olmalıdır.

Bu baxımdan Azərbaycanda 2014-cü ilin sənaye ili elan olunması, respublikada yeni tipli sənaye parklarının yaradılması, məhəllə parklarının inkişafını irəli atılmış uğirlu addımlar kimi qiymətləndirilməlidir. İqtisadiyyatda bu qəbildən sayılan mütərəqqi yeniliklərin inkişafı üçün mütləq deyil ki, Azərbaycan hökuməti BVF-u və digər maliyyə qurumlarının kreditlərindən istifadəyə meyil göstərsin (Mustafayev, 2018).

Qeyd edək ki, hər hansı beynəlxalq maliyyə-kredit təşkilatı ölkəyə kredit verərkən öz mənafe dairəsində ilk növbədə xüsusi maraqlarını üstün tutur. BVF-u da eyni məqsədi güdür və üstəlik müxtəlif ölkələrin milli iqtisadiyyatlarını öz təsiri altında saxlamaq mövqeindən çıxış edir.

Digər tərəfdən BVF-nun verdiyi kreditdən istifadəyə nəzarət mexanizmindəki qüsurlar fondun vəsaitlərindən istifadəyə marağın bir qədər azaıması meylinin yaranmasına səbəb olur.

Fikrimizi izah etmək üçün faktlara müraciət edək. BVF-nun kredit vermə müxanizminə əsasən fond krediti hansı ölkəyə verirsə ayrılmış vəsaitin təyinatına görə istifadə edilmə səviyyəsi BVF-in ekspertləri tərəfindən ildə 4 dəfə yoxlanılır. Əgər hər hansı bir ölkəyə 10 milyon manat məbləğində 3 illiyə kredit verilibsə vəsaitdən istifadə səviyyəsini qiymətləndirmək üçün ildə 4 dəfə 2 nəfərdən ibarət ekspertlərin bütün ezamiyyə xərcləri də kreditə daxil edilir. Yəni 10 milyon kredit alan ölkəyə çatacaq vəsaitin təxminən 100 min manatı BVF-in ekspertləri tərəfindən ezamiyyə xərcləri kimi sərf olunur.

Bu cür yanaşma zəif ölkələrin BVF-dən kredit götürməkdə maraqlarını şəksiz ki, azaldır. Fikrimizcə bu xərclərin krediti alan ölkənin hesabına deyil, fondun öz xüsusi vəsaiti hesabına ödənilməsi məqsədəuyğundur.

Belə olduqda üzv ölkələr tərəfindən BVF-dən kredit alan dövlətlərin sayı artar və dünya kredit bazarında fondun digər maliyyə institutları ilə rəqabət aparmaq qabiliyyəti yüksələr. Əks təqdirdə beynəlxalq maliyyə-kredit təşkilatlarının öz aralarında, həmçinin bu qurumlarla TMK-lar arasında investisiya qoyuluşu sahəsində güclənən rəqabət BVF-in beynəlxalq imicinə xələl gətirə bilər.

Beynəlxalq maliyyə qurumlarının, o cümlədən BVF-in qiymətləndirmə materialarına görə qarşıdakı 3-5 il ərzində Azərbaycanda iqtisadi artım indikatorları sabit olaraq artacaqdır. Eyni fikri Dünya Bankı (DB) dəstəkləyir. BVF-in proqnozuna görə yaxın 4-5 ildə Azərbaycanda infilyasiya 4,4%-dən çox olmayacaqdır. Fondun məlumatlarına göstərir ki, dünyada iqtisadi artım 3,5% təşkil edəcəkdir. Bu şəraitdə inkişaf etmiş ölkələrdə iqtisadi artım 1,4%, İEOÖ-də isə 5,5%- ə bərabər olacaqdır. Eyni göstərici avrozonada 0,2% aşağı düşəcək, ABŞ-da artım 2%, Yaponiyada -1,2%, qeyd etdiyimiz kimi Azərbaycanda bu indikatorun səviyyəsi isə 5,1% səviyyəsində olacaqdır. Bütün bunlar ona dəlalət edir ki, Azərbaycan sonrakı illərdə də beynəlxalq maliyyə-kerdit təşkilatları üçün əməkdaşlıq etmək sahəsində çox cəlb edici dövlət olacaqdır.

2019-cu il üçün Azərbaycanda real iqtisadi artım 3,4%, 2020-ci ildə 3,1%, 2024-cü ildə isə 1,7% olacaq. Bu barədə Beynəlxalq Valyuta Fondunun “World Outlook” hesbatının aprel buraxılışında deyilir.Hesabata görə, 2018-ci ildə bu rəqəm 1,4% olub.“2018-ci ildə inflyasiya 2,3% təşkil edib, 2019-2020-ci illərdə isə 2,5%, 2024-cü ildə 3% olacağı gözlənilir”, – hesabatda deyilir.Həmçinin IMF hesab edir ki, tədiyə balansının cari əməliyyatlar hesabının profisiti 2018-ci ildə ÜDM-də xüsusi çəkisi 12,6% olduğu halda, bu il 11,7%, 2020-ci ildə 13,3%, 2024-cü ildə isə 12,8% olacaq.İşsizlik isə qarşıdakı illərdə dəyişməyərək 5% səviyyəsində qalacaq.Qeyd edək ki, 2018-ci ilin oktyabrında

yayılan "World Economic Outlook" hesabatında 2019-cu ildə Azərbaycanda ÜDM-in 3,6%, inflyasiyanın 3,3%, cari əməliyyatlar hesabının profisiti ÜDM-də xüsusi çəkisi isə 8,1% olacağı göstərilirdi. İşsizlik səviyyəsi isə 5% civarında olumuşdur (https://strateq .az/iqtisadiyyat/335557/beyn%C9%99lxalq-valyuta-fondu-10.html,15.12.2019).

Nəticə və təkliflər

1. Azərbaycanın beynəlxalq maliyyə institutları, o cümlədən BVF ilə əməkdaşlığı Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına müsbət təsir göstərə bilər;
2. BVF-u dünyanın aparıcı maliyyə-kredit institutlarından biri kimi Azərbaycanda regionların inkişafına, burada istehsal və sosial infrastrukturanın tərəqqisinə, torpaqların kəskin şoranlaşmasının qarşısının alınmasına, təsərrüfatçılıq dövriyyəsinə yeni torpaqların daxil edilməsinə, su probleminin həllinə özünün güzəştli kreditlərilə kömək edə bilər;
3. Azərbaycan iqtisadiyyatında aqrar sahəyə BVF-in diqqətinin gücləndirilməsi respiblikada alternativ ixrac sektorunun yaranmasına səbəb ola və ölkədə həyata keçirilən iqtisadi diversifikasiyasının sürətli prosesə çüvrilməsinə kömək edə bilər.

Apardığımız tədqiqata görə aşağıdakı təklifləri vermək olar:

1. İcra ilə bağlı məsələlərə daha çox diqqət ayırmaq. Beynəlxalq Valyuta Fondu mövcud layihələrin icrasına diqqəti artırmalı və yalnız o halda yeni layihələri nəzərdən keçirməlidir ki, mövcud icra vəziyyəti buna zəmanət versin. Diqqət əsasən mövcud layihələr çərçivəsində nəticələrə nail olmağa yönəldilməlidir. İcra vəziyyətinin əhəmiyyətli dərəcədə ləngidiyi layihələri maliyyə təşkilatı və hökumət ləğv etməyi nəzərdən keçirməlidir ki, daha tez uğurun əldə oluna biləcəyi layihələrə daha yaxşı diqqət yetirsin.
2. Beynəlxalq Valyuta Fondunun fəaliyyəti kasıb ölkələrin marağına əsaslanmalıdır. Beynəlxalq Valyuta Fondunun göstərdiyi fəaliyyət yalnız güclülərin maraqlarından irəli gələn yox, həm də kasıbların maraqlarını əks etdirməlidir. Beynəlxalq maliyyə təşkilatları kasıb ölkələrdə Yoxsulluğun Azaldılması Strategiyasının həyata keçirərkən bu ölkələri aslı hala salacaq təzyiqlər etməməlidirlər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Gənciyev G.Ə., (2 0 1 6), "Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər". Bakı, "Maarif", s.365.
2. Bayramov.A.M ,(2018) ,"Beynəlxalq Valyuta Fondunun yaranmasının obyektiv ilkin şərtləri və nəzəri əsaslar" ,Xalq qəzeti, 26 noyabr, s.4-5.
3. Əliyev V. N., (2015), "Beynəlxalq Valyuta Fondunun fəaliyyət mexanizmi və inkişaf etməkdə olan ölkələrlə əlaqələrinin təhlil" ,İqtisadiyyat , s.3-5.
4. Hacıyev, F.Ş ,(2017), "Azərbaycan Respublikasının Beynəlxalq Valyuta Fondu ilə əməkdaşlığının istiqamətləri və müasir durumu", İqtisadiyyat ,4-10 may , s.11-16.
5. Mustafayev S.A, (2018) "Müstəqillik illərində Beynəlxalq Valyuta Fondunun Azərbaycanda fəaliyyəti və iqtisadi islahatların həyata keçirilməsində iştirak" ,Mövqe2018. ,27 dekabr,s.4-6.
6. Ələkbərov Ə.H., Vəliyev M.Ə., Məmmədov S.M., RamazanoM.K. (2010)."Beynəlxalq İqtisadi Təşkilatlar", s.36-59.
7. Sadıqov M.M., Balayeva E.Ə., Həmşəyeva S.Ü. (2003). "Beynəlxalq valyuta-Kredit münasibətləri" Bakı. s.15-25.
8. Strateq saytı, https://strateq.az/iqtisadiyyat/335557/beyn%C9%99lxalq-valyuta-fondu-10.html, (Giriş-15.12. 2019)

Beynəlxalq Ticarət Zamanı Qiymətqoyma Prosesləri

Arif Rəsulov

resulovarif@gmail.com

Xülasə

Qiymət amili istehsal üçün maddi-texniki resursların əldə edilməsindən başlayaraq bütövlükdə geniş təkrar istehsal prosesinə qədərki bütün mərhələlərdə əhəmiyyətli rol oynayır. Bütövlükdə məhsulun istehsalçıdan reallaşdırılmasına qədərki mərhələlərdə, daha doğrusu geniş təkrar istehsalın bütün həlqələrində qiymət nisbətləri yüksək təsir gücünə malikdir. Araşdırmalardan belə nəticəyə gəlinir ki, geniş şəkildə təkrar istehsalda gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsi nəticə etibarilə məhsulun yaradılmasında iştirak edən subyektlər arasında əlaqələrin, habelə qiymətin strukturunda mənfəət və xərclərin xüsusi çəkisi arasındakı nisbətlərin dəyişməsinə də təsir göstərir.

Müstəqillikdən bəri ölkəmizin üzləşdiyi ən vacib iqtisadi problemlərdən biri sayılan ölkənin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasının təşkil edilməsi, xarici ticarət əlaqələrinin yaradılması, ixracın səviyyəsinin yüksəldilməsi və onun əlverişli şəkildə reallaşdırılmasıdır. İlk illərdə respublikamızın iqtisadiyyatı böyük ölçüdə idxaldan asılı idi və zaman keçdikcə bu dərin böhran prosesləri iqtisadiyyatın üstünlük təşkil etdiyi bölgələrdə müşahidə edildi. Ancaq hal-hazırda milli iqtisadiyyatda sürətli bir inkişaf var, milli iqtisadiyyatımızın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasında böyük irəliləyiş əldə edildi və ticarət-iqtisadi əlaqələri olan ölkələrin sayı 150-ə çatmışdır. Beləliklə, bu illər müddətində idxal və ixrac isə getdikcə artmışdır.

Dünya Bankının məlumatına görə, Azərbaycan orta gəlir qrupunda qalmaq istəsə, ildə 5000 manat ÜDM istehsal etməlidir, nəticədə qeyri-neft sahəsində orta illik 6.5 faiz artım tələb edir. Bu məqsədlə Azərbaycan həm idxal əvəzedicilərinə, həm də qeyri-neft ixracatına üstünlük verməlidir. Qeyri-neft ixracı kənd təsərrüfatının və bu sahədə qida istehsalının əsas istiqaməti hesab olunur. Əlavə olaraq, Azərbaycan xidmət sektorunda (maliyyə və bank, İKT, turizm və s.) ixrac imkanlarını daha da genişləndirə bilər.

Açar sözlər: vergi, siyasət, büdcə

Giriş

Qiymətlərin formalaşması ölkədə sosial-iqtisadi inkişafın tənzimlənməsində və sosial ədalətin təmin olunmasında da mühüm əhəmiyyəti vardır. Kiçik istehsalçıların böyük inhisarlardan qorunması, onların çoxalması və inkişafı üçün şərait yaratmaq, böyük inhisarların qarşısını almaq və yüksək inhisar qiymətlərinin məqbul şəkildə həyata keçirilməsinin qarşısını almaq, əhalinin qiymət səviyyələrini maksimum və minimum qiymətlərlə tarazlaşdırmaq müəyyən məhsullar və konfiqurasiya etmək qiymətlərin birbaşa inzibati qərarına daxildir.

Qiymətləndirmənin nə dərəcədə bacarıqlı və düşünülmüş şəkildə qurulduğundan və buna görə şirkətin qiymət siyasətinin nə dərəcədə yaxşı düşünülmüş olması onun kommersiya nəticələrindən asılıdır. Qiymətləndirmənin mahiyyəti, bazarın bir hissəsini ələ keçirmək, müəyyən bir məhsulun qiymət baxımından rəqabət qabiliyyətini təmin etmək və mənfəətin həcmini müəyyənləşdirmək üçün malların və xidmətlərin qiymətlərinin nəyə ehtiyac olduğunu müəyyən etməkdir. Düzgün qiymət siyasətini tətbiq etdiyiniz zaman qazancın miqdarını müəyyənləşdirmək asandır.

Xarici ölkələrə ixrac olunan malların əsas hissəsini yeyinti məhsullarından, aşağı dərəcəli metallardan və onlardan düzəldilən plastik, rezin, rezin və məmulatlar, kimya məhsulları, incilər, qiymətli daşlar və metallardan düzəldilən məmulatlar və onların məmulatları ixrac edilmişdir. Eyni zamanda, çay, bitki yağları, konservləşdirilmiş meyvə və tərəvəz də Azərbaycandan ixrac olunan məhsullardandır.

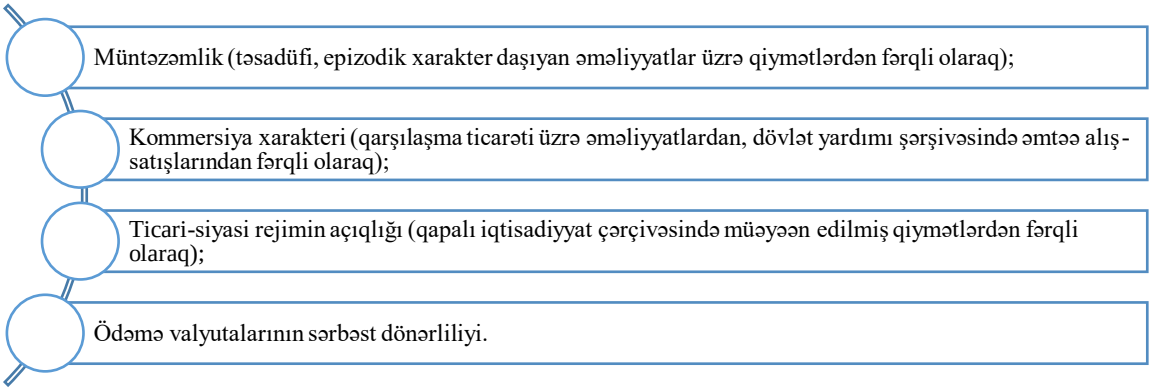
Beynəlxalq Ticarət Zamanı Qiymətqoyma Prosesləri

Dünya bazarı tətbiq olunan qiymətlərin çoxluğu ilə xarakterizə olunur ki, bu da müxtəlif kommersiya və ticari-siyasi amillərin fəaliyyəti ilə izah edilə bilər. Qiymətlərin çoxluğu eyni bir əmtəənin və ya eyni keyfiyyətli əmtəələrin eyni bir dövriyyə sferasında (idxal, ixrac, topdan, pərakəndə) və eyni bir nəqliyyat bazasında müxtəlif qiymətlərin mövcud olması deməkdir. Məsələn, ənənəvi olaraq aşağıdakı qiymətlərə rast gəlinir:

- sərbəst dönərli və ya dönərsiz valyutada ödəmə ilə həyata keçirilən adi kommersiya sazişləri üzrə qiymətlər;
- klirinq sazişləri üzrə qiymətlər;
- dövlət yardımı çərçivəsində həyata keçirilən proqramlar üzrə qiymətlər və s.

Bu qiymətlər çoxluğundan "dünya qiymətləri" adlnadırılan xüsusi növ fərqləndirilir. Dünya qiymətləri dünya əmtəə bazarlarında, dünya ticarətinin əsas mərkəzlərində bağlanan iri idxal-ixrac əməliyyatları üzrə formalaşan qiymətlərdir olmalıdır:

Sxem 1. Dünya qiymətlərinin zəruri əlamətləri



Mənbə: Сакс Дж.С., Ларрен Ф.Б., (1996) Макроэкономика. Глобальный подход. Пер. с англ. М., «Дело», məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Dünya qiymətlərinin bir-biri ilə qarşlıqlı asılılıqda olan müxtəlif funksiyaları mövcuddur ki, onlardan əsasları aşağıdakılardır:

- indikativ - konkret zaman müddətində iqtisadi vəziyyəti qiymətləndirməyə imkan verir;
- kommunikativ - bazar subyektləri arasında əlaqəni həyata keçirir;
- distribütiv - bazr subyektləri arasında gəlirlərin bölgüsünə şərait yaradır;
- stimullaşdırıcı - dövlətlərin və ya şorkətlərin ixrac-idxal siyasətlərində dəyişikliklərə səbəb olur;
- təmizləyici - məhsulları istehlakçıların tələblərinə cavab verməyən şirkətlərin bazardan getməsinə səbə olur.

Müasir beynəlxalq ticarət praktikasında qiymətlərin iki əsas növü tətbiq edilir: hesablaşma qiymətləri və dərc olunan qiymətlər. Hesablaşma qiymətləri ixracatçı firmalar tərəfindən müxtəlif metodlardan istifadə etməklə əmtəələrin konkret növləri üçün fərdi surətdə müəyyən edilən qiymətlərdir.

Dərc edilən qiymətlər xüsusi informasiya mənbələrində əks olunan qiymətlərdir. Onlar bir qayda olaraq dünya qiymətlərinin səviyyəsini əks etdirirlər. Dərc edilən qiymətləri aşağıdakı növlərə bölmək olar:

1) sorğu qiymətləri;

2) birja kotirovkaları;

3) auksion qiymətləri;

4) faktiki əməliyyatlar üzrə qiymətlər;

5) iri firmaların təklif etdikləri qiymətlər.

Sorğu qiymətləri müntəzəm olaraq xüsusi iqtisadi qəzetlərdə və jurnallarda, bülletenlərdə, firma kataloqlarında və preyskurantlarda dərc olunan daxili və xarici ticarət üzrə qiymətləridir. Bu qiymətlər saziş bağlanarkən qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi üçün ilkin nöqtə rolunu oynayırlar. Sorğu qiymətləri dünya praktikasında bazis qiymətləri kimi tanınır. Bazis qiymətləri əvvəlcədən müəyən edilmiş bu və ya digər coğrafi (bazis) məntəqədə müəyən kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətlərinə malik əmtəələr üzrə qiymətlərdir (Авдокушин., 2001: 652).

Bazis qiymətləri bazis şərtləri adlanan xüsusi şərtlər əsasında müəyyən edilir. Müxtəlif ölkələrdə əmtəələrin bazis şərtlərinə aid qəbul olunan qaydaları əks etdirən məlumat kitabşası ilk dəfə Beynəlxalq Ticarət Palatası tərəfindən 1923-cü ildə nəşr edilmişdir. 1936-cı ildə isə adıçəkilən təşkilat ticarət terminlərinin təfsirinin Beynəlxalq Qaydalarını (International Commersial Terms - INCOTERMS) birinci redaksiyada buraxmışdır. Daha sonra isə 1953, 1967, 1976, 1980, 1990-cı illərdə sənədə əlavə və dəyişikliklər edilmişdir. Hazırda isə sənədin sonuncu redaksiyası - "INCOTERMS 2000" qüvvədədir. Anlaşıqlı olması üçün "INCOTERMS 2000"də terminlər dörd əsas kateqoriya üzrə qruplaşdırılmışdır:

1. Birinci kateqoriya satıcının malı öz ərazisində alıcının sərəncamına verməsini nəzərdə tutur ("E" qrupu termini);
2. İkinci kateqoriyaya görə, satıcı malı alıcının təyin etdiyi daşıyıcının sərəncamına verməlidir ("F" qrupu terminləri);
3. Üçüncü kateqoriyaya görə, satıcı malın daşınması üzrə müqavilə bağlayır, lakin mal yükləndikədn və göndərildikdən sonra onun zədələnməsinə yaxud məhvinə, yaranan əlavə xərclərə görə məsuliyyət daşımır ("C" qrupu terminləri);
4. Dördüncü kayeqoriyaya əsasən satıcı malın təyinat yerinə çatdırılması ilə bağlı bütün xərcləri və risqləri öz üzərinə götürür ("D" qrupu terminləri). Ticarət terminlərinin qruplaşdırılmasıdır.

Birja kotirovkaları dedikdə beynəlxalq birjalarda bağlanan sazişlərin real qiymətləri başa düşülür. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, birja kotirovkalarında ani dəyişmələr heç də qiymətlərin hərəkətlərində əsas meylləri əks etdirmir. Auksion qiymətləri beynəlxlaq auksionlarda həyata keçirilən sazişlər üzrə real qiymətləri göstərir. Faktiki sazişlər və müqavilələrin qiymətləri çox nadir hallarda dərc olunur və ona görə də dünya qiymətlərinin vacib mənbəsi kimi çıxış etmir (Сакс, Лаpрен, 1996: 362)

Qiymətəməläqəlməyə və qiymətlərin bu və ya digər istiqamətdə hərəkətinə təsir edən bir sıra qiymətəməläqətirici amillər qrupu mövcuddur ki, onlar da aşağıdakılardır:

1) Ümumi iqtisadi amillər: iqtisadi tsikl, məcmu tələb və təklif, inflyasiya. Bu amillər məhsulun növü və onun istehsal şəraitindən asılı omayaraq fəaliyyətdədirlər.

2) Konkret iqtisadi amillər: xərclər, mənfəət, vergi və yığımlar, istehlak xüsusiyyətləri (keyfiyyət, etibarlılıq, xarici görünüş, prestij), əvəzedici əmtəələri nəzərə almaqla əmtəəyə olan tələb və təklif. Bu amillər konkret məhsulun xüsusiyyətləri, onun istehsal və satış şəraiti ilə müəyyən edilir.

3) Spesifik amillər: mövsümilik, istismar xərcləri, komplektlik, zəmanət və xidmət şərtləri. Bu amillər ancaq müəyyəm əmtəə və xidmətlər üçün keçərlidir.

4) Xüsusi amillər: dövlət tənzimlənməsi, valyuta məzənnəsi. Bu amillər xüsusi mexanizmlərin və iqtisadi alətlərin fəaliyyəti ilə əlaqədardır.

5) Xarici amillər: siyasi, hərbi, dini, etnik və s.

Dünya ticarətində qiymətəmələgəlmə prosesi müxtəlif ölkələrin xarici iqtisadi subyektləri arasında baş verir. Bu proses adətən rəqabət mühiti şəraitindən, tələb və təklif arasında dinamik tarazlığın vəziyyətindən, ixracatçı və idxalatçının bazarda fəaliyyət azadlığı dərəcəsindən asılı olur. Lakin bu ilkin şərtlərin bazarın tipindən asılı olaraq düzəlişlərə ehtiyacı vrdır. Bazarların, o cümlədən dünya bazarlarının təsnifləşdirilməsinin əsas meyarı kimi rəqabətin xarakteri çıxış edir. Bu meyar üzrə bazarın dörd tipi fərqləndirilir:

- azad rəqabət bazarı;
- tam inhisar bazarı;
- inhisar rəqabəti bazarı;
- oliqopoliya bazarı.

Azad rəqabət bazarı xarici ticarətin çoxsaylı subyektləri və ticarət obyekti olan əmtəələrin nisbətən bircins olması ilə fərqlənir. Satıcılar istehlak tələbinin maksimum dərəcədə ödənilməsinə çalışırlar. İstehsalçılar öz xərclərini nəzərə almaqla əmtəənin mümkün aşağı qiymətinə istiqamətlənirlər. Ümumilikdə tələb və təklifin təsiri altında qiymətlər yaxınlaşmağa doğru meylli olurlar və hansısa bir dövrdə hansısa konkret bir məkanda qiymətlər demək olar ki eyni olurlar. İxracatçılar bazarda öz mövqelərini qorumaq və möhkəmləndirmək üçün daim müxtəlif güzəşt sistemlərindən istifadə edirlər. Ticarətdən uduş satış həcmlərinin artımı hesabına təmin edilir. Tam inhisar bazarı bazarda bir satıcının olması ilə fərqlənir (Вельяминов, 2004:426).

Qiymətəmələgəlmə inhisar tərəfindən diqtə olunur, çünki onlar məcmu təkilfə nəzarət edərək tələbdən asılı olaraq qiyməti dəyişirlər və potensial rəqiblərin bazara daxil olmasını əngəlləyirlər. Bu bazar şəraiti inhisarçıya tam xərc (istehsal xərcləri və mənfəət norması) metodundan çıxış etməklə əmtəə üçün maksimum qiyməti müəyyən etməyə imkan verir. Lakin inhisarçı bu zaman istər-istəməz müəyyən şərtlərə əməl etmək məcburiyyətindədir. Belə ki, bazarda tək olmasına baxmayaraq, inhisarçılar bir qayda olaraq əmtəəyə ən yüksək qiyməti qoymurlar, çünki bu son nəticədə ümumi mənfəətin aşağı düşməsinə səbəb ola bilər. İnhisar rəqabəti bazarı qarışıq tip bazardır. Rəqiblər iri inhisarlar və çoxsaylı güclü firmalardır.

Qiymətəmələgəlmə inhisarların rəqabətinin nəticəsindən asılı olaraq fərqlənir. Bu bazarın təbiəti onun iştirakçılarına bir sıra tələblərə əməl etməyi diqtə edir:

- qiymətlərin formalaşması zamanı öz keyfiyyətinə görə əvəzedici kimi çıxış edən rəqib əmtəələr mütləq nəzərə alınmalıdır;
- digər sahələrin inhisarlarının rəqabətinin qiymətlərə təsiri;

- müxtəlif səviyyəli firmaların müxtəlif istiqamətli fəaliyyəti: inhisarlar tərəfindən qiymətlər qaldırıldığı təqdirdə alıcıya daha sərfəli təklif edə biləcək rəqiblər mövcuddur.

Oliqopolik rəqabət bazarı dünya bazarına əmtəə ixracını tam əhatə edən və bir neçə şirkətə məxsus olan iri bazar seqmentləri ilə xarakterizə olunur. Qiymətəmələgəlmə mərhəliliyi, rəqiblərin mümkün reaksiyalarının nəzərə alınması ilə fərqlənir. Burada əsas rəqiblər arasında qiymətlərin fiksə edilməsi, satış bazarının bölünməsi, istehsalın həcmi və s. üzrə razılığa gəlinməsi mühüm rol oynayır. Beynəlxalq iqtisadi və statistik təhlildə dünya qiymətlərinin iki əsas qrupu - emaledici sənaye məhsullarına və xammal məhsullarına olan qiymətlər fərqləndirilir. Emaledici sənaye məhsullarının dünya qiymətləri kimi bir qayda olaraq bu məhsulların iri istehsalçıları və ixracatçılarının ixrac qiymətləri çıxış edir. Bu şirkətlərdə qiymətlər hesablanarkən qiymətəmələgəlmənin iki əsas metodu - tam xərclər metodu və birbaşa xərclər metodundan istifadə edilir (Бондаренко, 2007:224)

Tam xərclər metodu istehsala çəkilmiş xərclərin və gözlənilən mənfəətin cəmlənməsini nəzərdə tutur. Məhsul vahidinin qiyməti bir ay üçün əmtəə satışından gözlənilən gəlirin həmin əmtəənin istehsal kəmiyyətinə bölünməsi ilə tapılır. Birbaşa xərclər metodu gözlənilən qiymətlərin və müvafiq olaraq gözlənilən satış həcmlərinin bir neçə variantının seçilməsini tələb edir. Daha sonra gözlənilən gəlirdən birbaşa xərclər çıxılır. Bununla da əmtəə vahidinə düşəcək mənfəət və proqnozlaşdırılan satışın həcmi müəyyən edilir. Əldə edilən vəsaitdən daimi xərclər çıxılır. Bütün variantlar üzrə əldə edilmiş mənfəətlərin müqayisə edilməsi ilə hansı qiymətin daha çox mənfəət gətirəcəyi tapılır. Alınmış qiymətlər bazarın konyukturasından asılı olaraq qiymət güzəştləri və ya əlavələri üçün baza rolunu oynayırlar.

Hazırda müxtəlif sənaye avadanlıqları, yarımfabrikatlar və materialların satışının 80-90%-i fərdi sifarişlər və müqavilələr əsasında birbaşa həyata keçirilməsi ilə əlaqədar müqavilə qiymətləri özünün səviyyəsinə görə dünya qiymətlərinə daha yaxındır. Emaledici sənayenin iri şirkətlərinin daxili qiymətlərinin müxtəlifliyi həmin qiymətlərə əsaslanan qiymətlərdə də əhəmiyyətli fərqlərin olmasını şərtləndirir. Bu özünü xüsusən maşın-texnika məhsulları bazarında göstərir. Bu bazarda dünya qiymətlərinin müxtəlifliyi aşağıdakı amillərin təsiri altında daha da güclənir:

- çoxsaylı istehsalatçı və ixracatçıların xərclərində böyük fərqlər;
- dünya qiymətlərində əmtəənin həyat dövrünün müxtəlif fazalarının nəzərə alınması;
- maşın və avadanlıqların universallıq dərəcəsi: bu istehsalçıya istehsalın kütləvi xarakteri ilə əlaqədar qiymət üstünlüyü verir;
- maşın və avadanlıqlarla dünya ticarətinin əhəmiyyətli hissəsinin idxalatçı ölkədə investisiya prosesləri ilə qarşılıqlı əlaqəsi: bu əlaqə tələbi genişləndirir, əməkdaşlıq və zəmanət müddətini uzadır ki, son nəticədə də bu, qiymətlərin artmasına gətirib çıxarır. Xammal əmtəələri qrupuna BMT-nin Statistik Bürosunun təsnifatına görə enerji resursları (neft, daş kömür, qaz və s.), kənd təsərrüfatı məhsulları, əlvan metallar aid edilir.

Xammal məhsullarının dünya qiymətlərinin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardan ibarətdir:

1) onların müyəən edilməsində əsas rolu daxili xərclər və qiymətlər deyil, dünya bazarlarında mövcud olan tələb və təklif nisbəti oynayır;

2) dünya qiymətləri əsas istehsalatçı və ixracatçıların qiymətləri və birja kotirovkalarının müxtəlif nisbətləri əsasında yaranır;

3) bəzi əmtəələr üzrə dünya qiymətləri rolunu oynayan əsas istehsalatçı və ixracatçıların qiymətlərnin (bəzən də birja kotirovkalarının) çoxluğu;

4) bu cür əmtəələrin dünya qiymətlərinin formalaşması zamanı dövlətlərarası kartellər və assosiasiyalar xüsusi rol oynayırlar.

Dünya qiymətlərinin formalaşmasının təsvir edilmiş mexanizmi göstəriri ki, o daxili qiymətlərin səviyyəsinin müəyəən edilməsi üçün çərti və məhdud olaraq istifadə edilə bilər. Bu, xüsusilə iri həcmli daxili bazara malik ölkələr üçün xarakterikdir. Bu, bircinsli əmtəələrin daxili və dünya qiymətlərinin səviyyələri arasında olan qarşlılqlı əlaqənin əsas kəmiyyət cəhətləri ilə də təsdiq olunur:

1) daxili və dünya qiymətlərinin üst-üstə düşməsinə çox nadir hallarda rast gəlinir;

2) bir qayda olaraq daxili qiymətlər dünya qiymətlərindən çox olur;

3) dünya qiymətləri ilə müqayisədə daxili qiymətlərin adah yüksək səviyyəsinin formalaşması inkişaf səviyyələrindən asılı olmayaraq bütün ökələr üçün xarakterikdir;

4) daxili qiymətlərin üstünlüyü idxal qiymətlər üçün daha çox xarakterikdir, ixrac qiymətləri üçün üstünlük dərəcəsi daha azdır;

5) bəzi xammal əmtəələri üçün əks mövqe - daxili qiymətlərin dünya qiymətlərindən az olması xarakterikdir (bu özünü xüsusilə neft və neft məhsulları üzrə göstərir).

Metod

Tədqiqatda istifadə olunan müşahidə metodu vasitəsi ilə sosial şəbəkə və internet resurslarından Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac qiymətlərinin tənzimlənməsi mexanizmi və onun təkmilləşdirilməsi aspektlərinin son inkişaf yeniliklərini izləyib yeni məlumatlar əldə edirik. Müşahidə metodunun səmərəli olması onun düzgün təşkil olunmasından asılıdır. Ümumiyyətlə, müşahidə bir neçə mərhələdə təşkil edilir: məqsədin aydınlaşdırılması, müşahidə planının və vasitələrinin müəyyən olunması, müşahidənin qeydə alınması və nəticənin çıxarılmasıdır.

Tədqiqat zamanı istifadə olunmuş hər bir metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edir. İstifadə edilmiş metodlardan biri **təsəvvürlərin formalaşdırılması (qavrama) metodudur.** Bu metod hissi qavramanı təmin etmək, ətraf aləm haqqında dolğun təsəvvürlər yaratmaq məqsədi güdür. Bu qrup metodlara müşahidə, illüstrasiya, demonstrasiya və təsvir metodları daxildir. *Müşahidə metodu* müəyyən məqsəd ilə, planlı və sistemli şəkildə qavrama prosesinin təşkili metodudur. O, cisim və hadisələr haqqında ilkin təsəvvürlər aşılamağa, müşahidəçilik bacarığının və müstəqilliyin inkişafına kömək göstərir.

Təsvir metodu müəyyən fakt və hadisəni söz vasitəsi ilə insan təsəvvüründə canlandırmaq metodudur. **Görüb müşahidə etdiyimiz məlumatlar beynimizdə müəyyən təsəvvürlər yaradır. Bu təsəvvürlər də elə məqalədə öz əksini tapır.** Bu metodlar insan şüurunda düzgün elmi anlayışların yaradılması və qanunların dərk edilməsi məqsədi güdür. Bu qrup metodlara tələbənin şərhi, müsahibə, diskussiya, məntiqi metodlar, kitab üzərində iş metodları, problem-axtarış metodları daxildir. *Bütün fikirlər ümumiləşdirilib son nəticə əldə edildikdə ifadə edilən şərhlər* üç növdə olur: nəql, izah, məktəb mühazirəsi. Nəql müəyyən hadisəni canlı, obrazlı şəkildə danışmaqdır. İzah hər hansı anlayışı, qaydanı dəlil və sübutlarla başa salmaqdır. Biz burada bütün fikir və ideyaları yazılı şəkildə qələmə almışıq.

Tədqiqat işinin həyata keçirilməsində sintez, müqayisəli təhlil, statistik təhlil və qruplaşdırma, induksiya, deduksiya, sistemli və situasiyalı yanaşma və s. metodlardan istifadə ediləcəkdir.

Analiz

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətəmələgəlmə həm xarici, həm də daxili mühitdə konkret bazar situasiyasının təsiri altında baş verir. Prinsipial anlamda qiymət anlayışı həm xarici, həm də daxili bazar üçün vahid məna kəsb edir. Belə ki, qiymət əmtəə və ya xidmət təklif edən satıcının əldə etmək istədiyi, istehlakçının isə bu əmtəə və ya xidmət üçün ödəməyə hazır olduğu pul məbləğidir. Dünya bazarında qiymətəmələgəlmənin öz xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, dünya ticarətinin iştirakçısı daxili bazara nisbətən daha çox rəqiblə üzləşir və daha kəskin rəqabət mühitində fəaliyyət göstərir. O daim öz istehsal xərclərini nəinki daxili qiymətlərlə, həmçinin dünya qiymətləri ilə müqayisə etməli, alıcı kütləsinin artımını nəzərə almalıdır.

Nəticə

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasına əsasən ixrac yönümlü iqtisadi model əsas götürüldüyündən, qeyri-neft məhsullarının ixracının genişləndirilməsi və ixrac prosedurlarının daha da sadələşdirilməsi və eləcə də idxalın strukturunun təkmilləşdirilməsi məqsədilə orta müddətli dövrdə ölkədə tətbiq edilən xarici ticarət siyasətinin prioritet istiqamətləri aşağıdakılar olacaqdır:

- idxaldan asılılıq problemlərinin modelləşdirilməsi və mütəmmadi olaraq strateji monitorinqlərin reallaşdırılması;

- idxalın əmtəə strukturunun təhlil edilməsi və analoji sahələr üzrə yerli istehsalın dəstəklənməsi istiqamətində müvafiq tədbirlər planının hazırlanması;

- biavasitə idxal siyasətindən qaynaqlanan təhdidlərə adekvat xarici iqtisadi təhlükəsizlik strategiyasının ilənilib hazırlanması;

- idxal olunan əmtəələrə müvafiq standartların tətbiqi;

- idxalın cografiyasının təhlili və alternativlərin müəyyənləşdirilməsi ilə iqtisadi və siyasi asılılığın azaldılması;

- xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması və ölkənin ixrac potensialından maksimum səviyyədə istifadənin təmin edilməsi və ölkənin milli iqtisadi maraqları təmin edilməklə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvolma prosesinin davam etdirilməsi;

- ixrac edilən və ixrac potensialı olan məhsulların keyfiyyət standartlarının yüksəldilməsi və bu istiqamətdə beynəlxalq standartlara uyğun məhsul istehsal edən müəssisələrin stimullaşdırılması və milli brendlərin yaradılmasının dəstəklənməsi;

- Azərbaycan mənşəli məhsulların xarici bazarlara maneəsiz ixrac edilməsi məqsədilə müvafiq qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi istiqamətində işlərin davam etdirilməsi və s.

Ədəbiyyatlar

1. Бондаренко Н. Таможенно-тарифное регулирование ВЭД. Издательство: МарТ Издательский центр, Ростов-на-Дону, 2007, 224 с

2. Эфендиев О., Алиев Э., (2007) Внешнеэкономическая деятельность современного Азербайджана. Баку, 365 с.
3. Мэнкью Г.Н. Принципы экономикс. СПБ Питер Ком. 1999, 330 с
4. Вельяминов Г.М., (2004) Международное экономическое право и процесс: М.: Волтерс, Клувер, 426 с.
5. Сакс Дж.С., Ларрен Ф.Б., (1996) Макроэкономика. Глобальный подход. Пер. с англ. М., «Дело» 362 с.
6. Авдокушин Е.Ф., (2001) Международные экономические отношения. Москва, 652 с.
7. Feyzullabəyli İ.A., İbişov E.İ., İsrafilov H.A., "Beynəlxalq ticarət işi, Bakı, Zaman 2001, 370 s

Beynəlxalq İqtisadi Əlaqələrin Mahiyyəti və Müasir Dövrdə İnkişaf Meylləri

Nərmin Namazova

namazova-narmin@mail.ru

Xülasə

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr yüz illər boyunca müxtəlif səviyyələrdə formalaşaraq müxtəlif inkişaf mərhələlərindən keçmişdir. Əvvəllər beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin böyük əksəriyyəti az sayda mal və xidmətlərin mübadiləsindən ibarət olduğu halda, hal-hazırda bu "sadəlik" özünü yeni müstəvidə göstərmişdir. İstehsalın müstəsna ölçüdə artması, texnoloji irəliləmə, nəqliyyat əlaqələrinin "nəfəs kəsən" sürətlə reallaşması, ölkələrin artıq sadəcə mal və xidmət mübadiləsindən əlavə əmək, elm, sərmaye və texnoloji kimi istehsal faktorlarının axını da geniş miqyasda vüsət almışdır. Ümumiyyətlə, beynəlxalq iqtisadi əlaqələr-bir ölkənin hansı məhsul istehsalı üzrə ixtisaslaşmaqla xarici ticarət münasibətlərinin qurulması, xarici ticarət qiymətlərinin necə formalaşacağını analiz edən münasibətlər toplusudur. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin əsas prinsipi ölkələrarası ixtisaslaşma və "iş bölgüsünün" yaratdığı imkanlardan geniş miqyasda istifadə şəklində qeyd edilə bilər. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin təməlində əsasən ümumi iqtisadi nəzəriyyə və dünya iqtisadiyyatı nəzəriyyəsi durur. Dünya iqtisadiyyatı müasir dövrdə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin, elmi-texniki tərəqqinin və beynəlxalq əmək bölgüsünün güclü təsiri altında formalaşaraq, davamlı inkişaf edən beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin formaları tərəfindən inkişaf edən ümumi baza qismində çıxış edir. Məhz bu səbəbdən də beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin bütün növləri, o cümlədən elmi-texniki tərəqqi və əqli əmək məhsullarının qarşılıqlı mübadiləsi kimi variantları davamlı olaraq böyük miqyasda inkişaf edərək, demək olar ki, dünya iqtisadiyyatının bütün sahələrinə siraət etməkdədir. Bütün bunların məcmusu ümumilikdə Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin məzmununu təşkil edir. Müasir dövrdə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin inkişafı inkişaf etmiş ölkələrlə yanaşı, inkişaf etməkdə olan ölkələrin maraq dairəsindədir. Belə ki, iqtisadi münasibətlərin qurulması baxımından hər bir ölkənin maraq və gözləntiləri olduqca müxtəlifdir.

Açar sözlər : **Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr, Dünya İqtisadiyyatı, Beynəlmilliləşmə**

Giriş

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr–maddi nemətlərin və xidmətlərin istehsal prosesindən başlayaraq istehlakçıya çatdırılma mərhələlərini (bölgü,mübadilə,istehlak) əhatə etməklə, müxtəlif ölkələr və onların təsərrüfat sistemləri arasında qarşılıqlı fəaliyyət sistemlərinin məcmusudur. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr müxtəlif ölkələr, ölkələrin regional birlikləri, bunlarla yanaşı ayrı-ayrı təsərrüfat subyektləri arasında iqtisadi münasibətlərin çoxsəviyyəli əlaqələri kompleksidir. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr insan fəaliyyətinin bir sferası olmaqla təsərrüfat fəaliyyətinin qanunauyğunluqlarına tabedir. Bir mənalı olaraq beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin formalaşması və inkişafı iqtisadi cəhətdən oxşar və ya fərqli ölkə iqtisadiyyatlarının qarşılıqlı asılılıq və əlaqələrinin daha da güclənməsi ilə şərtlənir. Təbii haldır ki, bu qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesləri ziddiyyətli, həmçinin dialektik xarakter daşıyır. İqtisadi cəhətdən müstəqilliyi əldə etmək, hər bir ölkənin öz təsərrüfat mexanizmini inkişaf etdirmək cəhdləri, son nəticədə dünya iqtisadiyyatının beynəlmilliləşməsinə, beynəlxalq əmək bölgüsünün daha da dərinləşməsinə və xarici aləmlə inteqrasiyanın daha da sürətlənməsinə səbəb olmuşdur. (Xasbulatov, 2015).

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin müasir dövrdə əsas prioritet istiqamətləri birbaşa aşağıdakı amillərlə bağlıdır:

1. Regional inteqrasiyanın və qloballaşmanın sürətli inkişafı-qarşılıqlı asılılığın və beynəlxalq milliləşdirilmənin gücləndirilməsi;
2. Milli iqtisadiyyatın liberallaşdırılması, investisiya bazarının genişlənməsi nəticəsində dünya iqtisadiyyatı "məkanının" intensiv olaraq regional miqyasdan qlobal miqyasa keçid alması;

3. Yeni texnika və texnologiyaların tətbiqi nəticəsində mütərəqqi və effektivli idarəetmə metodlarının tətbiq edilməsi, dünya ölkələrinin "açıq iqtisadiyyat" prinsiplərini rəhbər tutaraq, iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi və bunlara bağlı olaraq beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin daha da intensiv inkişafına şərait yaradılması;
4. Rəqabətqabiliyyətliliyin daha da artırılması və iqtisadi inkişafın davamlı olması məqsədi ilə bu proseslərin təşviq edilməsi;
5. İnnonativ yeniliklərin tətbiq arealının daha genişləndirilməsi, bununla da yoxsulluq və işsizlik səviyyəsinin aşağı salınmasına nail olunması və s. (Əliyev, 2015).

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin bir sıra formalarını ümumi şəkildə aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

– beynəlxalq elmi-texniki mübadilə;
– beynəlxalq valyuta-maliyyə və kredit münasibətləri;
– əmtəələrlə və xidmətlərlə beynəlxalq ticarət;
– beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya;
– işçi qüvvəsinin beynəlxalq miqrasiyası;
– kapitalın beynəlxalq hərəkəti. (Kozak,Shengelia, 2014).

Metod

Tədqiqatın aparılması zamanı beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsinin mümkün olub-olmaması, mümkün olduğu təqdirdə hansı vasitələrdən istifadənin daha səmərəli olması faktoru araşdırılmışdır. Ümumi şəkildə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi dövlətlərarası və üstmilli səviyyədə gerçəkləşir.

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin dövlətlərarası tənzimlənməsinə bir sıra təkanverici amillərin təsiri olmuşdur. Belə ki, bu kimi amilləri qısa şəkildə aşağıdakı ardıcıllıqla qeyd etmək olar:

1. imperializmin müstəmləkə sisteminin süqutu, iqtisadi cəhətdən azadlıq qazanmış ölkələrin inkişafının təmin edilməsi;
2. xammal və ərzaq böhranları, İEÖ-də struktur böhranlar;
3. transmilli şirkətlərin hegemon miqyasda fəaliyyətinin bərqərar olması;
4. regional miqyasda iqtisadi inteqrasiya sistemlərinin intensiv surətdə artım dinamikası;
5. beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılması zəruriliyi-bununla da azad beynəlxalq ticarətin tətbiqi dinamik artıma, texnologiyanın, işçi qüvvəsinin mübadiləsinə şərait yaradır;
6. dünya iqtisadiyyatının qloballaşması, milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı təsir və asılılığının artması və bu dəyişikliyə uyğunlaşma zərurililiyi və s. (Gənciyev, Həsənov, Əliyev,Ələkbərov, 2010).

XX əsrin II yarısı formalaşmağa başlamış üstmilli səviyyədə tənzimləmə sistemi 2 istiqamətdə daha çox özünü biruzə verir. Belə ki bu 2 istiqaməti aşağıdakı şəkildə qeyd etmək olar:

1. Dünya iqtisadiyyatının bütün subyektləri üçün beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin həyata keçirilmə qaydalarının unifikasiyası;
2. Beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlığın şərt və parametrlərinin tənzimlənməsi.

Unifikasiyanın tətbiqi nəticəsində, ümumi xüsusiyyətlərin, adət və qaydaların müəyyən edilməsi, beynəlxalq müqavilələrin qayda və prinsiplərinə riayət etməklə, vahid norma və qaydaların yaradılması və tətbiqi praktikasının təmin edilməsi reallaşır.

II istiqamətdə isə əsasən kredit, investisiya rejimi, mal və xidmət nomenklaturasının növü və həcmi, hesablaşma,ticarət, işçi qüvvəsinin miqrasiyası iqtisadi və texniki əməkdaşlığın şərtləri və məzmunu kimi faktorların rəhbər tutularaq araşdırılması nəzərdə tutulur. (Tayyar, 2017).

Analiz

Müasir dövrdə BİƏ-in rolunun dünya iqtisadiyyatında artması bir sıra faktorlardan asılı olaraq inkişaf etmişdir. Bu faktorları aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- BƏB sisteminə zəif qoşulan ölkə və ərazilər artıq bu istiqamətdə daha da stimullaşdırılaraq cəlb olunurlar;
- İstehsal olunan əmtəə və xidmətlərin çeşidləri olduqca müxtəliflik təşkil edərək, yeni istehsal sahələrinin yaranmasına şərait yaradır;
- ümumdünya maliyyə bazarının strukturunun formalaşması kapitalın hərəkəti üçün geniş imkanlar yaradır;
- BİM-in ümumdünya infrastrukturunu formalaşdırmaqla özündə qlobal informasiya şəbəkəsini, nəqliyyatın, kommunikasiyanın ümumdünya şəbəkəsini birləşdirir və s.

Yuxarıda qeyd olunan faktorları nəzərə alaraq beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin geniş miqyasda vüsət alması,təsərrüfatın beynəlmilliləşməsinə şərait yaradır. Təsərrüfatın beynəlmilliləşməsi özünü aşağıdakı formalarda büruzə verir:

- iqtisadi inkişafın ölkə hüdudlarından kənara çıxması;
- BƏB-in yeni təzahür xüsusiyyətləri- texnoloji, istehsal, maliyyə münasibətlərinin və müxtəlif dövlətlər arasında qarşılıqlı əlaqələrin dərinləşməsinə aparan yeni mərhələsi;
- bunun əsasında istehsalın beynəlxalq ixtisaslaşmasının və kooperasiyasının formalaşması;
- dünya əmtəə və xidmət, işçi qüvvəsi bazarlarının, kapital bazarlarının formalaşması;
- qlobal nəqliyyat infrastrukturunun, boru kəmərlərinin formalaşması. (Qənbərov, 2012).

Beynəlxalq iqtisadi münasibətləri digər iqtisadi münasibətlərdən fərqləndirən bir sıra xarakterik xüsusiyyətləri mövcuddur. Onların sırasına aşağıdakıları aid etmək olar:

1. Müxtəlif ölkələrin sərhədlərindən resursların, istehsal amillərinin və nəticələrinin hərəkəti baş verir, bununla da milli iqtisadiyyata əlavə resurslar cəlb olunur;
2. BİM-in hər bir forması daxili bazarda mövcud olan əlaqələrə nisbətən daha effektiv qarşılıqlı əlaqə və asılılığa malikdir;
3. BİƏ-in əsas subyektlərindən-istehsalçılar, satıcılar və alıcılar arasında qlobal və kəskin rəqabət mübarizəsi mövcudluğu;
4. Təsərrüfat münasibətləri milli sərhədlər çərçivəsini aşaraq ölkə hüdudlarından kənara çıxır, daha geniş ərazini əhatə edir, mübadilə həcmi daha yüksəkdir, subyektlərin sayı hədsiz dərəcədə çoxdur və s. (Kozak,Shengelia, 2014).

Dünya iqtisadiyyatının, beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin dinamikliyini təcəssüm etdirilməsi, müasir dövrdə inkişaf meyllərinin xarakterizə edilməsi üçün əsas istiqamət kimi beynəlxalq ticarətin tədqiq edilməsi daha məqsədə uyğundur. Ölkələrin beynəlxalq ticarətdə iştirak payını xarakterizə edən bir sıra göstəricilər mövcuddur. Bu göstəriciləri aşağıdakı ardıcıllıqla qeyd etmək olar:

1. İqtisadiyatın açıqlıq dərəcəsini xarakterizə edən göstərici kimi ölkə iqtisadiyyatının idxal və ixracının adambaşına düşən həcmi;
2. idxal (ixrac) kvotası – idxalın (ixracın) dəyərinin ÜMM / ÜDM -a nisbəti;

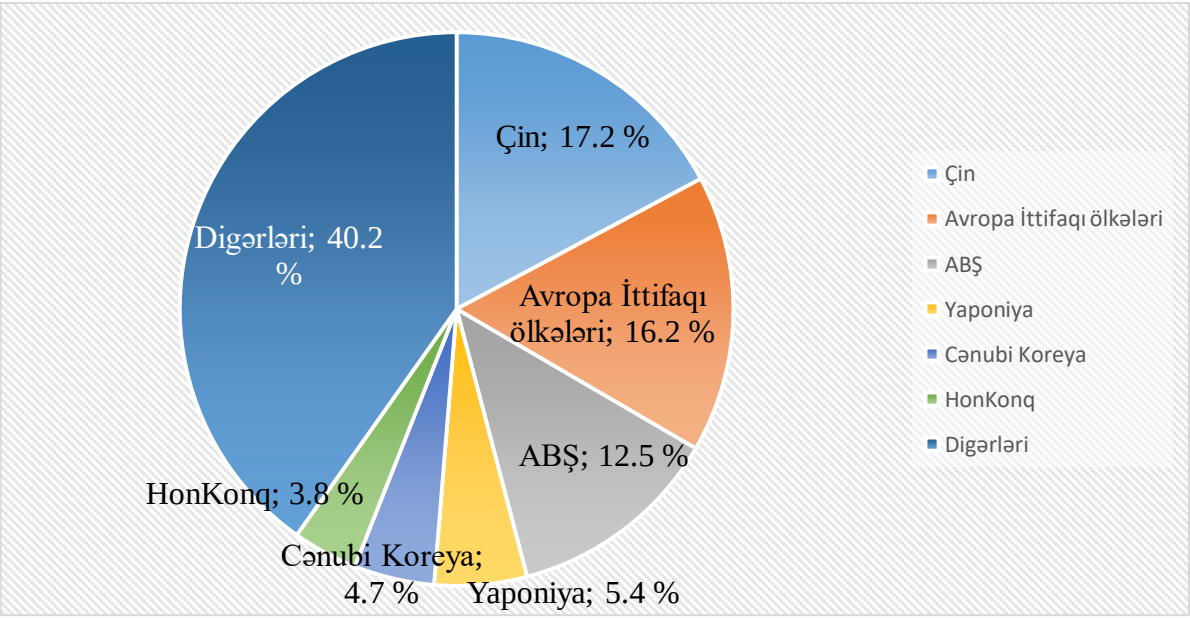
3. sahə səviyyəsində xüsusi çəki - ümumi istehsalda tədqiq edilən sahənin ixrac etdiyi məhsul və xidmət payının ümumi istehsala nisbəti;
4. ölkənin dünya ÜDM və ya ÜMM istehsalındakı xüsusi çəkisinin,ölkən iqtisadiyyatının dünya ticarətindəki xüsusi çəkisinə nisbəti;
5. İxrac potensialı – dünya bazarında satışının gerçəkləşəcəyi məhsul həcmi (burada diqqət çəkən ən əsas şərt ölkənin daxili tələbatının ödənilməsinə mane olmamaq).

Kapitalın beynəlxalq arenada hərəkətinin xarakterik cəhəti uzunmüddətli dövrdə sabit olmasıdır. Burada əsas məsələ kapitalın hansı növündən bəhs edilməsindən gedir. Belə ki, dünya iqtisadiyyatının inkişafına təkan verən amillər arasında kapital mühüm rol oynayır. Kapitalın insan kapitalı, yoxsa portfel və ya birbaşa xarici investisiya şəklində reallaşdırılması bir sıra fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Fərqli xüsusiyyətlərin olmasına baxmayaraq, ölkə iqtisadiyyatında kapitalın beynəlxalq hərəkətini təcəssüm etdirən bir sıra sabit qəbul edilmiş standart göstəricilər mövcuddur:

- Ölkə daxilində realizə edilən xarici investisiyaların həcminin ümumi investisiya həcminə nisbəti ;
- Ölkənin xarici borc həcminin ölkənin ixrac həcminə və ölkə ÜDM-ə nisbəti ;
- Ölkə iqtisadiyyatında xarici investisiyaların həcmi və ölkə ÜDM (və ya ÜMM)-na nisbəti və s.

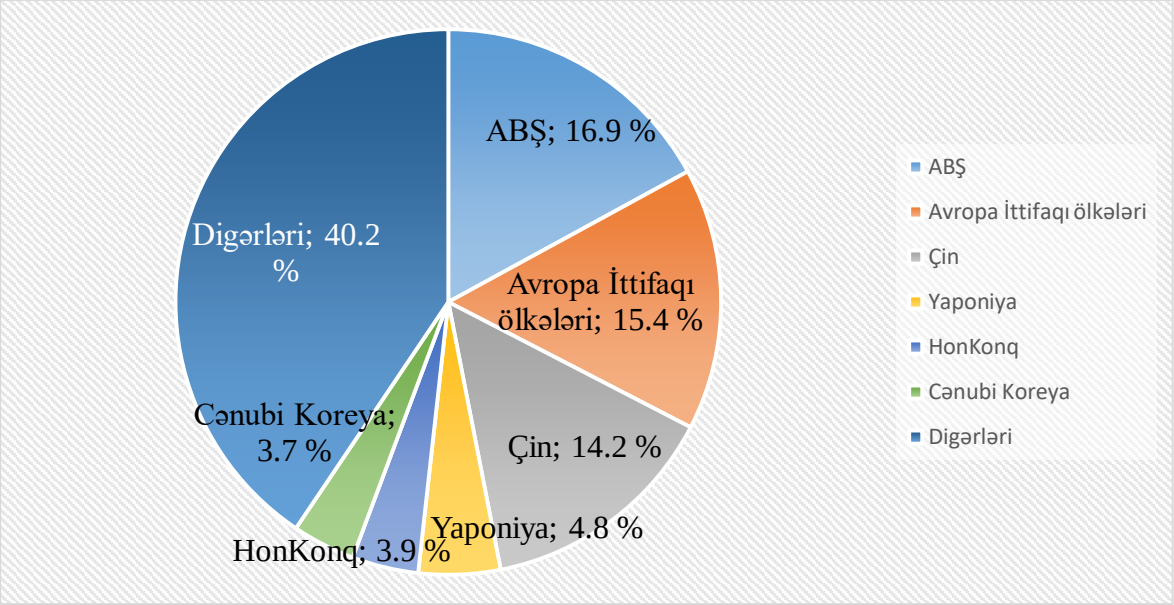
Yekun olaraq, dünya iqtisadiyyatının əsas subyektləri qismində çıxış edən bir sıra ölkələrin statistik göstəricilərinin təhlili aparılmışdır. Belə ki, aşağıda göstəriləcək statistik göstəricilərə əsasən beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas formalarından olan beynəlxalq ticarətin 2019-cu il vəziyyətini aydın görmək olar .

Qrafik 1. Əsas ticarət ölkələri üçün ixrac payları (2019-cu il).



Mənbə : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.(28.03.2020)

Qrafik 2. Əsas ticarət ölkələri üçün idxal payları (2019-cu il).



Mənbə : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.(28.03.2020)

Yuxarıda qeyd olunmuş qrafiklərdə iqtisadiyyatını əsasən ticarət sferasında inkişaf etdirən ölkələrin göstəriciləri qeyd olunmuşdur. Qrafiklərdən də göründüyü kimi ilk pillədə ABŞ, Çin, Avropa İttifaqı ölkələri yer almışdır.

Nəticə

Tədqiqat zamanı beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin əsas prioritet istiqamətləri, əsas xarakterik xüsusiyyətləri, təsərrüfatın beynəlliləşmə istiqamətləri təhlil olunmuşdur.

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin genişlənməsi həm inkişaf etmiş ölkələrin, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrin maraq dairəsindədir. Belə ki, iqtisadi münasibətlərin qurulması baxımından hər bir ölkənin maraq və gözləntiləri olduqca müxtəlifdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr dünya iqtisadiyyatına qoşulmaq istəyi ilə bağlı olaraq beynəlxalq iqtisadi əlaqələrə qoşulurlar. İnkişaf etmiş ölkələrin maraqları isə olduqca müxtəlifdir. İnkişaf etmiş ölkələr beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə əsasən əsas subyekt kimi çıxış etməklə, öz "çirkli" sənaye sahələrini nisbətən zəif inkişaf etmiş ölkələrdə reallaşdıraraq, ekoloji cəhətdən təmiz mühit üçün təminat yaradırlar. Göründüyü kimi beynəlxalq iqtisadi əlaqələrə qoşulmaqda məqsədlər və əldə olunan nəticələr bir-birindən tamamilə fərqlidir.

BİƏ-in əsas formalarından biri olan beynəlxalq ticarətin təhlili zamanı aydın şəkildə görmək mümkündür ki, ilk 3 pilləni iqtisadi cəhətdən İEÖ əhatə etsə də, bu ardıcıllıq daha sonra öz yerini digər ölkələrə də vermişdir.

Ümumiyyətlə, müasir dövrdə BİƏ çərçivəsində öyrənilməli olan əsas məsələləri (problemləri) şərti olaraq aşağıdakı şəkildə fərqləndirmək olar:

- beynəlxalq ticari-iqtisadi axınlar və onların iqtisadi diplomatiya adlandırılan sahə də daxil olmaqla, tənzimlənməsi;
- xarici valyuta, dövlətlərin və beynəlxalq təşkilatların maliyyə-kredit sahəsində fəaliyyəti;
- beynəlxalq ticarətin və ticarət siyasətinin beynəlxalq tənzimləyiciləri və tərkib hissələri kimi, gömrük qaydalarının işlənib hazırlanması, tətbiqi və təkmilləşdirilməsi;

- dünya iqtisadiyyatında və onun milli iqtisadi altsistemlərində əmtəə axınlarının dunnadan genişlənməsi prosesində meydana çıxan münasibətlər və qarşılıqlı əlaqələr;
- beynəlxalq əməkdaşlığın və yaranan vəziyyətlərin beynəlxalq tənzimlənməsi mexanizmini təşkil edən aparıcı beynəlxalq qurumların, valyuta-maliyyə, ticarət və digər tənzimləyici dövlətüstü idarə və təşkilatların fəaliyyəti.

Sonda BİƏ-in inkişaf etmiş bazar təsərrüfatı kimi əlamətlərinə aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- iqtisadi xüsusiləşmə, istehsalın və satışın inhisarlaşması;
- ekologiyalaşma,ətraf mühitin mühafizəsinin BİƏ-in mühüm maraq obyektinə çevrilməsi;
- BİƏ-də siyasi amilin rolunun daha yüksəlməsi prosesi sabit olaraq davam etməsi;
- BİƏ-in yeni xassələrə malik tədqiqat obyektlərinin meydana çıxması, kapitalın və işçi qüvvəsinin beynəlxalq arenada hərəkəti;
- Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr çərçivəsində tələb, təklif, qiymət qanunlarının tam surətdə fəaliyyəti və s.

Ədəbiyyat

1. R.İ.Xasbulatov,"Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər". Bakı:«Zərdabi LTD MMC» Bakı,2015 , 27-28.
2. G.Ə. Gənciyev, N.Ə. Həsənov, A.M. Əliyev, Ə.R. Ələkbərov. "Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər". Bakı 2010, 48-52.
3. T.Arı, "Uluslararası ilişkiler ve dış politika".2017,111-117.
   A. Orucov, C. Kərimov. "Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər". Bakı,2008, 125-129.
4. F. Qənbərov., "Xarici iqtisadi əlaqələr və iqtisadi artım", Bakı, Elm, 2012, 95-99.
5. Ş.Əliyev, "Azərbaycanın xarici iqtisadi siyasəti", dərs vəsaiti, Sumqayıt, 2015, 27-30.
6. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained.(28.03.2020).
7. https://www.ekodialog.com/uluslararasi_ekonomi/uluslararasi_ekonomik_iliskiler.html .
8. Yuriy Kozak, Temur Shengelia. "An Introduction to International Economic Relations".2014, s 13-19.
9. H. Babaoğlu, "Dünya siyasəti və beynəlxalq münasibətlər". Bakı 2010, s 12-13;16-17.

Azərbaycan Respublikasında Dövlət Büdcəsinin Gəlir və Xərclərinin Formalaşmasında Maliyyə Nəzarətinin Rolu

Elmin Mustafa

elmin.mustafa1@gmail.com

Xülasə

Dayanmadan dəyişən dünyamızda dövlətlər öz sosial-iqtisadi siyasətlərini həyata keçirmək üçün maliyyə vəsaitlərinə ehtiyac duyurlar. Və digər dövlətlər kimi Azərbaycan Respublikası da bu sosial-iqtisadi siyasətini dövlət büdcəsi vasitəsilə həyata keçirir. Azərbaycan Respublikasında dövlət büdcəsi üç səviyyəlidir – Respublika dövlət büdcəsi, Naxçıvan Muxtar Respublikasının dövlət büdcəsi və yerli büdcələr (bələdiyyə büdcəsi). Göstərilən büdcələr birlikdə "büdcə sistemi" adlanır. Azərbyaycan Respublikasının dövlət büdcəsi funksional quruluş baxımından gəlir və xərc hissələrdən ibarətdir.

Dövlət büdcəsinin gəlirləri müxtəlif qaynaqlardan formalaşır və həmin formalaşmış gəlirlər təyinatına uyğun olaraq müxtəlif strukturlar, sektorlar, bölmələr və sahələr üzrə bölüşdürülür. Və beləliklə də, respublikada ümumi milli məhsulun və milli gəlirin yenidən bölgüsü prosesi baş verir, cəmiyyətin ən zəruri ehtiyacları və tələbləri ödənilir.

Dövlət büdcəsi gəlir və xərc bölmələrindən ibarətir və gəlirlərlə xərcləri qarşılamaq mümkün olmadıqda dövlət büdcəsində kəsir yaranır, bu zaman isə büdcə kəsiri müxtəlif mənbələrdən maliyyələşdirilir.

Aydın məsələdir ki, ölkədə büdcə sisteminin düzgün və effektli qurulması üçün büdcənin prinsiplərinə (vahidlik, aşkarlıq, həqiqilik və.s) ehtiyac duyulur. Büdcə sistemi düzgün qurulduğu zaman büdcə xərcləmələri ilə iqtisadi artıma nail olmaq mümkündür. Büdcənin tərtibi, müzakirəsi, təstiqi və icrası zamanı büdcənin prinsiplərinə riayət edilməsi vacib şərtlərdən biridir.

Dövlət bücəsinin gəlirlərinin toplanmasına və gəlirlərin müxtəlif sahələr üzrə xərclənməsinə bir sıra dövlət orqanları nəzarət edir. Onlara Maliyyə Nazirliyi, Vergilər Nazirliyi, Dövlət Gömrük Komitəsi və Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatası aiddir.

Açar sözlər: maliyyə nəzarəti, dövlət gəlirləri, dövlət xərcləri, büdcə

Giriş

Müstəqilliyimizi yenidən qazandıqdan sonra Azərbaycan bazar iqtisadiyyatı yolunu tutdu. Təbii ki, birdən-birə inzibati-amirlik sistemindən bazar iqtisadiyyatına keçid mümkün deyildi, bunun özü yeni yaranan Azərbaycan Respublikası üçün ağrılı bir proses idi. Bununla yanaşı olaraq, Qarabağ döyüşləri ölkənin gələcək taleyinə ciddi təsir edir, möhkəm sütunları olan iqtisadiyyat qurmağımıza maneçilik törədirdi. Daha sonra atəşkəsin imzalanması, sonrasında isə 1994-cü il 20 sentyabrda "Əsrin müqaviləsi" imzalanması ilə, nəticədə bir sıra ölkələrin neft şirkətləri Azərbaycan bazarına daxil oldu və bazar iqtisadiyyatına keçid prosesi sürətləndi.

Aydındır ki, dövlət büdcəsinin dövlətin sosial-iqtisadi funksiyalarını həyata keçirməkdə xüsusi bir rolu vardır. Məhz, dövlətin siyasi, sosial, iqtisadi və digər çoxşaxəli vəzifələrinin yerinə yetirilməsi yalnız dövlət büdcəsi vasitəsilə maliyyələşir. Büdcə anlayışı müxtəlif mənalarda işlədilir, dövlət, ailə, yerli, şəxsi və s. Bizsə burada dövlət büdcəsi, ona nəzarət, onun gəlirlərinin formalaşırılması və xərclərin təyinatı üzrə bölgüsü və istifadəsini təhlil edəcəyik.

Dövlət büdcəsində gəlir və xərclər tarazlıq halında olmadıqda büdcədə profisit və defisit yaranır. Gəlirlərin xərcləri üstələməsi halında büdcə profisiti (artıqlığı), əksi hal baş verdikdə isə büdcə defisiti (kəsiri) yaranır. Büdcədə profisit dövlət xəzinəsinin artmasına təsir göstərir. Defisit isə müxtəlif səbəblərdən (fövqəladə hallar, iri layihələrin həyata keçirilməsi və.s) yaranır və bu zaman dövlət kəsiri aradan qaldırmaq üçün borclanmaya gedir. Borclar isə müddət və mənbə baxımından müxtəlif cür

təsnifləşdirilir.

Metod

Tədqiqat aparılan zaman müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə və məntiqi yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Hər bir dövlət öz vəzifə və funksiyalarını həyata keçirmək, qarşısına qoyduğu məqsədlərə nail olmaq və xərclərini qarşılamaq üçün gəlirlərə ehtiyac duyur. Dövlətin əldə etdiyi gəlirlər dövlət büdcəsində toplanır və təyinatı üzrə xərclənir. Və bu proseslərin baş verməsi maliyyə nəzarəti olmadan mümkün deyil. Dövlət gəlirlərinin toplanması və gəlirlər üzərində nəzarət dövlətin müvafiq orqanları tərəfindən aparılır.

Dövlət xərclərində olduğu kimi, dövlət gəlirlərinin də ölkə iqtisadiyyatı üzərində müxtəlif cür təsirləri vardır. Bu təsirlər həm mikro, həm də makro səviyyədə ola bilər (Bulut və Süleymanov, 2013)

Həm dövlət büdcəsinin gəlirlərinin, həm də dövlət büdcəsinin xərclərinin iqtisadiyyata təsirini nəzərə alaraq ümumi şəkildə, deyə bilərik ki, büdcə iqtisadiyyata təsir etmək üçün dövlətin əlindəki əsas maliyyə vasitəsidir. Belə ki, büdcə gəlir və xərcləri mexanizmi ilə dövlət iqtisadiyyata təsir edir, istehsalın lazımi həcmini həyata keçirir. Büdcənin başlıca funksiyalarına aşağıdakılar aiddir:

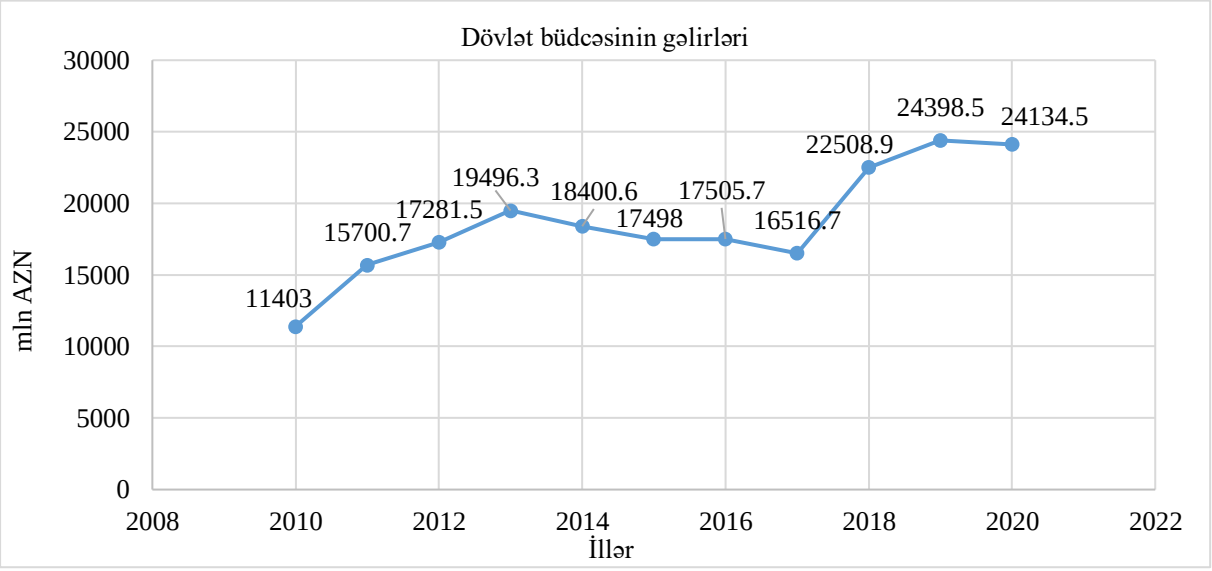
1) ÜDM-in yenidən bölgüsü;
2) İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
3) Dövlətin sosial siyasətinin həyata keçirilməsinin maliyyə təminatı;
4) Mərkəzləşdirilmiş pul vəsaiti fondlarının təsis edilməsi və onların istifadəsi üzərində nəzarət.

Qeyd etdik ki, dövlət gəlirləri onun büdcəsində toplanır. Və dövlət büdcəsinin gəlirləri müxtəlif mənbələrdən formalaşır. Dövlət büdcəsinin gəlirlərinə aşağıdakılar daxildir:

1) Dövlət vergiləri;
2) Qrantlar;
3) Digər gəlirlər (Vəliyev, 2010).

2010-2020-ci illər intervalında dövlət büdcəsinin gəlirlərini aşağıdakı qrafikdən nəzərdən keçirək:

Qrafik 1: Dövlət büdcəsinin gəlirləri (milyon manatla)



Mənbə: Qrafik https://www.stat.gov.az və http://www.maliyye.gov.az internet resursları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2010-2020-ci illər aralığı üzrə dövlət büdcəsinin gəlirlərinə nəzər yetirdikdə görürük ki, 2010-2013-cü illər ərzində dövlət büdcəsinin gəlirlərində artım baş vermiş, sonrakı iki il ərzində isə büdcə gəlirlərində azalmalar olmuşdur. Büdcə gəlirlərində növbəti artım ardıcıl olaraq 2018 və 2019-cu illərdə olmuşdur.

"2020-ci il dövlət büdcəsi haqqında" qanunda dövlət büdcəsi gəlirləri 24 134,5 milyon manat təstiq edilmişdir. Bu məbləğ "2019-cu ilin dövlət büdcəsi haqqında" qanunda göstərilən büdcə gəlirlərindən (23 168 milyon manat) 4,17% çoxdur.

Qeyd edək ki, 2020-ci il dövlət büdcəsi qəbul olunmuş ən iri həcmli dövlət büdcəsidir. Büdcə gəlirlərində neft gəlirləri 56%, qeyri-neft gəlirləri isə 44% nəzərdə tutulmuşdur. Həmçinin, ARDNF-dan 11 350 milyon manat transfer nəzərdə tutulub.

Azərbaycan Respublikasında dövlət büdcəsinin gəlirləri, Dövlət Gömrük Komitəsi, Dövlət Neft Fondu, Dövlət Vergi Xidməti və digər mənbələr hesabına təmin edilir.

Cədvəl 1: Büdcə gəlirlərini təmin edən orqanların daxilolmalarda payları, faizlə

	2016-cı il	2017-ci il	2018-ci il	2019-cu il	2020-ci il (proqnoz)
Dövlət Vergi Xidməti	40,1	42,2	32,9	31,7	32,6
DGK	13,1	15,8	15,3	18,2	16,6
DNF	43,5	36,9	48,7	47	47
Digər mənbələr	3,3	5,1	3,1	3,1	3,8

Mənbə: http://www.sai.gov.az

2016-2019-cu illər ərzində göstəricilərin dörd illik dinamikasından görünür ki, dövlət büdcəsinin gəlirlərinin tərkibində Dövlət Gömrük Komitəsi xətti ilə yığımların və Dövlət Neft Fondundan daxilolmaların xüsusi paylarında artımlar, Dövlət Vergi Xidməti vasitəsilə büdcə ödənişlərinin xüsusi payında isə azalmalar görülməkdədir.

Dövlət, öz orqanları vasitəsilə lazımi xidmətləri göstərmək və ictimai ehtiyacları ödəyə bilmək üçün xərclər həyata keçirir. Dövlətin öz vəzifələrini yerinə yetirmək üçün mal və xidmətlər satın alması və bu alışlar qarşılığında xərclər çəkməsi, həmçinin ictimai ehtiyacların ödənilməsinin məcburiliyi dövləti xərclər həyata keçirməyə məcbur edir və bu xərclər dövlət xərcləri adlanır. İctimai ehtiyacların ödənilməsindən əlavə, müasir dövlətin öz üzərinə götürdüyü iqtisadi vəzifələr də dövlət xərcləri kimi qarşımıza çıxmaqdadır. Bunlara ədalətli gəlir bölgüsünü təmin etmə, tam məşğulluğa nail olma və iqtisadi inkişafa şərait yaratmaq misal göstərilə bilər.

Müasir iqtisadiyyatda dövlət xərcləri dövlət orqanları vasitəsilə həyata keçirilir. Dövlət xərclərinin böyük hissəsi mərkəzi dövlət orqanları, digər hissəsi isə yerli hakimiyyətlər (bələdiyyələr) tərəfindən həyata keçirilir. Dövlət xərclərinin bir sıra xüsusiyyətləri vardır:

1) Müəyyən bir ictimai ehtiyacı qarşılaması;

2) Zaman içində artma meyilli olması;
3) Əsas məqsədinin mənfəət götürmək olmaması;
4) Kəmiyyət və yaratdığı təsir yönündən həcminin (ölçüsünün) böyük olması;
5) Səlahiyyətli şəxslər və qurumlar tərəfindən həyata keçirilməsi;
6) Qarşılığında pul ödənilməsi;
7) Dövlət xərclərinin dövlət gəlirlərindən əvvəl müəyyən olunması;
8) İqtisadi xüsusiyyətlərlə birlikdə siyasi xüsusiyyətlərinin olması (Tuncer,2011).

Dövlət xərcləri ilə bağlı fərqli təsnifatlaşdırmalar vardır. Onlara adminstrativ, iqtisadi və funksional baxımdan təsnifatlaşdırmalar aiddir.

Adminstrativ təsnifetmə zamanı xərcləməni həyata keçirən qurumlar əsas götürülür. Dövlət sektorunun bütün adminstrativ orqanları tərəfindən edilən xərclərin cəmi dövlət xərclərini əmələ gətirir. Bu cür təsnifatlaşdırmada adminstrativ orqanların xərcləmələri hansı sahələrə etdiklərini görməsək də, cari vaxtda nə qədər xərcləmələr etdiklərini görmək mümkündür (Tuncer, 2011).

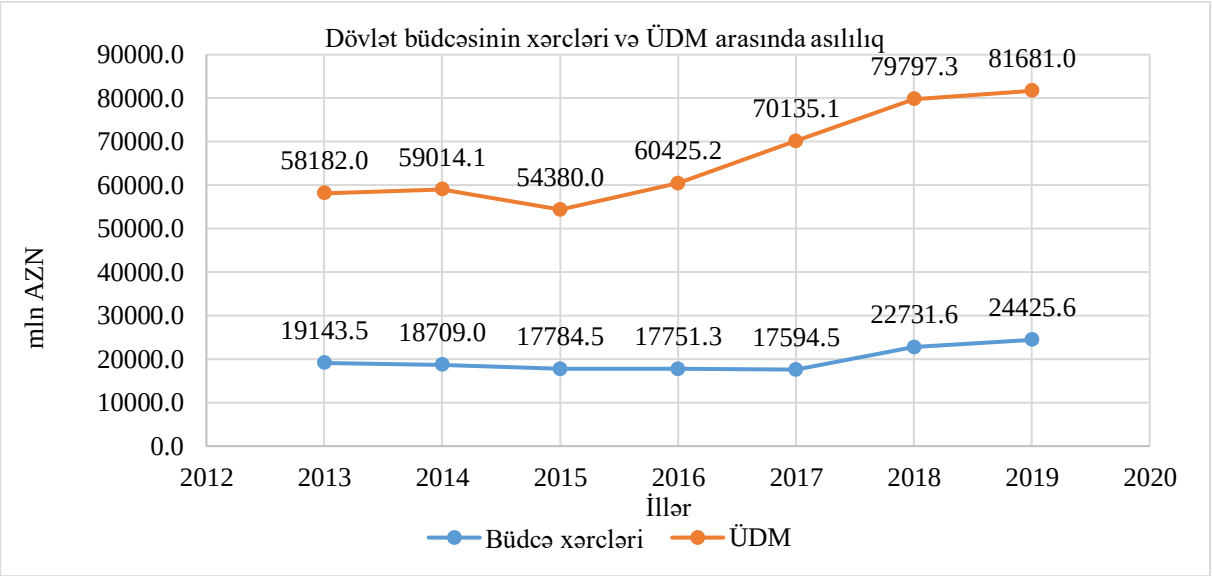
İqtisadi təsnifatlaşdırmaya dövlət xərclərinin iqtisadi istiqamət üzrə ayrılması aid edilir, məsələn sosial-mədəni tədbirlərin, iqtisadiyyatın maliyyələşdirilməsi və.s. İqtisadi təsnifetmə zamanı xərclər iki qrupa bölünür: real xərclər və transfer xərclər. İqtisadi təsnifetmənin real və tranfser xərclər olaraq bölgüsününün banisi Artur Piqu olmuşdur.

Üçüncü təsnifatlaşdırma formasına xərclərin funksional baxımdan təsnifatlaşdırılması aiddir. Funskional təsnifatlaşdırma ayrılmış dövlət xərclərinin hansı orqanlar tərəfindən həyata keçirildiyini deyil, hansı məqsədlərə xidmət etdiyini göstərir. Funksional təsnifatlaşdırmaya təhsil xərcləri, səhiyyə xərcləri, ümumi dövlət xidmətləri xərcləri və.s aiddir.

Qeyd edək ki, Azərbaycanda hər il üçün dövlət büdcəsi təstiqlənərkən xərclər funksional baxımdan təsnif edilir və funksional bölmələrlə göstərilir.

Dövlət xərclərinin səmərəli istifadəsində maliyyə nəzarətinin xüsusi yeri vardır. Belə ki, dövlət xərclərindən səmərəli istifadənin ölkə iqtisadiyyatı üzərində müsbət yönlü təsiri olacaqdır. Dövlət büdcəsi xərclərinin ümumi daxili məhsulun həcmində yaratdığı təsiri qrafik 2-də göstərilmişdir.

Qrafik 2: Dövlət büdcəsinin xərcləri və ÜDM arasında asılılıq (milyon manatla)



Mənbə: Qrafik www.stat.gov.az internet resursu əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qrafik 2-dən aydın olur ki, dövlət büdcəsinin xərcləri artdıqca ümumi daxili məhsulda artım baş verir. Qrafikdən görürük ki, 2018-2019-ci aralığında büdcə xərclərində 1694,0 milyon manat, ümumi daxili məhsulda isə 1902,7 milyon manat artım baş vermişdir. Bu da o mənaya gəlir ki, dövlət büdcəsindən ayrılan hər 1 manatla 1,12 manatlıq dəyər yaradılmışdır. Onu da qeyd edək ki, 2018-ci ildə dövlət büdcəsinin xərclərinin ÜDM-də xüsusi 28,49% olduğu halda, 2019-cu ildə 29,90% olmuşdur.

Dövlət büdcəsinin xərcləri 2019-cu ildə 24 404,8 milyon manat və ya 96,9% icra edilmişdir. 2018-ci illə müqayisə etdikdə bu rəqəm 1 673,2 milyon manat və ya 7,4% çoxdur.

2019-cu ildə dövlət büdcəsinin xərclərinin 55,4%-i cari xərclərə, 38,4%-i əsaslı xərclərə, 6,2%-i dövlət borcuna və öhdəliklərinə xidmətlə bağlı xərclərin maliyyələşdirilməsinə yönəldilmişdir.

Nəticə və təkliflər

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında dövlət gəlirləri və xərclərinə maliyyə nəzarətinin gücləndirilməsi nəticəsində dövlət büdcəsinə daxilolmalar artmışdır. Bununla yanaşı olaraq, büdcə vəsaitlərinin prioritet sahələrə xərclənməsi ilə həmin sahələrdə inkişaf baş vermiş və ümumi daxili məhsulda artım baş vermişdir. Nəticədə isə 2019-cu ilin dövlət büdcəsinin gəlirləri 24398,5 milyon manat , xərcləri isə 24425,6 milyon manat məbləğində olmuşdur.

Dövlət büdcəsinin gəlirləri və xərclərinə maliyyə nəzarətini təkmilləşdirmək, həmçinin dövlət idarəçiliyində səmərəliliyin artırılması üçün aşağıdakı təklifləri vermək olar:

1. Dövlət büdcəsinin xərclərinin təyinatı üzrə istifadə səviyyəsini yoxlamaq üçün hesabatlılığın mütləqliyi;
2. Perpektivi olmayan və zərərlə işləyən sahələr üçün büdcə xərcləmələrini dayandırmaq;
3. İdarəetmə xərclərini azaltmaq üçün bir sıra qurumların birləşdirilməsi;
4. İnnovativ və gələcəyi olan sahələr üçün büdcə vəsaitlərinin ayrılması;
5. Regionların inkişafı üçün qəbul edilən sosial-iqtisadi proqramların icrasına nəzarətin gücləndirilməsi;
6. Büdcə gəlirlərinin maksimum artırılması üçün vergidənyayınma hallarının aradan qalırmaq.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “Azərbaycan Respublikasının 2020-ci il dövlət büdcəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu
2. “Azərbaycan Respublikasının 2019-cu il dövlət büdcəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu
3. Vəliyev Z.T. (2010). Büdcə: nəzəriyyə və praktika, 201-202
4. Süleymanov E.B. və Bulut C. (2013), Dövlət maliyyəsi, 56-57
5. Tuncer İ. (2011). Kamu Ekonomisi, 213-223
6. http://www.sai.gov.az
7. https://www.stat.gov.az
8. http://www.maliyye.gov.az
9. www.maliyye.gov.az/news/5416/2019-cu-il-uzre-dovlet-ve-icmal-budcenin-icrasina-operativ-dair-melumat

Nəticəyə Əsaslanan Büdcənin Təşkili Xüsusiyyətləri

Ülviyyə Yusifzadə

ulviyyeyusifzade@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi, dövlət büdcəsi xərclərinin nəticəliliyinə əsaslanan effektiv dövlət idarəetmə sistemini təmin etməkdir. Bunun üçün tədqiqatda Azərbaycanın və digər iqtisadi aspektdən yüksək tərəqisi olan bir sıra ölkələrin büdcə xərclərinə nəzər yetilmiş, büdcə xərclərinin strukturunun öyrənilməsi və xərclərin nəticəliliyinin qiymətləndirilməsinin nəzəri əsaslarının araşdırılmış, xərclərin nəticəliliyinin qiymətləndirilməsi üzrə yanaşmaların tətqiq edilmiş, Azərbaycan Respublikasında dövlət büdcəsi xərclərinin iqtisadi siyasətin həyata keçirilməsində rolu, əsas istiqamətləri öyrənilmişdir. Məqalənin obyektini Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsidir.Predmeti. Azərbaycan Respublikasının büdcə xərclərinin nəticəliliyinin öyrənilməsi sahəsində nəzəri, statistik məsələlərin təhlili prosesidir. Son zamanlarda ölkəmizdə dövlət idarəetmə sistemindəki problemlərin həllinə dair məsələlərə daha çox diqqət yetirilir. Dövlət maliyyəsini səmərəli, nəticəli və məsuliyyətli idarəetmə məqsədlərinə nail olmaq üçün dövlət sektorunda müasir idarəetmə prosedurları və maliyyə idarəetmə proseslərini tətbiq etməklə büdcə dövrünün bütün mərhələlərindəki qüsur və nöqsanları ardıcıl şəkildə aradan qaldırmaq lazımdır. Büdcənin xərc prioritetlərinə uyğun olaraq hökumətin fəaliyyətinin dəyərləndirilməsi büdcə təhlili zamanı xüsusilə istifadə edilir. Bu yanaşmada əsasən büdcənin funksional bölmələri üzrə hökumətin konkret və ümumi fəaliyyət sahələrinin dəyərləndirilməsi nəzərdə tutulur. Misal üçün, hökumətin sosial siyasətinə dəyər vermək zərurəti meydana gəlirsə, tibb, elm, təhsil, sosial müdafiə, mədəniyyət və idman büdcəsini, infrastruktur siyasətinə dəyər verdikdə rabitənin və nəqliyyatın tərəqqisi ilə əlaqədar büdcəni analiz etməklə mənzərini müəyyən etmək olar. Strateji planlaşdırma ilə büdcə tərtibi xərclərin əlverişliliyinə zəmanət verməkdən əlavə nəticəyə uyğun olaraq hesabatların verilməsini də bir qədər asanlaşdırır. Ölçüləbilən göstəricilər və konkret fəaliyyətlər üzrə hesabat tərtib etmək nəticəsi təyin edilməyən, yəni qeyri-müəyyən fəaliyyətlər üzrə hesabat tərtib ediləndən lap çox sadə formatlı olur. Fəaliyyətin nəticələrinə əsasən hesabat bütün maliyyə ilinin yekunları üzrə tərtib edilir.

Açar sözlər: Büdcə, Xərc, Nəticəlik

Giriş

Ölkə büdcəsinin təsirli, aydın və düzgün yanaşma ilə idarəçiliyi hər bir ölkənin sosial-iqtisadi sahədə taktiki istəklərinə çatmasından ötrü çıxışı olacaq şərtlərdəndir. İqtisadiyyatı və büdcə gəlirlərinin səviyyəsi həyati məhsullardan bağlı sayılan ölkələrdən ötrü ölkə büdcəsinin faydalı idarəetmə strategiyalarının qurulması xüsusilə vacibdir (bu resursların dünya bazar qiymətlərindəki sürətli və proqnozlaşdırılmayan dəyişikliklər ölkənin maliyyə sisteminin dayanıqlığına problemlər yaradır). Bu heç də yalnız iqtisadiyyatın və dövlət büdcəsinin maliyyə mənbələrinin şaxələndirilməsinin (diversifikasayasının) təmin edilməsini deyil, həm də büdə vəsaitlərinin daha səmərəli və şəffaf idarə edilməsi mexanizmlərinin yaradılmasını zəruri edir. Belə ki, bir qayda olaraq, iqtisadi şaxələndirmə ilə əlaqədar tədbirlərin göstəricilərinə baxmaqdan ötrü onlarla illər istənilir. Lakin, dövlət (ictimai) maliyyəsinin idarə edilməsi bölməsində tədbirlər, xüsusilə onların xərcləmələrinin təsirliliyinin və aydınlılığının artırılması mexanizmlərinin yaradılması ölkənin maliyyətən ötrü sığorta sxeminə dönüşür.

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, qrafiki təhlil, statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə,

məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Büdcə fəaliyyətinin nəticəliyi– büdcə üzərində ictimai nəzarət aləti kimi

Hər bir ölkədə dövlət qarşısında duran ali məqsədi reallaşdırmaq üçün bir çox vacib funksiyaları yerinə yetirir: qanunlar qəbul edir və onlara əməl olunmasına nəzarət edir, ölkənin müdafiəsini təşkil etmək üçün ordu saxlayır, ordunun maddi-texniki təminatı təşkil olunur, əhaliyə dövlət hesabına səhiyyə və təhsil xidmətləri göstərilir, sosial qorunmağa yardım istəyən əhali qruplarına (qocalar, əlillər, tələbələr, kimsəsiz uşaqlar və s.) müvafiq yardımlar göstərilir, mədəniyyət və idmanın inkişafı diqqət mərkəzndə saxlanılır, iqtisadi inkişaf məsələləri tənzimlənir və s.. Bu funksiyaların icrası və fəaliyyətlərin reallaşdırılmasından ötrü ilbəil ölkənin büdcəsi formalaşdırılır, ölkə vətəndaşlarının, ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatların və ölkənin digər resursları hesabına zəruri həcmlərdə vəsait toplanır və müvafiq məqsədlərə - ölkədə mövcud iqtisadi, sosial və digər problemlərin həllinə və bununla da əhalinin rifahının yüksəldilməsinə istifadə olunur.

12 aylıq ölkə büdcəsi - qarşıdakı bir ildə hökumətin həyata keçirəcəyi siyasəti və nail olmağı qarşısına məqsəd qoyduğu hədəfləri əks etdirməlidir.Bu deyilənlərdən aydın olur ki, dövlət büdcəsində həm də cəmiyyətin bütün üzvlərinin və təbəqələrinin – ya (həm) vergi ödəyicisi, ya da (həm də) büdcə xidmətlərinin birbaşa və dolayısı istifadəçisi kimi - maraqları kəsişir. Ondan ötrü də büdcə qərarlarının qəbulu və dövlət maliyyə resurslarının (yəni büdcə vəsaitlərinin) istifadəsi zamanı cəmiyyətin bütün təbəqələrinin, bütün sosial, siyasi və iqtisadi qrupların maraqlarının düzgün əlaqələndirilməsinin təmin edilməsi zəruridir. Belə əlaqələndirmənin təmin edilməsinə, bir qayda olaraq, büdcə prosedurunun işlənilməsi yolu ilə nail olunur. Büdcə proseduru büdcə qərarlarının qəbulunun formal çərçivələrə salınması və büdcə səlahiyyətlərinin bölünməsini əks etdirir.

Büdcə prosedurunun başlıca məsələlərindən biri büdcə prosesinin şəffaflığının təmin edil- məsi, başqa sözlə, vətəndaşların büdcə qərarlarının qəbul olunmasında iştirakı və büdcə üzərində ictimai nəzarətin təşkilidir. Dövlət büdcəsi üzərində ictimai nəzarət həm vətəndaş cəmiyyəti (qeyri-hökumət təşkilatları və kütləvi informasiya vasitələri), həm də seçilərin verdiyi səlahiyyətlər əsasında müstəqil fəaliyyət göstərən müvafiq ölkə qurumu istiqamətindən reallaşdırıla bilər.

Büdcə üzərində vətəndaş cəmiyyəti nəzarətin təşkili ölkədə demokratiyanın yetkinlik dərəcəsindən, əhalinin və vətəndaş cəmiyyəti institutlarının büdcə proseslərinə nəzarəti həyata keçirməyə və büdcə qərarlarının qəbulunda iştirak etməyə hazır olma səviyyəsindən və bunu reallaşdıra bilmə qabiliyyətindən asılıdır.(Afonso A., və Aubyn.S ., 2015).

Müasir inkişaf etmiş demokratiya və vətəndaş cəmiyyəti ənənələrinə malik ölkələrdə xüsusi ölkə qurumu istiqamətindən cəmiyyət adından həyata keçirilən büdcə nəzarəti (xarici audit) ictimai vəsaitin idarə edilməsinin zəruri və başlıca elementi hesab olunur. Bu belə izah olunur ki, müvafiq hakimiyyət orqanlarına ictimai vəsaitləri idarə etmək səlahiyyəti məhz seçicilər tərəfin- dən həvalə edilir. Belə səlahiyyətlər bir qayda olaraq hər ölkənin konstitusiyasında təsbit olunur.(Ravallion M. 2015: s.274).

Dövlət büdcə xərclərinin effektiv planlaşdırma və hesabatlılıq mexanizmləri

Dövlətin büdcə işlərinin göstəricilərinin dəyərləndirilməsi sxeminin istifadəsindən ötrü dövlət orqanlarının işlərinin təsirliliyini və sönlüğünü özündə əks etdirən nəticələr sxeminin yerinə yetirilməsi vacibdir. Bu səbəbdən də ilk öncə burada tədbiq ediləcək terminlərə və nəticələrə izahat gətirilməlidir.(Jafarov E & Gunnarsson V., 2018).

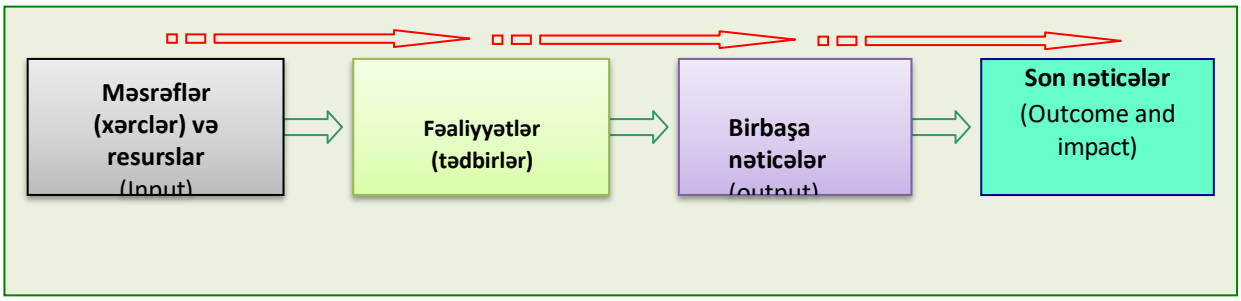
İlk sırada «büdcə xərcləmələrinin təsirliliyi» anlamının izah edilməsinə nəzər edək. İqtisadi ədəbi kitablarda və praktikada "təsirlilik" isminin 2 anlam ifadəsi geniş vüsət alıb:Sonluluq (effectiveness) – diqqətdə saxlanılan effektə çatma səviyyəsi. Nəzəri baxışlarda «sonluluq» anlamı «sosial effektivlik» anlamı ilə ifadə edilir. Misal, səhiyyədə gümrah şəxslərinin kəmiyyətinin hər yüz insan sayı ilə 45-dən 78-ə, orta məktəbi sonlandıran hər yüz məzun sayı ilə universitetlərə daxil olanların kəmiyyətinin 50-dən 75-ə qalxması effektivlik anlamını aydın göstərir. (Cantillon B. 2015: s.432).

Əlverişlilik (efficiency) - hazırlanan qulluq vahidinə xərcləmələrin azaldılmasını diqqətdə saxlayır. Nəzəri baxışlarda «sƏlverişlilik» anlamı «iqtisadi təsirlilik» anlamı ilə ifadə edilir. Misal, səhiyyədə bir çarpayı vaxtına xərclərin düşməsi, hər kim sayı ilə yol tikilməsinin qiymətinin enməsi faydalılıq anlamını bildirir (daha primitiv dillə söylənilsə, az xərcləmə ilə çox sonluq). Qabağa gətirilmiş niyyətin (misal, ailəli şəxslərin mənzil təqdim edilməsi dərəcəsinin normallaşdırılması) və qazanılmış göstəricilərin (misal, il içərisində təzə tikilən mənzillər yardımıyla mənzil təqdim edilmiş şəxslərin miqdarının 20 % çoxalması) nisbəti işlərin effektivliliyini, digər ifadəylə, sosial vacibli son göstəricini əlamətləndirir. Büdcə qulluqlarının göstərilməsi üzrə diqqətdə saxlanılan işlə (misal, büdcədən verilmiş 5 mln azn pul ilə 12 min kv.metr mənzil bölməsinin tikilişi) bu işin reallaşması dərəcəsinin (misal, 5 mln azn-lik büdcə pulu yardımıyla 8 min kv.metr mənzil bölməsinin tikilişi) nisbəti isə işin əlverişliliyini ya da hazırlamanın təsirliliyini (efficiency) elamətdar edir.(Hauner D. 2017: s.29).

Dövlət orqanlarının büdcə istifadəsinin göstəricilərinin dəyərləndirilməsi vaxtı prosedura aid olunan resurslar, reallaşdırılan iş və islahatlar, bunların birbaşa göstəriciləri və son göstəriciləri terminləri müqayisə olunmalı və onların hər biri konkret müəyyən etməlidir.

Dövlət büdcəsi vəsaitlərinin istifadəsi hesabına fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi prosesini ümumi şəkildə aşağıdakı sxemdəki kimi göstərmək olar.

Sxem 1. Büdcə xərcləri üzrə işlər və bunların nəticələri



Mənbə: Herrera S & Pang G. (2017). s. 69. (28.03.2020)

Xərcləmələr və resurslar – proqram reallaşmasına istiqamətlənən pul vasitələri və başqa vəsaitlərdir. Misal, pul xərcləri, personallar və onların fəaliyyət müddəti, könüllü çalışanlar xərclədiyi vaxt, avadanlıq, texnologiya, binalar, resurslar xərcləri və s.

İşlər – proqramın niyyətinə çatmağa istiqamətlənmiş və proqramdan ötrü ayrılan vəsaitlər ardımıyla reallaşan islahatlardır. İşlərə proqramın istifadəsinin metodlarında diqqətdə saxlanılmış bütün hərəkərlər – planın hazırlanması, qulluqların nümayiş etdirilməsi, prosedurların yerinə yetirilməsi və s. – aiddir.(Wang X. 2010: s.209).

Bilavasitə (ya da "aralıq") göstəricilər(output) – proqram üzrə reallaşan işdən birbaşa qurulan mallardır. Misal, Azəbaycanda 12 ayda 500 təzə məktəb hazırlanıb, 800 məktəb təzədən yaradılıb,

1000 km magistral yollar yenilənməsi reallaşdırılıb, 10 diaqnostika sentralı hazırlanıb, aqrar bölməyə 1000 təzə taxıl toplayan kombayn götürülüb və s. Hamısı dövlətin büdcə resursları yardımıyla nümayiş etdirdiyi qulluqların miqdarını göstərir.(Mattina T., və Gunnarsson V., 2017: s.21).

Dövlət büdcəsinin xərcləri üzrə ortamüddətli büdcə proqnozlarının nəticəliliyi

Hazırda Azərbaycanda bütövlükdə ortamüddətli və ya uzunmüddətli büdcə planlaşdırmasını təmin edən spesifik metodoloji bazanın və hüquqi mexanizmlərin mövcud olmadığını söyləyə bilərik. Maliyyə Nazirliyinin 10 may 2012-ci il tarixli qərarı ilə təsdiqlənən "Dövlət gəlirlərinin proqnozlaşdırılması və modelləşdirilməsi metodologiyası" adlı həmin yazıda göstərilir ki, büdcə gəlirləri hər bir vergi növü üzrə hesablanmış vergi bazalarına effektiv vergi dərəcələri tətbiq edilməklə proqnozlaşdırılır. Effektiv vergi dərəcələrindən istifadə etməklə proqnozlaşmaya əlavə olaraq, hər bir tədiyyə növü üzrə müvafiq ekonometrik modellərdən istifadə etməklə dövlət büdcəsinin gəlirlərinin proqnozu hesablanılır. Ekonometrik modellər iqtisadiyyatda gedən dəyişimlər sonunda vergi gəlirlərini dəqiq əmsallar vasitəsilə hesablamaqla yanaşı, vergi və iqtisadi dəyişənlər arasında münasibətlərin müəyyən edilməsi üstünlüyünə malikdir. Həmin modellər iqtisadiyyat və ölkə büdcəsinin qazancları arasında təsirləri, habelə bu münasibətlərdəki dəyişiklikləri əks etdirmək baxımından çox təfərrüatlı nəticələri müəyyən edir.

Lakin problem ondadır ki, bu metodologiya əsasında da büdcə gəlirlərinin orta və uzunmüddətli deyil, məhz növbəti 1 il üzrə proqnozlaşdırılması aparılır. Belə ki, sənəddə təqdim olunan bütün düstur nümunələrində məhz cari ilin müxtəlif dəyişənləri əsasında növbəti ilin vergi gəlirlərinin proqnozu hesablanır, daha uzun müddətə gəlir planlaşdırılması, bu cür proznozlaşdırmada mümkün risklər və oların nəzərə alınması üçün metodoloji yanaşmalar təqdim edilmir.

Son 5 ildə parlamentə hökumət tərəfindən təqdim edilmiş büdcə zərfi üzrə sənədlərin araşdırılması da göstərir ki, büdcə gəlirləri üzrə ortamüddətli proqnozların ciddi metodologiyaya və hesablamalara əsaslandğına şübhələr mövcuddur.

Büdcə xərclərinin hər il sürətlə artdığı son 10 ildə sosial-iqtisadi prioritetlərə yetişmək nöqteyi-nəzərdən büdcə xərclərinin daha təkmil mexanizmlər əsasında idarə olunması son dərəcə aktual məsələ olaraq qalır. Lakin hazırda hüquqi baxımdan proqram-məqsədli büdcələşmənin tətbiqi potensialı son dərəcə məhduddur. Planlaşdırmadakı inersiya və xərclərin real töhfələrini qiymətləndirmədən büdcə tərtibi prosesinin dayandərılması son dərəcə ciddi zərurətə çevrilib. Beynəlxalq praktikaların araşdırılması göstərir ki, bəzən hökumətin orta müddətli büdcə planlaşdırması aparmasına rast gəlinir, amma bu proqram-məqsədli büdcələşmə mexanizminə söykənməsin.

Hazırda Azərbaycanda məhz oxşar sistem tətbiq edilir– "smeta planlaşdrması", yəni gələcək illər üzrə mümkün inflyasiya təsirləri nəzərə alınmaqla əvvəlki illərin büdcə xərclərinin indeksasiyası aparılır. Bu isə ictimai ehtiyaclar əsasında xərclərin obyektiv planlaşdırması sistemi deyil.

Cədvəl 2. 2017-2020-ci illər üzrə dövlət büdcəsinin xərcləri üzrə ortamüddətli büdcə proqnozları (Min manatla)

Xərclərin istiqamətləri	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Cəmi xərclər	**20 063 000.0**	**18 465 500.0**	**18 050 000.0**	**17 800 000.0**
Ümumi dövlət xidmətləri	1 997 541.6	2 072 000,0	2 087 797.8	2 095 97.8
Müdafiə	1 637 362.3	1 692 921.7	1 702 584.6	1 709 584.6
Məhkəmə hakimiyyəti, hüquq mühafizə və prokurorluq	1 240 297.6	1 283 929.3	1 276 191.9	1 273 191.9

Təhsil	1 653 445. 2	1 716 182. 1	1 728 803. 9	1 738 803. 9
Səhiyyə	725 586,2	772 404,8	787 967,6	797 967,6
Sosial müdafiə və sosial təminat	2 072 233,9	2 111 488,7	2 105 480,8	2 109 904,5
Mədəniyyət, incəsənət, KİV, idman	311 410.6	332 957.6	326 360.7	340 141.9
Mənzil və kommunal təsərrüfatı	457 144,0	476 475,8	468 299,6	481 245,0
Kənd təs-tı, meşə təs-tı, balıqçılıq, ovçuluq və kənar aləmin mühafizəsi	562 887,2	592 720,3	583 031,1	575 643,5
Sənaye, tikinti və faydalı qazıntılar	6 281 954.7	4 267 095.7	4 021 954.7	3 771 954.7
Nəqliyyat və rabitə	121 437,6	158 174,1	149 682,8	158 586,9
İqtisadi fəaliyyət	328 156,8	317 457.6	315 446,7	314 446.7
Əsas bölmələrə aid edilməyən xidmətlər	2 670 054.8	2 665 290.1	2 495 763.2	2 432 064.6

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY.pdf (28.03.2020)

Büdcə gəlirlərində olduğu kimi hökumətin xərc proqnozları da ortamüddətli büdcə qanunu layihəsi kimi təsdiqlənmir və qısamüddətli dövrdə (2012-2015-ci illər) xərclərdə də təxminən 20%-lik kənarlaşmalar qeydə alınıb.

Dövlət büdcəsinin xərcləri üzrə nəticəlilik

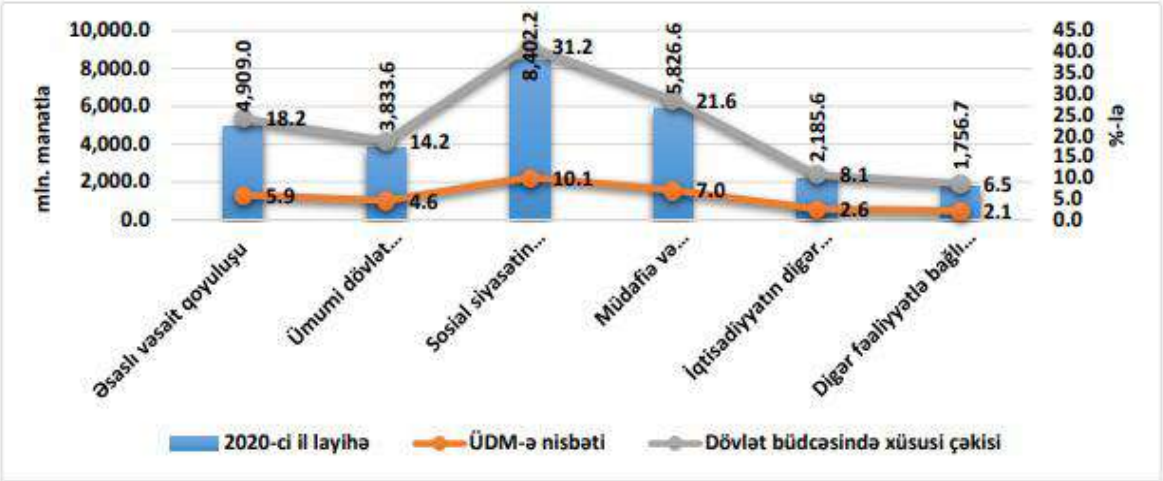
Büdcə xərclərinin nəticəliyinin l təyinatlılığı baxımından daha dolğun məlumatlılığın verilməsi niyyəti ilə 2020-ci il ölkə büdcəsinin xərcləmələri dövlət idarəetmə orqanları, güc strukturları, sosial siyasətin həyata keçirilməsi, əsaslı vəsait qoyuluşu, iqtisadiyyatın digər sahələri və digər xərc istiqaməti üzrə təhlil edilmişdir

Sxem 2. Dövlət büdcəsi xərclərinin istiqamətləri

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY.pdf (28.03.2020)

MN-nin informasiyasına görə, 2019-cu ildə ölkə büdcəsi sərf etmələrinin 31.7 faizi və ya 7196.6 mln. azn sosial ixtisaslı xərcləmələrin maliyyələ olunmasına istiqamətlənmişdir. Bunun 2018-ci illə nisbətdə 505.9 mln. azn ya da7.6 faiz artıq olması söylənilir.Ölkə büdcəsi sərf etmələrinin 4408.0 mln. azn (illik sərf etmələrin 19.4 faizi) ilin 1-ci rübündə, 5116.3 mln. azn (22.5 faizi) 2-ci rübdə, 6141.7 mln. azn (27.0 faizi) 3-cü rübdə, digər 7052.9 mln. azn (31.0 faizi) isə 4-cü rübdə istifadə edilib.(http://budget.az/).

Diaqram 2. 2020-ci il üzrə ayrı-ayrı xərc istiqamətlərinin ümumi məbləği, dövlət büdcəsində xüsusi çəkisi və ÜDM-ə nisbəti



Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY.pdf (28.03.2020)

Təqdim edilmiş məlumatların təhlili göstərir ki, sosial siyasətin reallaşdırılması ilə əlaqədar xərcləmələr və müdafiə və məhkəmə, hüquq-mühafizə, prokurorluq ilə əlaqədar xərcləmələr ölkə büdcəsinin cəmi xərclərində müvafiq olaraq 31,2% və 21,6%-lə ən böyük xüsusi çəkiyə malikdir.(https://www.stat.gov.az/).

Büdcə xərclərinin nəticəliyinə aydınlıq gətirilməsi ilə bağlı bir misala baxaq. Son zamanlar Bakı şəhərində avtomobil yollarında tıxacların aradan qaldırılması, yolların buraxılış imkanlarının artırılması və yol qəzalarının azaldılması məqsədi ilə büdcə vəsaiti hesabına yol ötürücüləri (körpülər) tikilir. Aydındır ki, bu halda öz-özlüyündə körpünün tikilməsi məqsəd deyil, qarşıya qoyulan məqsədlərə (yəni avtomil yollarında tıxacların aradan qaldırılması, yolların buraxılış imkanlarının artırılması və yol qəzalarının azaldılması) çatmaq vasitəsidir.

Fərz edək ki, layihə smetasına əsasən konkret bir körpünün tikintisi üçün dövlət büdcəsindən 10 milyon manat ayrılır. Körpünün tikilməsi faktiki olaraq 15 milyon manata başa gəlir. Burada körpünün tikilməsi (mövcudluğu) büdcə fəaliyyətinin bilavasitə nəticəsidir (bunu istehsalın nəticəsi və ya buraxılış da adlandırırlar). Tikintinin 10 milyon əvəzinə 15 milyon manata başa gəlməsi istehsalın (resurslardan istifadənin) səmərəliliyini (bu halda artıq xərclənməni, yəni səmərəsiz işi) əks etdirir.

Əgər körpünün istifadəyə verilməsindən sonra həmin yerdə tıxaclar müəyyən qədər (məsələn, 15 faiz) azalıbsa, yolun buraxılış qabiliyyəti artıbsa (məsələn, 20 faiz) və qəzalar tam və ya qismən aradan qalxıbsa (məsələn, 50 faiz), bunlar fəaliyyətin son nəticələrini göstərir. Yəni bu fəaliyyətdən sosial əhəmiyyətli son nəticələr alınıb və qarşıya qoyulan məqsədlərə tam və ya qismən nail olunub – bu, büdcə fəaliyyətinin sosial effektivliyini, yəni nəticəliliyi əks etdirir. Əgər körpü istifadəyə veriləndən sonra yolun həmin hissəsində ciddi dəyişiklik olmazsa, yəni tıxaclar və qəzalar əvvəlki səviyyədə qalarsa (hətta durum bir qədər də ağırlaşarsa), onda fəaliyyətin sosial əhəmiyyətli son nəticəsi olmur və məqsədə nail olunmur. Bu, həyata keçirilmiş fəaliyyətin sosial səmərəsizliyini, yaxud nəticəsizliyini xarakterizə edir.

Əgər körpü nəzərdə tutulduğu kimi 10 milyon manata, yaxud bundan da az xərcə başa gəlibsə (yəni, istehsalın səmərəliliyi təmin olunubsa), bununla belə, sosial əhəmiyyətli son nəticələrə (məqsədlərə) nail olunmayıbsa (yolun buraxılış qabiliyyətində dəyişiklik yoxdursa...), onda istehsalın iqtisadi

səmərəliliyinin də heç bir əhəmiyyəti olmur. Bu halda da büdcə vəsaitlərinin lazımsız şəkildə xərclənməsi baş vermiş olur.

Buradan belə bir mühüm nəticə hasil olur ki, istehsalın (iqtisadi) effektivliyinə nail olunması son nəticənin əldə edilməsi (problemin həllinə nail olunması) üçün kifayət deyildir18.

Büdcə vəsaitlərinin səmərəli istifadəsi dedikdə qarşıya qoyulan vəzifənin yerinə yetirilməsinin və ya hər-hansı bir problemin həllinin mümkün (təklif edilən) bir neçə variantından ən yaxşısının seçilməsi başa düşülür. Bu halda ən yaxşı variantın reallaşdırılmasına sərf edilən vəsaitləri səmərəli istifadə olunmuş hesab etmək olar. Lakin nəticəlilik və səmərəlilik göstəriciləri heç də həmişə üst-üstə düşmür. Onların qiymətləndirilməsinin aşağıdakı variantları mümkündür:

a) Birinci variant – səmərəli və nəticəli (problemin həllinin optimal yolu seçilib, büdcə vəsaitlərinin effektiv istifadəsi prinsipinə əməl olunub);

b) İkinci variant – səmərəli, lakin lazımi nəticəsiz (xərclərin minimumlaşdırılması baxımından səmərəli variant seçilib, lakin problemin həllində arzulanan nəticə əldə olunmayıb, yəni büdcə vəsaitlərinin effektiv istifadəsi prinsipinə əməl olunmayıb);

c) Üçüncü variant – qeyri-səmərəli, lakin lazım olan nəticəli (problemin həllinin seçilmiş yolu çərçivəsində büdcə vəsaitinin nəticəli istifadəsi baş verib, lakin bunun səmərəlilik baxımından ən yaxşı yol olduğunu söyləmək mümkün deyil);

d) Dördüncü variant – səmərəsiz, həm də lazımi nəticəsiz.

Effektivlik nöqteyi-nəzərdən dövlət büdcəsi vəsaitlərinin istifadəsini qiymətləndirərkən bu mövqelər üzrə təhlilin aparması zəruridir. Dünya təcrübəsini və nəzəri yanaşmaları ümumiləşdirsək, «büdcə xərclərinin səmərəliliyi» prinsipi özündə aşağıdakı elementləri birləşdirir:

1) büdcə öhdəliklərinin tam icrası;

2) büdcə xərclərinin qarşıya qoyulmuş sosial-iqtisadi nəticələrin əldə olunmasına yönəldilməsi;

3) iqtisadi siyasətin strateji istiqamətlərini əks etdirən ortamüddətli büdcə prioritetlərinin müəyyənləşdirilməsi;

4) büdcə xərclərinin müsabiqə əsasında bölüşdürülməsi;

5) büdcə xərclərinin açıqlığı və bütün xərc əməliyyatları ilə bağlı məlumatlara ictimaiyyətin əlçatanlığı;

6) əsaslandırılmamış və az səmərəli büdcə öhdəliklərinin məhdudlaşdırılması.

Hazırda dünyada büdcə xərclərinin effektivliyini artırmaq üçün müxtəlif istiqamətlər üzrə siyasət tədbirləri (məqsədli büdcə proqramlarının, dövlət satınalınmaları mexanizminin, nəticələrin qiymətləndirilməsi sisteminin tətbiqi və s.) reallaşdırılır. Bununla yanaşı, inkişaf etmiş ölkələrdə hökumətin bütün strukturları konkret göstəricilər əsasında öz fəaliyyətlərinin qiymətləndirməsini həyata keçirir və bunun əsasında illik hesabatlar hazırlayır. Lakin belə hesabatların peşəkarlığı üçün həlledici şərt büdcə proqramları üzrə effektiv monitorinq və qiymətləndirmə sisteminin mövcudluğudur. Fəaliyyətin planlaşdırılması və fəaliyyət üzrə hesabatlılıq hökumətin xərcləri necə planlaşdırması və necə icra etməsilə birbaşa bağlıdır.

Nəticə

Büdcə materialları ilə onun xərcləmə nəticələrinin uyğunlaşması sxemi yaradılmalıdır. Bundan ötrü ilk sırada qanunda büdcə proqramının hüquqi durumunun müəyyənləşməsinə tələb var. Onları ölkə qurumlarının yaratdığı strateji sxemlər üzrə məqsədlərə, misiyalara və işlərin hesabatlarını müəyyən edən miqdar və mübət və ya mənfi nəticələrinə aid olmasını seçən və büdcə sərf etməsinin tərəfini özündə göstərən işlər rəsmi materialları kimi tapılmalıdır.

Büdcə qanununda proqram kateqoriyalarının istifadəsi sxemləri hazırlanmalıdır. Məhz bu kateqoriya son hesabatları əsasında onlarla büdcə sərf etmələrinin uyğunlaşmasını reallaşdıra bilər.

Nəticəyə əsaslanan büdcə mexanizminə keçid təmin edilməlidir. Bu büdcə prosesinin deyil, prosesin nəticələrinin idarə olunması sistemidir. Nəticəyə əsaslanan büdcələşməyə keçidsən ötrü ilk sırada büdcə proqramının yerinə yetirilməsini dəyərləndirməyə şərait yaradan aralıq və axır nəticələrinin, həmçinin faydalılıq və müsbət indikatorları inkişaf etdirməlidir. Müsbət və mənfi nəticələri büdcə resursları yardımıyla aparılan ölkə qulluqlarının insanların məqsədlərinə və bu qulluqlarüzrə ölkə normalarına aidliyini, təsirlilik nəticələri isə az büdcə xərcləmələri ilə diqqətdə saxlanılan göstəricilərin qazanılmasını aydınlaşdırır.

Nəticəyə əsaslanan büdcə mexanizminə keçid təmin olunmalıdır. Bu büdcə prosesinin yox, prosesin nəticələrinin idarə edilməsi sistemidir. Nəticəyə əsaslanan büdcələşməyə keçid üçün ilk növbədə büdcə proqramlarının gerçəkləşdirilməsini qiymətləndirməyə imkan verən aralıq və son nəticə göstəricilərinin, o cümlədən əlverişlilik və keyfiyyət indikatorlarına sahib olmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Afonso A., & Aubyn S (2015). Non-parametric Approaches to Education and Health Efficiency in OECD Countries. Journal of Applied Economics, vol. 9, no. 32, 327–346.
2. Cantillon B. (2015). The Paradox of the Social Investment State: Growth, Employment and Poverty in the Lisbon Era. Journal of European Social Policy, vol. 21, no. 5, 432–449.
3. Gupta S., & Verhoeven M. (2018). The Efficiency of Government Expenditure: Experiences from New Zealand.. Journal of Policy Modeling, 2018, vol. 23, iss. 4, pp. 433–467.
4. Hauner D. (2017). Benchmarking the Efficiency of Public Expenditure in the Russian Federation. IMF Working Paper, no. 07/246, 21-42
5. Herrera S & Pang G. (2017). Efficiency of Public Spending in Developing Countries: An Efficiency Frontier Approach. World Bank Policy Research Working Paper, no. 3645, 67 -82.
6. Jafarov E & Gunnarsson V.(2018.) Government Spending on Health Care and Education in Croatia: Efficiency and Reform Options. IMF Working Papers, no. 08/136, 11-34.
7. Mattina T., & Gunnarsson V.(2017). Budget Rigidity and Expenditure Efficiency in Slovenia. IMF Working Paper, no. 07/131, 13- 29.
8. Ravallion M. (2015). On Measuring Aggregate "Social Efficiency". Economic Development and Cultural Change, , vol. 53, iss. 2, 273-292.
9. Solana-Ibanez (2016). Data Envelopment Analysis of Spanish Regions: Efficiency Determinants and Stability Analysis. Contemporary Economics, 2016, vol. 10, iss. 3, 259–274.
10. Wang X. (2010). Performance measurement in budgeting: a study of county governments. // PublicBudgeting and Finance. 22(4, Fall), 202–219.
11. hhttp://sai.gov.az/upload/files/2020_REY.pdf
12. https://www.stat.gov.az/
    http://budget.az/

Makroiqtisadi Sabitliyin Təminində Fiskal Alətlərin Rolunun Təkmilləşdirilməsi Üsulları

Könül Namazova

konul.f.namazova@gmail.com

Xülasə

Məqalədə əsas məqsədə çatmaq üçün makroiqtisadi sabitliyin təmin olunmasında fiskal alətlərin rolunun təşkilləşdirilməsi üsullarını araşdırmaq, makroiqtisadi tarazlığın təmini məsələləri, eləcə də valyuta siyasəti və makro səviyyədə tarazlıq arasındakı əlaqənin xüsusiyyətləri öyrənilmiş, maliyyə bazarının mahiyyəti və rolu haqqında nəzəri baxışları araşdırmaq, maliyyə bazarının formalaşmasının hüquqi əsasları və mərhələlərini təhlil etmək, maliyyə bazarında dövlət və korporativ qiymətli kağızların dövriyyəsinin təhlil etmək, sığorta bazarının formalaşması mərhələlərini araşdırmaq, valyuta bazarının tənzimlənməsi problemlərini təhlil etmək, maliyyə bazarının dövlət tənzimlənməsinin və qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini öyrənmək, maliyyə bazarının beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsində əhəmiyyətinin əsaslandırılması müəyyənləşdirilmişdir.

Müasir qlobal iqtisadi səbatsızlıqların, xüsusilə qlobal maliyyə böhranından ardınca hazırda davam edən kövrək artım meylləri ayrı-ayrı ölkələrdə makroiqtisadi tarazlığın təminini çətinləşdirmişdir.Tədqiqatda qlobal iqtisadi səbatsızlıqların makroiqtisadi tarazlığa təsir imkanları müxtəlif aspektlərdən qiymətləndirilərək dayanıqlığın əldə edilməsinə maneə yaradan amillərin mənfi təsirlərinin identifikasiyası aparılmışdır. Tədqiqatda həmçinin valyuta siyasətinin müxtəlif kanallar vasitəsilə makroiqtisadi tarazlığa təsir imkanları da qiymətləndirilmişdir. Bundan başqa, volatil xarici iqtisadi şəraitdə Azərbaycanda makroiqtisadi tarazlığın təmini imkanları və problemləri, o cümlədən perspektivləri qiymətləndirilmişdir. Məqaləmizdə bu məqsədlə qlobal maliyyə böhranının yaratdığı konyuktur dəyişiklikləri fonunda makroiqtisadi tarazlığın təmini məsələləri qiymətləndirilmiş, xüsusilə ölkəmizdə bu istiqamətdə mövcud olan situasiyanın empirik dəyərləndirilməsi aparılmışdır. Aparılan qiymətləndirilmələrlə yeni iqtisadi şəraitdə bu təsir kanallarının effektivliyinin artırılması və makroiqtisadi tarazlığın təmin edilməsinə maneə yaradan amillərin aradan qaldırılması üçün təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözləri: dövlət büdcəsi, fiskal dayanıqlıq, makroiqtisadi sabitlik, pul siyasəti, iqtisadi yüksəliş.

Giriş

Makroiqtisadi tarazlıq müasir iqtisadi meynstrimin ən mühüm və problematik kateqoriyalarından biridir. Bu kateqoriyaya müxtəlif iqtisadi məktəblər prizmasından fərqli yanaşmalar və konsepsiyalar formalaşdırılmışdır. İqtisadi nəzəriyyədə ən geniş mənada makroiqtisadi tarazlıq milli iqtisadiyyatda iqtisadi proseslərin, yəni məcmu tələb və məcmu təklif, yığım və investisya, istehsal və istehlak, real və maliyyə sektorlarının balanslaşdırılması və inkişaf templərinin harmonizasiyasına və bərabərliyinə nail olunmaq stiuasiyası kimi xarakterizə edilir.

Makroiqtisadi səviyyədə tarazlıq mikroiqtisadi nəzəriyyənin əsas kateqoriyalarından olan və ayrıca götürülmüş bazarlarda təmin olunan tarazlıq konsepsiyasından fərqli yanaşmanı özündə əks etdirir. Makroiqtisadi səviyyədə tarazlıq ayrı-ayrı bazarlar deyil, bütün bazarların qarşılıqlı fəaliyyəti və təsiri nəticəsində meydana gəlir. Bu tarazlıq şəraitində bazarlardan birində baş verən dalğalanma və ya tələb-təklif dəyişikliyinin doğurduğu əks təsirlər hər hansı bir bazar və onun iştirakçıları ilə məhdudlaşmır; yerdə qalan bütün bazarlarda tarazlıq şəraitinə və bütün bazar elementlərinə təsir göstərir.

Makroiqtisadi Sabitlik Konsepsiyasına Ümumi Yanaşma

Həm institusional, həm də praktiki tədbirlər fiskal dayanıqlılığın təmin edilməsi və maliyyə siyasəti nəticəsində davamlı iqtisadi inkişafa nail olunması üçün önəmlidir. Təməl hüquqi bazanın möhkəmləndirilməsi, gəlir və xərc siyasəti üçün müasir institusional çərçivənin inkişaf etdirilməsi, fiskal risklərin qiymətləndirilməsi və tənzimlənməsinin gücləndirilməsi dövlətin maliyyə

idarəetməsinin təkmilləşdirilməsinə gətirib çıxaracaqdır. Büdcənin daxilolmaları və xərclərinin doğru şəkildə tənzimlənməsi, dövlət borcunun düzgün idarə edilməsi bu istiqamətdə müsbət nəticələrə nail olmaq üçün qarşıda duran əsas məsələlərdəndir.

Dövlət vəsaitini formalaşdıran həm gəlirlərin, həm də xərclərin eyni anda sistemli olaraq tənzimlənməsi fiskal sektoru kompleks şəkildə gücləndirəcəkdir. Aparılan islahatlar büdcə daxilolmaları və xərclərinin daha səmərəli şəkildə tənzimlənməsini təmin edərək gəlirləri artıracaq, həmçinin, sabitliyini formalaşdıracaq və proqnozlaşdırılmasını asanlaşdıracaq. Bütün bunlar fiskal dayanıqlılığı daha da artıracaqdır.

Dövlətin göstərilən bu hədəflərə çatmaqda istifadə edə biləcəyi iqtisadi siyasət alətləri arasında pul siyasəti və fiskal siyasəti alətləri önəmli bir yerə sahibdir. Ən ümumi ifadədə, fiskal siyasətin dövlətin resurslarını ictimai sektora ayırmasına və müxtəlif xərclərlə özəl sektorun alıcılıq qabiliyyətinin gücləndirilməsinə yönələn tədbirlərin məcmusu kimi xarakterizə etmək də mümkündür (Ələsgərov, Ramazanov. 2013:79)

Bu siyasət əsasən mərkəzi dövlət büdcəsi və icmal büdcələr vasitəsilə həyata keçirilir. Bir tərəfdən, büdcə xərcləri və gəlirlərin miqdar və tərkibi, digər tərəfdən xərclər və gəlirlər arasındakı əlaqələr- yəni büdcə kəsiri, profisiti və ya tarazlığı dövlətin məqsədlərinə çatmaqda istifadə edə biləcəyi ən vacib alətlər kimi çıxış edir.

Dövlətin maliyyə sektorundakı fəaliyyətinin, iqtisadi və ictimai həyata da təsirləri vardır. Həmçinin iqtisadi və ictimai həyata edilən dövlət müdaxilələri şüurlu şəkildə istifadə edilən maliyyə alətlərinin vasitəsilə həyata keçirilir. Məhz bu səbəbdən büdcənin gəlir və xərcləri ilə dövlət gəlir və xərclər, ictimai tələbatın müəyyən olunması və təmin edilməsindən başqa, iqtisadi sabitliyin əldə olunması, ödənişlər balansının və fərdi gəlir bölgüsünün tarazlaşdırılması, iqtisadi artımın təmin olunması kimi öhtəlikləri öz üzərinə götürmüşdür. Maliyyə qurumlarına, ənənəvi funksiyalardan əlavə başqa öhdəliklərin yüklənməsi dövlətin maliyyə quruluşunu formalaşdıran büdcənin də strukturunu dəyişmişdir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, makroiqtisadi siyasətin əsas realizasiya vasitələri sırasında fiskal siyasət mühüm rol oynayır. İqtisadi düşüncənin tarixi inkişafı prosesində həlledici məqamlardan biri kimi XX əsrdə makroiqtisadiyyat anlayışının meydana çıxmasını qeyd etmək lazımdır. Keynsin öncüllüyündə, iqtisadi fəaliyyətin dövlət tərəfindən tənzimləməsinə olan ehtiyacın empirik və nəzəri anlamda gərəkliliyinin əsaslandırılmasının ardınca, bu tənzimləmənin hansı formada və hansı şərtlər ətrafında həyata keçirilməsi ilə bağlı bir sıra tədqiqatlar aparılmışdır (Blanchard, 2010:41).

Makroiqtisaditənzimləməgeniş anlamda mövcud siyasi-iqtisadi qaydalar çərçivəsində potensial buraxılışın, məşğulluğun və aktivliyin təmin edilməsinə imkan verən, iqtisadi fəaliyyətin təşkilinə yönəlmiş siyasətlərin məcmusunu özündə ehtiva edir. Bu siyasət tədbirlərinin icrası əsasən 2 istiqamət üzrə həyata keçirilir: (1) pul siyasəti və (2) fiskal siyasət.

Pul siyasəti mahiyyət etibarı ilə Mərkəzi Bankın iqtisadi proseslərin dayanıqlılığını və çevik idarə olunmasını təmin etmək üçün həyata keçirdiyi tədbirlər sistemidir. MB-nin monetar siyasətinin başlıca məqsədi inflyasiyanın səviyyəsini nəzarət altında saxlamaqla, yeni iş yerlərinin yaranması həmçinin ölkə əhalisinin tam məşğulluğunun təmin olunması və bu motivlərin fonunda iqtisadi artımın əldə edilməsi üçün ölkədə əlverişli maliyyə mühiti yaratmaqdır. Bu göstəricilərin reallaşdırılması üçün Mərkəzi Bank məhz pul kütləsnin tənzimlənməsindən istifadə etməklə, məcmu tələb və təklifin balanslaşdırılmasına və qiymətlərin sabit saxlanılmasına nail olur.10 Ümumi olaraq MB istehsalçı və

istehlakçı maraqlarını nəzərə almaqla elə bir qiymət mexanizmi formalaşdırmağa çalışır ki, bu yolla həmçinin iqtisadi artım baş versin. Nəticə etibarı ilə bu faktorların reallaşdırılması üçün MB təkrəqəmli inflyasiyanın təmin edilməsini əsas hədəf kimi qarşısına qoyur. Hazırda inflyasiyanın səviyyəsinin 0% göstəricisi heç bir iqtisadiyyatda müşahidə olunmamaqdadır. Çünki hədsiz dərəcədə qiymət səviyyəsinin enməsi istehsalçı maraqlarına ziddir və o kifayət qədər mənfəət əldə edə bilmədiyindən istehsala marağı azalır. Bu baxımdan yüksək iqtisadi göstəricilərə malik inkişaf etmiş ölkələrdə belə 3-4 % inflyasiya mövcud olmaqdadır.

Dayanıqlı iqtisadiyyatın əldə olunması üçün zəruri şərtlərdən biri də pul təklifinin müvafiq olaraq iqtisadi şəraitə uyğunlaşmasıdır. İqtisadiyyatın depresiv xarakter aldığı bir dövrdə Mərkəzi Bank investisya fəallığının artırılması həmçinin iqtisadi durğunluğun aradan qaldırılması üçün məqsədyönlü olaraq kommersiya banklarında kreditlərin satışını stimullaşdırmaqla pulun təklifini artıraraq odəniş qabiliyyətli tələbin formalaşmasını hədəfləyir. Bu amillərin nəticəsi olaraq iqtisadiyyatda canlama və qiymətlərin yüksəlişi müşahidə olunur ki, bu da öz növbəsində istehsalın həcminin artmasına səbəb olur.

Makroiqtisadi Sabitliyin Təmin Olunması

Bu baxımdan makroiqtisadi tarazlığın təmin olunması şərtləri ilə valyuta siyasətlərinin birbaşa və dolayı nəticələrinin əlaqələndirilməsi hazırki beynəlxalq iqtisadi volatiliklərin konteksində kifayət qədər ciddi əhəmiyyət daşıyır. Sonuncu qlobal maliyyə böhranı eləcə də ondan sonra baş verən kövrək artım mərhələlərində əksər dövlətlər tərəfindən makroiqtisadi tarazlığın təmin edilməsi və aktiv stabilləşdirmə aləti kimi valyuta siyasətlərinə üstünlük verilmişdir. Bu proses çərçivəsində müxtəlif ölkələrdə iqtisadi aktivliyin canlandırılmasının fərqli fazalarındahəyata keçirilən valyuta siyasətlərin yaratdığı effektlər fərqli olmuşdur. Bu çərçivədə valyuta siyasətlərinin makroiqtisadi tarazlıqla qarşılıqlı əlaqəsinin xarakterik xüsusiyyətlərinin daha geniş spektrdə araşdırılması kifayət qədər ciddi məsələdir.

Makroiqtisadi dayanıqlığın təminatında müstəsna rol oynayan əsas vasitələrdən biri də məhz valyuta siyasətidir. Valyuta siyasəti iqtisadi siyasətin əsas alətlərindən biri olmaqla, mərkəzi bank və digər maliyyə orqanlarının pul təklifi üzərində gerçəkləşdirdiyi tədbirlər toplusundan ibarətdir. İnflyasiya, faiz dərəcəsi və valyuta məzənnəsinin sabitliyinin təmin edilməsi bu tədbirlərin əsas məqsədidir. Bu çərçivədə qeyd etmək lazımdır ki, hər bir ölkə iqtisadiyyatının təhlili zamanı əsas ölçü vahidi kimi götürülən makroiqtisadi göstəricilər kimi valyuta məzənnələri və onların dəyişmə tendensiyasını göstərə bilərik. Valyuta məzənnələri hər hansı bir xarici valyutanın milli valyutada ifadə olunan dəyəri olmaqla, ölkələr arasında iqtsadi tarazlığı ortaya çıxaran makroiqtisadi göstəricidir.

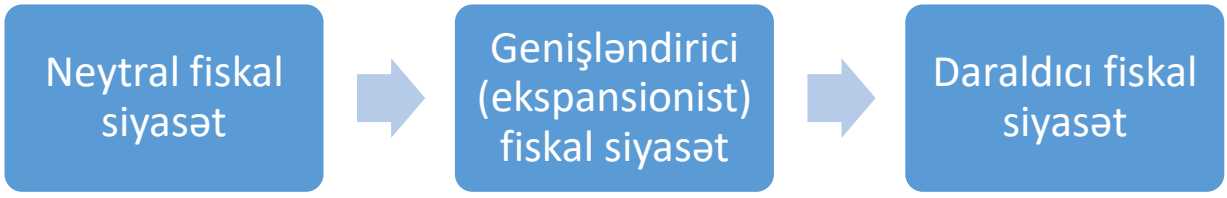
Azərbaycan Respublikasında makro səviyyədə tarazlığın təmin edilməsində əsas paya sahib olan siyasət kanallarından biri kimi valyuta siyasəti mühüm önəm kəsb edir. Xüsusilə vurğulamaq lazımdır ki, qeyri-adekvat beynəlxalq iqtisadi şərait və milli iqtisadiyyatın struktur çevrilməsi fonunda makro səviyyədə sabitliyin əldə edilməsinin iqtisadi artımın bərpasının eləcə də milli iqtisadi sistemin yeni inkişaf modeli üzərində qurulmasının təməl şərtini təşkil etdiyini nəzərə alsaq, bu zaman müvafiq siyasət çərçivəsinin düşünülmüş və rasional çərçivədə gerçəkləşdirilməsinin labüdlük qazandığını söyləyə bilərik. Digər tərəfdən, makroiqtisadi tarazlığın əldə edilməsinə yönələn valyuta siyasətinin ilkin olaraq fiskal siyasət ilə effektiv əlaqələndirilməsi, məcmu halda ölkə iqtisadiyyatının eləcə də tədiyə balansı və valyuta bazalarının tarazlılıq vəziyyətində olmasına imkan verən kompleks təbdirlər çərçivəsində qiymətləndirilməli olduğunu düşünürəm (Abbasov, 2003: 87).

Ölkə iqtisadiyyatında valyuta siyasətinin makro tarazlığa təsiri istiqamətlərinin qiymətləndirilməsi zamanı qlobal tendensiyaların və beynəlxalq bazarlardakı dəyişimlərin nəzərə alması xüsusi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. 2014-cü ilin II yarısından etibarən yeni mərhələyə keçən dünya iqtisadiyyatı, bu fazada qlobal məcmu iqtisadi artımın zəifləməsilə üzləşmiş, bunun nəticədə, bir sıra əmtəələrin həmçinin xam neftin dəyəri sürətlə azalanmağa başlamışdır. Dünya enerji bazarlarında xam neftin qiymətinin sürətli enişi neft ixrac edən ölkələrdəki kimi Azərbaycan iqtisadiyyatında da mənfi proseslərlə paralellik təşkil etmişdir. Belə bir konyukturda ixracdan əldə edilən gəlirlərinin böyük həcmdə azalması eləcə də xarici borclar və götürülmüş öhdəliklər üzrə valyuta ödənişlərinin artması tədiyə balansında iri miqyaslı kəsirin meydana gəlməsinə gətirib çıxarmışdır.

Makroiqtisadi Sabitliyin Təminatında Fiskal Alətlərin Rolu

İqtisadi yüksəlişdən danışarkən inkişaf trayektoriyasının daim yüksələn düz xəttdən ibarət olmadığını vurğulamalıyıq. Hər bir iqtisadiyyatda dalğalanmalar - enib-qalxmalar müşahidə olunmaqdadır və bu kimi tərəddüdlərin olması normal xarakter daşıyır. Əsas məsələ, belə iqtisadi enmə və iqtisadi yüksəlişlərin yaratdığı diskriminasiyaların kəskin xarakter almasının qarşısının alınmasına və ona nəzarət etməkdən ibarətdir. Məhz bu funksiyaların yerinə yetirilməsində Mərkəzi Bank monetar və fiskal siyasətin geniş miqyaslı istifadəsini həyata keçirir (Meybullayev, 2011: 211).

Fiskal siyasət qanunvericilik yolu ilə akt əsasında tənzim edilən dövlət məsrəfi və gəlirlərinə məqsədyönlü şəkildə edilən dəyişikliklər vasitəsilə iqtisadi sistemə təsir etdiyi halda monetar proqram bunu MB tərəfindən pulun təklifi, məcburi ehtiyat norması və faiz dərəcələrinə təsir göstərməklə gerçəkləşdirir. Təsərrüfat subyektlərində mövcud olan iqtisadi vəziyətə uyğunlaşdırılaraq müxtəlif növ fiskal proqramların reallaşdırlması makroiqtisadi tarazlığın təminatında əvəzsiz rola malikdir. Odur ki, bu müxtəlifliklər nəzərə alınmaqla fiskal proqramlarının 3 (üç) başlıca növü fərqləndirilir.



Neytral fiskal proqram - əsasən makroiqtisadi tarazlığın mövcudluğu şəraitində tətbiq olunur və bu halda mövcud dövlət məsrəfləri tam şəkildə dövlət gəlirləri əsasında maliyyələşdirilir. Neytral fiskal siyasətin tətbiqi adından da görsəndiyi kimi iqtisadi sistemdə neytral effekt yaradır.

Genişləndirici fiskal siyasətə gəldikdə isə mahiyyət etibarıilə böhran dövründə tətbiq olunmaqla iqtsadi artıma nail olmaq məqsədi ilə həyata keçirilir. Bu halda dövlət xərcləri rəsmi olaraq dövlət gəlirlərini üstələyir. Belə ki, ekspansionist fiskal siyasət ressesiya dövründə iqtisadiyyatın canlanmasına, yaranmış defilyasiyanın qarşısının alınmasına xidmət edən iqtisadi-siyasi addımların məcmusundan ibarətdir.

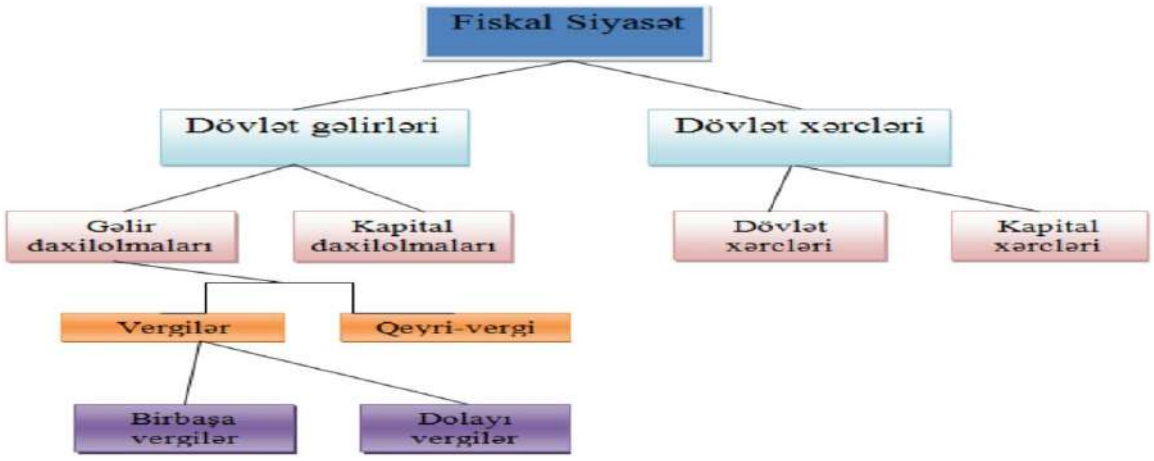
Daraldıcı fiskal proqramlar - isə dövlət borclarının ödənilməsi məqsədi ilə həyata keçirilir və bu halda dövlət gəlirlərinin müəyyən bir qismi xərclərin maliyyələşdirilməsinə digər qismi isə iqtisadi subyektin həm xarici həm də daxili borclarının ödənilməsinə ayrılır.

Göstərilən təsnifləşmənin bəzən aldadıcı olması qaçılmazdır. Belə ki, bəzi hallarda vergi dərəcələri, eləcə də dövlət xərclərinə heç bir dəyişikliklər edilmədiyi halda iqtisadi aktorların fəaliyyətində baş verən tərəddüdlərin mövcud olması vergi gəlirlərinin azalması, dövlət məsrəflərinin artması və son

olaraq büdcə kəsirin yaranmasına gətirib çıxara bilir. Məhz buna görə də, dövlət gəlirləri və məsrəfləri "dövrü olaraq tənzimlənən" dövlət xərcləri və gəlirləri kimi qeyd olunur (Məmmədov, 2008:173).

Gəlirlər və xərclər arasında mövcud disporsiyaların artması fiskal disbalansın dərinləşməsi, xərclərin gəlirləri üstələməsi isə fiskal balansın defisitlə formalaşması ilə nəticələnir. Məhz bu zaman, fiskal siyasətin korrektəsi ilkin addımlardan hesab olunur. Beynəlxalq təcrübədə fiskal disbalansların aradan qaldırılması və dayanıqlılığın təmini üçün fiskal konsolidasiya proqramından geniş şəkildə istifadə olunur. Fiskal konsolidasiya böhrandan çıxış üzrə aparıcı proqram olmaqla, fiskal korrektənin güclənməsi və maliyyə dayanıqlılığının təmin olmasına yönəlik tədbirlər sistemindən ibarətdir. Empirik araşdırmalara əsasən, davamlı dövlət məsrəflərinin təsirinin qarşısının alınması üçün büdcə konsolidasiyasının uzunmüddətli dövr üzrə planlaşdırılması zəruri hala çevrilmişdir.

Sxem 1. Fiskal siyasətin alətləri.



Mənbə: Boris Cournède, Antoine Goujard, Álvaro Pina, Alain de Serres, Choosing fiscal consolidation instruments compatible with growth and equity, OECD, July, 2013.

Buna əsaslanaraq, pul siyasətinin ilk mərhələlərində yaratdığı effekt daha sürətli xarakter daşısa da, son mərhələlərində bu təsir gücü getdikcə zaman intervalında səngiyir. Fiskal siyasətin tətbiqində isə ilkin mərhələdə təsir effekti tədrici, sonrakı mərhələdə isə yüksək multiplikativ xarakter daşıyır.

Xüsusən büdcə və pul siyasətlərinin qarşılıqlı təsirinin mövcud olduğu sahələrdə koordinasiyalı olaraq idarə olunmalarında fayda vardır. Bunlardan biri, büdcə kəsirinin Mərkəzi Bank vasitəsi ilə maliyyələşdirilməsidir. Hökümətlər büdcə kəsirini Mərkəzi bankın xəzinə avansları, qiymətli kağızlar və ya istiqrazların satışları ilə maliyyələşdirirlər. Bu halda pul defisiti sürətlə artır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə büdcə kəsirlərinin maliyyələşdirilməsi üçün xəzinənin qısa müddətli avanslarına çox müraciət edilir (Allahverdiyev, Qafarov, Əhmədov, 2006: 223).

Açıq iqtisadiyyatın mövcudluğu şəraitində, makroiqtisadi siyasətin başlıca vəzifələrindən biri də məhz valyuta siyasətinin seçilməsindən ibarətdir.

Göründüyü kimi, valyuta siyasəti fiskal tənzimləmənin həyata keçirilməsində aktiv formada istifadə olunan siyasət tədbirlərindən biridir. Bu siyasətin həyata keçirilməsində müxtəlif motivlər- istər tədiyyə balansı səbatsızlıqlarının aradan qaldırılması, istər milli valyutanın məzənnəsinin dayanıqlığının təmin edilməsi və ümumi makroiqtisadi hədəflərə uyğun səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi, istərsə də valyuta münasibətlərinin tənzimləməsi və s. rol oynayır. Makroiqtisadi

hədəflərə uyğunlaşdırılaraq valyuta siyasətlərin həyata keçirilməsi siyasət qurucuları arasında ciddi formada koordinasiyanın mövcudluğu şəraitində effektiv sayıla bilər (Əlləzov, 2009:97).

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Yazdığımız məqalədə onu qeyd edə bilərik ki, makroiqtisadi sabitliyin təmin olunmasına çalışan ölkə, valyuta siyasətində - əsasən tədiyyə balansı və valyuta bazarında baş vermiş problemlərin həllini beş əsas formada həyata keçirir. Milli iqtisadiyyatın mövcud statusunu və vayuta kursunu dəyişmədən məcmu tədiyyə balansı kəsirinin gəlirlər hesabına maliyyələşdirilməsi. Bu zaman kəsrin yaranmasının müvəqqəti olması müşahidə olunarsa, dövlət öz ehtiyatları hesabına elə siyasət həyata keçirir ki, mövcud ehtiyatların azaldılması yerli bazarda pul təklifinə təsir edə bilməsin. Lakin, ölkənin milli valyutası beynəlxalq hesablaşmalarda istifadə olunursa bu zaman kəsrin müəyyən həddə artımını təhlükəli hesab etmək olmaz və bu zaman heç bir korreksiya tədbirlərinin aparılması nəzərdə tutulmur. Üzən vayuta kursunun tətbiqi- bu zaman valyuta kurslarının tənzim olunması tam şəkildə valyuta bazarının öhtəsinə verilir ki, nəticədə valyuta kursunun məqsədyönlü şəkildə tarazlıq halına qədər aşağı düşməsinə təbii şərait yaradılır. Valyuta nəzarətinin gücləndirilməsi- bu halda dövlət xarici əlaqələrdə valyuta münasibətlərini çox dəqiqliklə tənzimləmək məqsədi ilə müxtəlif məhdudiyyətlər tətbiq edir. Tədiyyə balansının klassik tənzimləmə hesab metodu olunan “daimi-qeyd olunmuş kurslar”ın tətbiqi- bu zaman dövlət iqtisadiyyatı mövcud valyuta kurslarına uyğunlaşdırmaq məqsədi ilə dəyişdirir. Valyuta kursları arasında kompromis siyasətdən istifadə - bu zaman 3 və 4-cü punktlarda qeyd olunan siyasi modellərin kombinasiyası gerçəkləşdirilir. Tənzimləmə, mahiyyət etibarı ilə valyuta kursunun birbaşa özünün hərəkəti vasitəsi ilə qismən həyata keçirilir.

Nəticə

Sonda nəticə olaraq deyə bilərik ki, tədqiqatımızın nəticələri olaraq aşağıdakı məsələlərin makroiqtisadi tarazlığın təmin edilməsi prosesində nəzərə alınması vacib hesab edirik:

Makroiqtisadi nəzəriyyədə tarazlığa dair formalaşdırılan bir çox modellərin təhlili göstərir ki, ümumi anlamda tarazlığın təmin edilməsi daimi deyil, ani xarakter daşımaqdadır. Bu baxımdan siyasət qurucularının əsas vəzifəsi hesab edirik ki, sadəcə tarazlıq nöqtəsi üzərində fəaliyyətin qurulmasından daha çox, tarazlıqdan sapmalara çevik reaksiya verə bilmə qabiliyyətinin formalaşdırılması üzərində fokuslanmaq olmalıdır. Bu çevik reaksiya qabiliyyətinin formalaşdırılması üçün isə monetar və fiskal alətlərdən istifadənin səmərəliliyi artırılmalıdır.

Makroiqtisadi tarazlığın təmin edilməsi olduqca mürəkkəb və çoxsaylı amillərin təsiri altında baş verən prosesdir. Buna görə də, monetar və fiskal siyasətin özündə etiva etdiyi müxtəlif çərçivə

alətlərindən istifadə edilməsi, tənzimləmə prosesinin mövcud iqtisadi reallıqlara uyğunlaşdırılaraq həyata keçirilməsi müasir iqtisadi siyasət qurucuları qarşısında dayanan əsas məsələlərdir. İEO və İEOÖ-lərin ayrı-ayrılıqda mövcud iqtisadi gerçəkliklər konteksində qiymətləndirilməsindən çıxan əsas qənaət belədir ki, makroiqtisadi tarazlığın təmin edilməsi olduqca problematik və ənənəvi yanaşmalar əsasında təmin edilməsi çətin olan bir məfhumdur.

Fikrimizcə, dəyişkən qlobal iqtisadi mühitin meydana çıxardığı təhdidlərin makro tarazlıq üzərindəki ciddi təzyiqlərini azaltmaq üçün texnoloji innovasiyaların geniş tətbiqini özündə ehtiva edən yüksək dəyər yaradan sahələrin inkişafı bu baxımdan orta və uzunmüddətli perspektivlərdə strateji əhəmiyyət daşımaqdadır.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.H., (2003) “Azərbaycanda maliyyə bazarının formalaşması və bazar iqtisadiyyatında maliyyə-kredit sisteminin problemləri”. Bakı, “Elm” 120 səh.
2. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M. (2006) Milli iqtisadiyyatın Dövlət tənzimlənməsinin əsasları. Bakı.
3. Azar Hasanli, (2016) A New Era of Monetary Policymaking in the Light of the PostCrisis Challenges, Turkish Economic Review, vol. 3(3), September
4. Bağırov D.A., Həsənli M.T., (2011) “Maliyyə”. Bakı, 250 səh.
5. Ələsgərov A., N. Ramazanov. (2013) Pul siyasəti və qlobal çağırışlar, Mərkəzi Bank və İqtisadiyyat Jurnalı, I rüb
6. Əlləzov Q.S., (2009) “İqtisad elminin nəzəri-metodoloji əsaslarının tarixi inkişafı”. Bakı, 280 səh.
7. Həsənov R.T. (2009) İqtisadi siyasət: metodologiya və praktika, “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, Bakı
8. Juravlyova Q.P. və digərləri. İqtisadi Nəzəriyyə: Makroiqtisadiyyat 1-2, Metaiqtisadiyyat, Transformasiya iqtisadiyyat (Tərcümə prof. Ə.P.Babayevin rəhbərliyi altında), CBS Mətbəəsi
9. Meybullayev M.X. (2011) Makroiqtisadiyyata giriş (Dərslik) “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, Bakı.
10. Məmmədov Z.F., (2006) “Pul, kredit və banklar”. Bakı, 324 səh.
11. Məmmədov Z.F., (2008) “Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi” Bakı, 445 səh.
12. Məmmədov Z.F., (2008) “Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi”.Bakı. Azərnəşr.

Pul Siyasətinin Transmissiya Mexanizmləri Və Azərbaycan Təcrübəsinin Qiymətləndirilməsi

Rəvan Ağalarzadə

revan.agalarzade7@gmail.com

Xülasə

Bir çox iqtisadçılar və siyasətçilər iqtisadiyyatda stabilliyi qorumanın əsas yolu kimi monetar siyasəti dəstəkləyirlər çünki iqtisadiyyatın stabilləşdirilməsində fiskal siyasət öz gücünü itirib. Müasir dövrdə mərkəzi banklar inflyasiya ilə mübarizə zamanı qiymət stabilliyinin pozulmaması üçün monetar siyasətdə daha çox istinad olunur.Bu nöqteyi-nəzərdən pul siyasəti iqtisadiyyat sahəsində dayanıqlı artım və aşağı inflyasiya səviyyəsinin qorunub saxlanılması üçün çox güclü alətdir. Eyni zamanda, pul siyasətinin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsi üçün onun iqtisadiyyat sahəsinə göstərdiyi təsirini və zamanlamasını konkret olaraq qiymətləndirmək tələb edilir. Məlumdur ki, ölkə iqtisadiyyatımızda son illərdə cərəyan etmiş hadisələr, başqa sözlə desək, dünya bazarında neftin qiymətinin kəskin olaraq azalması, iqtisadiyyata neft sektorundan gələn valyuta gəlirlərinin tədricən azalması yerli valyutanın dəyərinin azalmasına gətirib çıxarmışdır. Nəticə etibarilə, Mərkəzi Bank bir il içərisində ümumilikdə iki dəfə devalvasiya qərarı almışdır. Bunların hamısı məzənnə kanalının effektivliyinin müəyyən edilməsini aktuallaşdırdı. Buna görə də, bu tədqiqat işində məzənnə kanalı Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün təhlil olunmuşdur.Məlumdur ki, ölkə iqtisadiyyatımızda son illərdə cərəyan etmiş hadisələr, başqa sözlə desək, dünya bazarında neftin qiymətinin kəskin olaraq azalması, iqtisadiyyata neft sektorundan gələn valyuta gəlirlərinin tədricən azalması yerli valyutanın dəyərinin azalmasına gətirib çıxarmışdır. Nəticə etibarilə, Mərkəzi Bank bir il içərisində ümumilikdə iki dəfə devalvasiya qərarı almışdır. Bunların hamısı məzənnə kanalının effektivliyinin müəyyən edilməsini aktuallaşdırdı. Məqalənin əsas məqsədi neft ixrac edən ölkələrdə pul siyasətinin mahiyyətini, ölkənin inkişafında pul siyasətinin əsas istiqamətlərini öyrənməkdir. İqtisadiyyat sahəsində istənilən dövlətin əsas məqsədi möhkəm iqtisadi artımı, daxili qiymətlərin sabitliyini, həmçinin xarici iqtisadi tarazlığı təmin etməkdir.

Açar sözlər: Pul, Maliyyə, Transmissiya

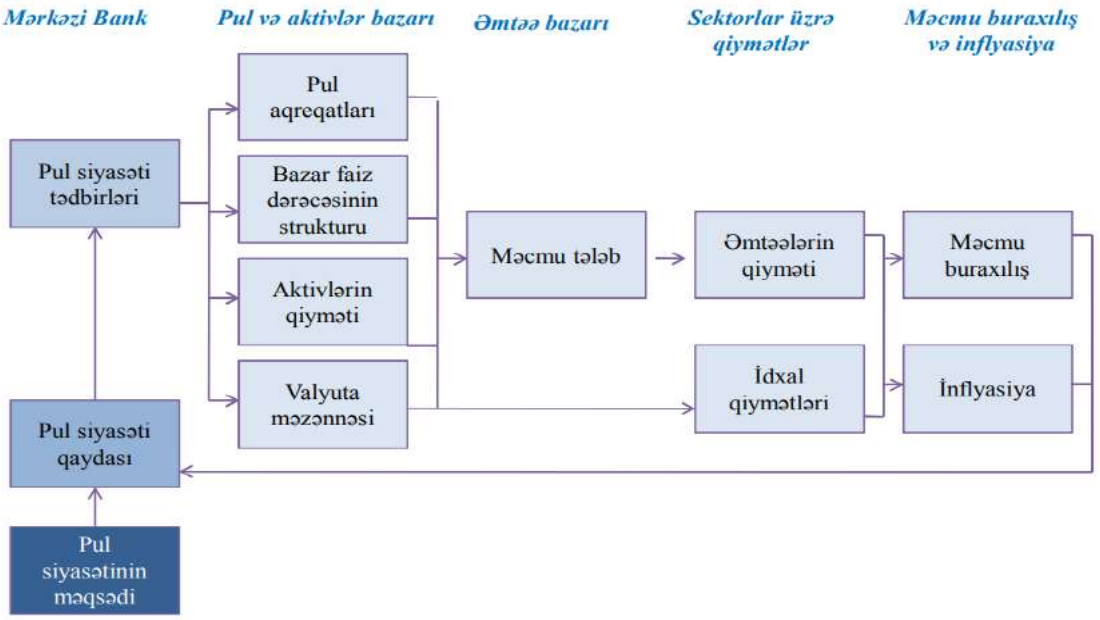
Giriş

Pul siyasətinin transmissiya mexanizmi dedikdə mərkəzi bank tərəfindən qəbul edilən pul siyasəti qərarlarının iqtisadiyyata təsiri (ötürülməsi) prosesi nəzərdə tutulur. Müasir dövrdə pul siyasətinin faiz dərəcələri, kreditlərin verilməsi, valyuta məzənnəsi, səhmlərin dəyəri və s. kimi transmissiya kanalları mövcuddur. Pul siyasəti qərarları real iqtisadiyyata bu kanallar vasitəsilə dərhal deyil, müəyyən vaxtdan sonra təsir göstərir. Qeyd etmək lazımdır ki, keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə monetar siyasətin qeyd olunan transmissiya kanallarının təsir gücü tam deyil və yaxud məhduddur. (Martinez, L. Sanchez, O. and Werner, A. 2011).

İqtisadiyyatda yüksək inflasiya bank sektorunda nağd vəsait imkanlarının maksimum daraldığı bir şəraitdə də baş verirsə, bu ilk növbədə real sektorun potensialının həddən artıq məhdud olduğunu göstərir. İqtisadiyyatın, inflyasiya potensialının yüksək olmasının mənfi tərəfi odur ki, stimullaşdırıcı pul siyasəti vasitəsilə investisiyaların artımına nail olmaq mümkün deyil. Belə bir şəraitdə biznes mühiti əlində olan ehtiyatlardan uzunmüddətli dövrdə daha ehtiyatla istifadə etməyi məqsədəuyğun hesab edir. Çünki biznes mühitinin yanaşması budur ki, yüksək inflyasiya riski olduğu dövrdə mərkəzi banklar daima bahalı pul siyasəti həyata keçirir ki, bu da sərt pul-kredit siyasəti şəraitində biznes mühitində gəlirləri məhdudlaşdırmaqla yanaşı tələbin daralmasına və iqtisadi fəallığın yavaşlamasına səbəb olur (Huseynov, E. & Jamilov, R. 2013).

Pul siyasətinin siyasətin transmissiya mexanizminin potensial effekti mübadilə məzənnəsi və kreditin həcmi kimi amilər ilə məhdudlaşır.Pul siyasətinin transmissiyasını sxematik olaraq aşağıdakı kimi təsvir etmək olar:

Sxem 1. Pul siyasətinin transmissiya mexanizmi



Mənbə: http://unec.edu.az/application/uploads/2015/07/Pul-Siyaseti-ShAdigozalov.pdf

Təhlillərdən məlum olur ki, son illərdə inflyasiya ən çox qeyri-monetar amillərdən təsirlənmişdir. Belə ki, inflyasiyanın xarici amillərində yüksək oynaqlıq nəzərə çarpmış, inzibati qiymətlər dəyişimi və inflyasiya gözləntiləri inflyasiyaya təsir etmişdir. Valyuta bazarının stabilləşmiş, hətta il boyu manatın məzənnəsinin bir qədər möhkəmlənməsi vəziyyətində ticarət partnyoru olan ölkələrdə müşahidə edilən inflyasiya prosesləri, həmçinin müxtəlif əmtəə qrupları üzrə tələb-təklif nisbətinin dəyişimi inflyasiyanın mühim amilləri olmuşdur.

2015-ci ildə neft qiymətlərində aşağı istiqamətli trendin başlaması resursla zəngin ölkələrin iqtisadiyyatlarına o cümlədən Azərbaycan iqtisadiyyatına öz mənfi təsiri göstərmişdir. Belə ki, cədvəldəndə göründüyü kimi 2015-ci ildə ÜDM-da 2.8% real artım müşahidə olunsanda 2016-cı ildə müvafiq göstəricidə artım tempinin azalması müşahidə olunmuş, 2017-ci ildə isə neft sektoru üzrə real artımın olmaması (0%) və qeyri-neft sektoru üzrə isə daralmanın (-4.5%) olması ümumilikdə ÜDM-in 3.1% daralmasına səbəb olmuşdur. Ancaq 2016-cı ildən başlayaraq qeyri-neft sektorun inkişafı üzrə qəbul edilən dövlət proqramları və eyni zamanda bu sahədə büdcə-vergi siyasətində həyata keçirilən islahatlar və qeyri-neft sektoru üzrə prioritet hesab edilən sahələrə dövlət dəstəyi nəticəsində 2017-ci ildə qeyri-neft sektorunda canlanma yaşanmışdır ki, bu da ümumilikdə ÜDM-in artım tempinə müsbət təsir göstərmişdir. Belə ki, 2018-ci ildə neft ÜDM-in daralmasına (-5.0%) baxmayaraq, qeyri-neft ÜDM-in 2.8% artması hesabına ÜDM-də 0.2% artım müşahidə edilmişdir. 2019-cu ildə də qeyri-neft ÜDM hesabına ÜDM-də 1.4%-lik real artıma nail olunmuşdur. (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/).

Adambaşına düşən ÜDM-də 2015-ci ilə nəzərən azalma müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2015-ci ildə adambaşına düşən ÜDM 7991 ABŞ dolları olduğu halda 2019-cu ilin sonunda bu göstərici 4780 ABŞ dolları olmuşdur. Müqayisə üçün qeyd edə bilərik ki, 2019-cu ildə müvafiq göstərici Rusiyada 11327 ABŞ dolları, Qazaxıstanda ABŞ dolları, Gürcüstanda 4400 ABŞ dolları və Türkiyədə isə 9346 ABŞ dolları təşkil etmişdir (ARDSK, 2019).

2019-cu ildə manatın xarici valyutalara nəzərən məzənnəsi tədiyyə balansı üzrə tendensiyalara uyğun olaraq tərəqqi etmişdir. Tədiyyə balansının optimallaşması, ixracın xüsusi çəkisinin artması və idxalın

əvəzlənməsi siyasəti sayəsində ölkəyə valyuta daxilolmalarının artması valyuta bazarında vəziyyəti daha da stabilləşdirmişdir. Bu cür vəziyyətdə görülən makroiqtisadi siyasət tədbirləri hesabına ölkədaxili valyutanın ABŞ dollarına qarşı olan məzənnəsi 4 % artmışdır. 2017-ci ilin martından milli valyutanın məzənnəsi əlavə möhkəmlənmə təzyiqlərinə məruz qalmışdır.

Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, həmçinin iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik-statistik tədqiqatlar üsulların, E-views programı əsasında hesablamalardan istifadə olunmuşdur.

Azərbaycanda məzənnə kanalının effektivliyinin analizi üçün götürülən data 01.01.2001-30.12.2019 dövrü üçün rüblük olaraq nəzərə alınmışdır. Toplanan data VAR modeli istifadə olunmaqla analiz olunmuşdur və nəticələrə görə müəyyən edilmişdir ki, ölkəmizdə məzənnə kanalı toplam hasilatda və qiymət səviyyəsi üzərində təsirə malikdir.

Monetar transmissiya kanalları üzərində aparılan empirik çalışmalarda istifadə olunan əsas ekonometrik üsul VAR metodologiyasıdır. Beləki dəyişənlərin bir-birilə olan dinamik münasibətləri nəticəsində onlardan birində meydana gələ biləcək mümkün bir şoka qarşı qısa müddətli dövrdə verəcəyi reaksiyaları əks olunur. Greene (2013) dəyişənlər arasındakı dinamik münasibətləri araşdırmaq üçün VAR modellərinin digər strutur modellərindən daha təsirli olduğunu iddia edir (Greene, W. H. 2013).İlk dəfə Sims (2015) tərəfindən hazırlanan VAR modellərinin digər makroiqtisadi modellərə görə üstünlüyü dəyişənlərin hasının endogen və hansının ekzogen olmasına qərar vermə zərurətinin olmamasıdır(Smets, F. and Wouters, R. 2015). Bu çərçivədə standart bir VAR modelini aşağıdakı şəkildə ifadə etmək olar:

$$y_t = a_1 + \sum_{i=1}^{p} b_{1i} y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} b_{2i} x_{t-i} + v_{1t} \quad (1)$$

$$x_t = c_1 + \sum_{i=1}^{p} d_{1i} y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} d_{2i} x_{t-i} + v_{2t} \quad (2)$$

burada; y_t və x_t dəyişənləri, a_1 və c_1 sabitləri, b və d təxmin ediləcək əmsalları, p gecikmə uzunluğunu, v_t isə ağ küy (white-noise) xətalarını təmsil edir.

Bu çalışmada Azərbaycanda məzənnə kanalı 01.01.2001-30.06.2018 dövrü ərzindəki rüblük datalar istifadə olunaraq analiz olunmuşdur. Dəyişənlərin seçimində beynəlxalq empirik çalışmalar diqqətə alınmışdır. Asılı dəyişənlər istehsalçı qiymət indeksi (PPI), istehlakçı qiymət indeksi (CPI), banklararası kredit faizləri (INT), dollar məzənnəsi (EXC) və net ixracatdan (NX) ibarətdir. Əsas dəyişənlər isə neft qiymətləri (OIL) və Federal fond dərəcələrindən (FEDFUNDS) ibarətdir. İstifadə olunan bu dəyişənlərdən istehsalçı qiymət indeksi mal və xidmət bazarını, istehlakçı qiymət indeksi ölkədə ümumi qiymət səviyyəsini və banklararası faiz dərəcələri isə pul bazarını təmsil edir. Modeldə yer alan bütün dəyişənlər FED, Azərbaycan Mərkəzi Bankı və Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin qaynaqlarından əldə edilmişdir.

Analiz

VAR modeli ilə analizin aparıla bilməsi üçün sözügedən dəyişənlərlə bağlı datalar müəyyən proseslərdən keçirilmişdir. İlkin mərhələdə inflyasiyadan başqa bütün dəyişənlərin logarifması alınaraq eyni səviyyəyə gətirilmişdir. İkinci mərhələdə isə, dəyişənlərin stasionarlığı genişləndirilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller: ADF) testi ilə araşdırılmışdır. Əldə edilən nəticələr Cədvəl 1-də təqdim olunmuşdur və bütün dəyişənlərin səviyyədə stasionar olmadığını, lakin birinci tərtib fərqlərinin stasionar olduğunu göstərir. Texniki ifadə ilə desək, I (1)-dir və aralarında kointeqrasiya münasibətinin olması gözlənilir.

Cədvəl 1: Genişləndirilmiş Dickey-Fuller Vahid Kök Testi Nəticələri

Dəyişən	Səviyyə				1. Fərq				Nəticə
	k^*	t Testi	P Dəyəri	Kritik Dəyəri	k^*	t Testi	p Dəyəri	Kritik Dəyəri	
Log(PPI)	4	-1.8189	0.3679	1% -3.5482	3	-8.9357	0.0000	1% -3.5482	İ(1)
Log(CPI)	1	-2.5361	0.1121	5% -2.9126	0	-5.9804	0.0000	5% -2.9126	İ(1)
Log (NX)	2	-1.3835	0.5845	10% -2.5940	1	-8.7739	0.0000	10% -2.5940	İ(1)
Log(EXC)	4	-1.9858	0.2921		0	-7.9959	0.0000		İ(1)
Log (INT)	0	-0.3850	0.9040		0	-9.8214	0.0000		İ(1)

(*) Shwarz bilgi kriteriyasına görə

(**) MacKinnon (1996) tək tərəfli p dəyərləri

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Bir VAR modelinin qiymətləndirilməsindən əvvəl modelin optimal gecikmə uzunluğunun müəyyənləşdirilməsi tələb olunur. Əgər gecikmə sayı çox azdırsa, model əksik müəyyən olunacaq, gecikm ə sayı çox artıqdırsa, sərbəstlik dərəcəsi azalacaqdır. Çalışmada optimal gecikmə ölçüsünün müəyyən edilə bilməsi üçün bütün asılı dəyişənlərin daxil olduğu bir VAR modeli təsadüfi seçilən bir gecikmə uzunluğu ilə qiymətləndirilmiş və qalıqlara gecikmə ölçüsü müəyyənləşdirmə testləri tətbiq olunmuşdur. Bu testlərin nəticələri Cədvəl 2-də təqdim olunmuşdur. Optimal gecikmə səviyyəsi üç kriteriyanın gecikmə ölçüsünü 5 göstərməsi səbəbi ilə analizdə gecikmə səviyyəsinin 5 olmasına qərar verilmişdir.

Cədvəl 2: Gecikmə Uzunluğu Testləri

	Bilgi Kriteriyaları

Gecikmə	Log.Olab.	Olab.Oranı	NTH	Akaike	Schwarz	Hannan-Quinn
0	109.1692	NA	3.02e-08	-3.128743	-2.411883	-2.411883
1	290.6704	305.6862	1.26e-10	-8.620013	-7.007078*	-7.007078*
2	319.9311	44.14770	1.13e-10	-8.769511	-6.260501	-6.260501
3	338.8006	25.15940	1.51e-10	-8.554407	-5.149322	-5.149322
4	386.1063	54.77496	8.01e-11	-9.337061	-5.035901	-5.035901
5	443.0702	55.96455*	3.33e-11*	-10.45860*	-5.261367	-5.261367

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Bundan əlavə qiymətləndirilən VAR modelinin qalıqlarında avtokorrelyasiya probleminin olub-olmamasını müəyyən etmək üçün Lagrange Multiplier-LM testi tətbiq olunmuşdur. LM testi üçün marjinal əhəmiyyətlilik səviyyəsi dəyərinin beşinci gecikmələr üçün 0.05-dən böyük olması səbəbi ilə avtokorrelyasiyanın olmadığı hipotezi üzərinə qurulmuş olan H_0 hipotezi rədd edilir. Nəticə olaraq beşinci gecikmə üçün qiymətləndirilən modelin qalıqları arasında avtokorrelyasiya problemi yoxdur

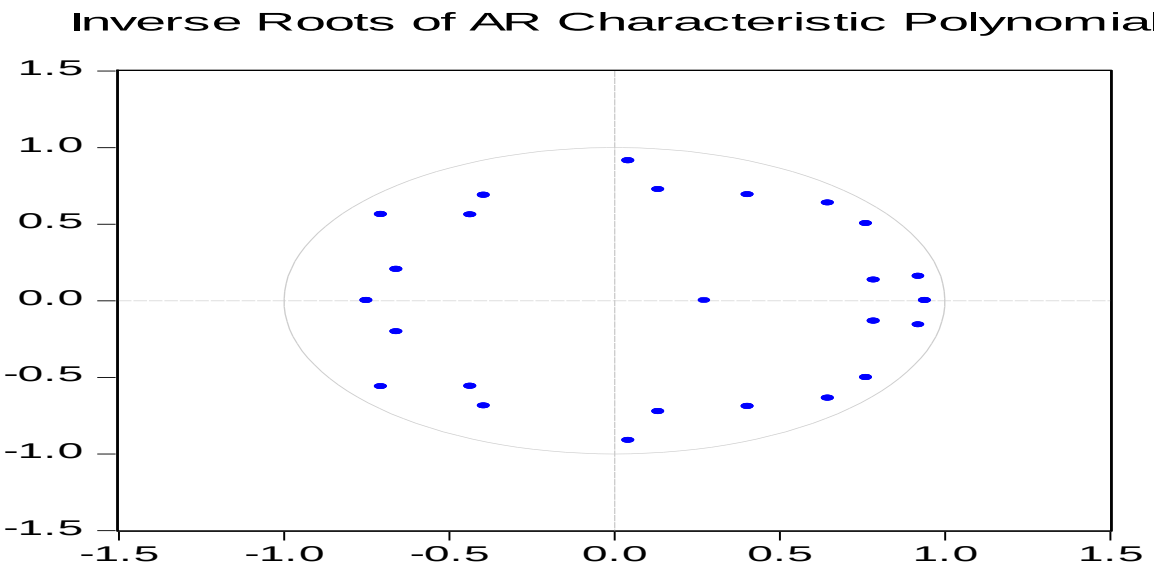
Cədvəl 3: Lagrange Multiplier Testi İlə Avtokorrelyasiya Sınaması

Gecikmə	**LM statistik**	**Ehtimal**
1	32.91487	0.1332
2	31.81708	0.1634
3	20.01203	0.7462
4	24.29138	0.5026
5	24.00061	0.5193
6	18.36892	0.8263
7	37.04869	0.0571
8	16.21236	0.9084
9	14.13181	0.9594
10	24.74846	0.4765
11	27.18501	0.3467
12	19.27952	0.7835

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

VAR modelinin sabitliyinin təmin olunması üçün AR köklərnin 1-dən kiçik olması tələb olunur. Qrafik 1-də tərs köklərin hər birinin vahid çevrənin içində olduğu görülür. Bu səbəblə VAR modeli stabillik şərtini ödəyir.

Qrafik 1: Azərbayacn Respublikası Xarakterik Polinomunun Tərs Kökləri



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Daha sonra sözügedən modeldə dəyişən variansın olub-olmadığını müəyyən etmək məqsədilə White Testi istifadə olunmuşdur. Burada sıfır hipotezi sabit variansı ifadə edir. Modelin qalıqlarına tətbiq olunan bu testlərin nəticələri Cədvəl 4-də təqdim olunmuşdur. Test nəticələrindən Ehtimal dəyəri (P value) əhəmiyyətlilik səviyyəsi 0.05-dən böyük olduğuna görə sıfır hipotesi rədd edilməz və dəyişən varianslılıq problemi olmadığı nəticəsinə gəlinər.

Cədvəl 4: White Testi ilə Dəyişən Varians Problemi

Chi Square	df	P
842.3814	825	0.3295

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Əlaqəli dəyişənlər arasında səbəbiyyətin (causality) varlığının və onun istiqamətinin müəyyənləşdirilməsi üçün VAR modeli çərçivəsində standart Granger Causality Testi tətbiq olunmuşdur. VAR modeli çərçivəsində Granger Causality Testinin nəticələri aşağıdakı kimidir:

Cədvəl 5: Granger Causality Testi Nəticələri

Sıfır Hipotezi	F-dəyəri	p-dəyəri
LOGEXC LOGPPI-ın Granger səbəbi deyildir	36.35944	0.0000

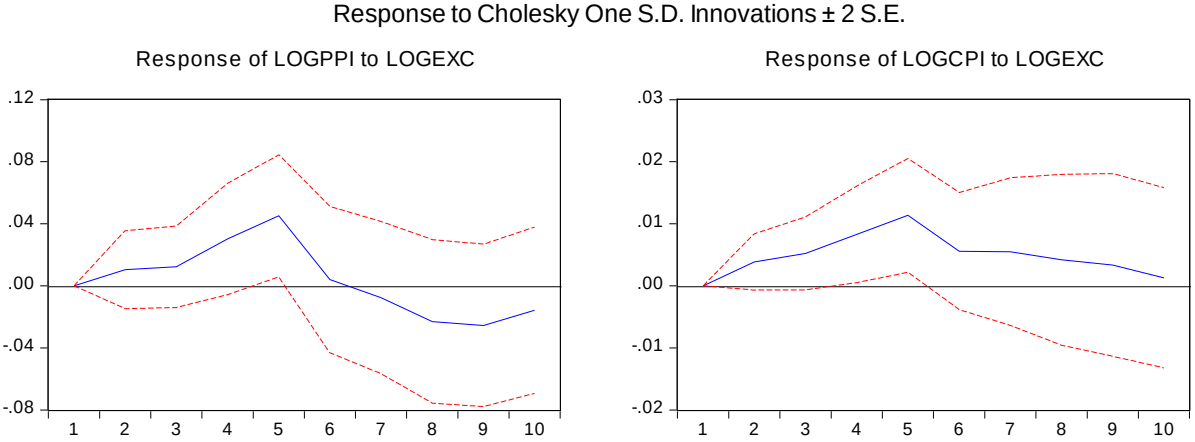
LOGPPI LOGEXC-in Granger səbəbi deyildir	0.881887	0.9715
LOGEXC LOGCPI-ın Granger səbəbi deyildir	18.96405	0.0020
LOGCPI LOGEXC-in Granger səbəbi deyildir	0.757305	0.9797

Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Test nəticələrinə görə marjinal əhəmiyyətlilik səviyyəsi dəyərinin 0.05-dən böyük olması səbəbi ilə istehsalçı qiymət indeksi və istehlakçı qiymət indeksindən valyuta məzənnəsinə doğru Granger causality münasibətinin olmadığı fərziyyəsi üzərində qurulmuş H_0 hipotezi rədd edilməyəcəkdir. Lakin marjinal əhəmiyyətlilik səviyyəsi dəyərinin 0.05-dən kiçik olması səbəbi ilə valyuta məzənnəsindən istehsalçı qiymət indeksi və istehlakçı qiymət indeksinə doğru Granger causality münasibətinin olmadığı fərziyyəsinə üzərində qurulmuş H_0 hipotezi rədd ediləcəkdir. Nəticə olaraq valyuta məzənnəsi, istehsalçı və istehlakçı qiymət indeksləri üzərində birbaşa tək tərəfli təsirə malikdir. Əldə edilən nəticələr Azərbaycanda valyuta məzənnəsi kanalının işləməsi yönündədir.

Bu testdən əlavə, şokların dəyişənlər üzərində təsirini müəyyən etmək üçün təsir-cavab analizi aparılmışdır (impulse-response analysis). Bu o deməkdir ki, bu testi etdikdən sonra hansı dəyişənlərin şokların təsirinə məruz qaldığını və onların verdiyi reaksiyanı görmək mümkün olacaqdır. Bu çərçivədə məqsəd Azərbaycanda məzənnə kanalının effektivliyini qiymətləndirmək üçün istənilən bir şoka qarşı dəyişənlərin necə reaksiya verəcəyini müəyyən etməkdir. Bu məqsədlə, 10 rüb üçün Cholseky metoduna əsaslanaraq təsir-cavab funksiyaları hesablanıb. Nəticələr Qrafik 2-də göstərilib.

Qrafik 2: Təsir -cavab funksiyalarının nəticələri



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Qrafik 2-dən göründüyü kimi istehsalçı qiymət indeksi və istehlakçı qiymət indeksi məzənnə kanalındakı şoklara müsbət nəticə verir. Bu vəziyyət bu tədqiqatın daha əvvəlki nəticəsini dəstəkləyir. Valyuta məzənnələrində olan bir artım (yerli valyutanın dəyər itirməsi) ilk altı period ərzində həm istehsalçı qiymət indeksi, həm də istehlakçı qiymət indeksində artıma səbəb oldu. Bu onu göstərir ki, tədqiqatdan alınan nəticə valyuta məzənnəsi nəzəriyyəsi ilə uyğunluq təşkil edir.

Nəticə

Beləliklə də son dövrlər Azərbaycan Respulikasında həyata keçirilən pul siyasətinin son və aralıq məqsədləri arasında müəyyən edilmiş kombinasiyalar ölkə daxilində makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsinə xüsusi şərait yaratmışdır. Pul siyasətinin sürətini artırmaq, onun iqtisadi vəziyyətə qarşı adekvat olmasını təmin etmək üçün bir sıra istiqamətlərdə tədbirlərin görülməsi imkanları gözdən keçirilə bilər.

1.AMB-da inflyasiya modelinin inkişaf etdirilməsi üzrə inflyasiyanın proqnozlaşdırılması sisteminin daha çox inkişaf etdirilməsi;

2.İnflyasiya ilə aralıq hədəflər olan pul axını, faiz dərəcəsi və valyuta məzənnəsi arasındakı asılılıqların ekonometrik üsulların tətbiq edilməsi ilə daha köklü şəkildə tədqiq edilməsi;

3.Azərbaycan Respulikasında gələcək dövrlərdə inflyasiyanın birbaşa hədəflənməsi rejiminə keçid imkanlarının müəyyən edilməsi;

4.Gələcək illərdə Mərkəzi Bankın pul siyasətinin son hədəfi olaraq xalis inflyasiya göstəricisinin götürülməsi mövzusuna baxılması;

5.Mərkəzi Bankın son məqsəd üzrə hədəf müəyyən edərkən inflyasiyagözləmələrini də nəzərdən keçirəcəyik. Bu gözləmələrinin inflyasiya səviyyəsinə təsir göstərən vacib faktorlardan biri olmasınına əsasən onun ölçülməsinin inkişaf etdirilməsi istiqamətində tədbirlər həyata keçirilcək. Bu məqsədləgələcəkdə dünyatəcrübəsinə əsasən iqtisadi agentlər arasında xüsusi sorğuların təşkiliimkanları gözdən keçiriləcək;

6.Müasir dövrdə Azərbaycan Respulikasında valyuta məzənnəsinin inflyasiyaya təsirinin bir xeyli azalması meyli onun aralıq məqsəd olaraq rolunu azaltmağa zəmin yaradır.

7.Analizin nəticəsinə əsasən , valyuta məzənnəsindəki bir artım xalis ixracatı artıraraq iqtisadi artıma səbəb olur. Bundan əlavə, valyuta məzənnəsinin inlyasiyaya transmissiya səviyyəsi idxalın həcmindən, devalvasiyanın dərəcəsindən və iqtisadiyyatın struktur xüsusiyyətlərindən asılıdır. Ümumiyyətlə məzənnə kanalı devalvasiya səviyyəsi və idxal həcmi artdıqda daha effektiv olur. Nəticə olaraq müəyyən olundu ki, məzənnə kanalı Azərbaycan üçün olduqca əhəmiyyətlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/
2. 2.Greene, W. H. (2013). Econometric Analysis (Second Edition), New Jersey: Prentice-Hall.
3. 3.Huseynov, E. & Jamilov, R. (2013). Channels of Monetary Transmission in the CIS: a Review. Journal of Economic and Social Studies 3 (1): 5-60.
4. 4.Martinez, L. Sanchez, O. and Werner, A. (2011). Monetary Policy and the Transmission Mechanism in Mexico". Banco de México's 75th Anniversary Seminar Mexico City. November 14-15, Banco de México: 197- 261.
5. 5.Smets, F. and Wouters, R. (2015). The Exhange Rate and the Monetary Transmission Mechanism in Germany". De Economist 147(4): 489-521.
6. 6.http://unec.edu.az/application/uploads/2015/07/Pul-Siyaseti-ShAdigozalov.pdf

Milli İqtisadiyyatın İnkişafında Qeyri-Neft Sektorunun Rolu

Saqib Məmmədov

Saqib_92@mail.ru

Xülasə

Neftin tükənən resurs olması və son dövrlərdə davam edən qiymət dalğalanmaları qeyri-neft sektoruna daha böyük diqqət yetirilməsini zəruri edir. Bununla yanaşı dünya iqtisadiyyatında baş verən böhran və neft idxal edən ölkələrdə iqtisadi aktivliyin aşağı düşməsi şəraitində neftə tələbatın azalması tendensiyası müşahidə edilməkdədir. Çində baş qaldıran və bütün dünyanı ağuşuna alan qlobal Koronvirus pandemiyasının yaşandığı indiki dövrdə ən böyük neft idxal edən ölkələrin neftə olan tələbatları aşağı səviyyədə olaraq qalır. Bütün yaşanan hadisə və proseslər onu göstərir ki, ölkə iqtisadiyyatını gözlənilməz kataklizmlərdən qorumağın ən məqbul yolu iqtisadiyyatın qeyri – neft sektorunu inkiaf etdirmək və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi siyasətini həyata keçirməkdir. Milli iqtisadiyyatın bazar konyukturunda baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya vea bilməsi üçün bu sahəyə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Qeyri – neft sektorunun inkişafı milli iqtisadiyyatın investisiya cəlbediciliyinin artmasına şərait yaradan faktorlardandır. Ölkəmiz qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi baxımından böyük potensiala malikdir. Belə ki, mövcud potensialdan səmərəli istifadə edilməklə əsas qeyri-neft sektoru sahələri hesab edilən emal sənayesi, kənd təsərrüfatı, tikiniti, yüngül sənaye sahələrini inkişaf etdirmək mümkündür. Bu isə idxaldan asılılığının azalması və ölkənin xarici bazarlarda müqayisəli üstünlüyə malik olması baxımından qeyir-neft sektorunun rolunu danılmaz edir. Qeyri– neft sektorunun inkişafının digər mühüm üstünlüyü regionların sosial-iqtisadi inkişafını sürətləndirməsidir. Ümumi iqtisadi aktivliyin artması fonunda yeni iş yerlərinin yaradılması və məşğulluğun artırılması mümkündür ki, bu da ümumi rifah səvyyəsinin yüksəldilməsinə təkan verəcəkdir.

Açar sözlər : **Qeyri-neft sektoru, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, iqtisadi artım**

Giriş

Ölkə iqtisadiyyatı onun sərhədləri hüdudunda formalaşmış ictimai istehsal prosesidir. Başqa sözlə, ölkə iqtisadiyyatı onun dayanaqlığını, bütövlüyünü və dinamizmini təmin edən bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəli olan bölmələrin (sahələrin) və qaydaya salınmış (sistemləşdirilmiş) əlaqələrin məcmusunu əks etdirir. Qloballaşan dünyada o dövlətlər dinamik və sabit inkişaf edir ki, onlar gələcəyə hədəflənən düşünülmüş strategiyaya malikdir. Hazırkı şəraitdə ölkəmizdə iqtisadi sabitliyin və inkişafın təmin edilməsndə neft amili mühüm rol oynayır. Lakin, dünya bazarında neftin qiymətinin qeyri – sabit dimamikası və kəskin enmə halları ölkə iqtisadiyyatına ciddi təsir göstərir. 2014-cü ildən etibarən isə beynəlxalq iqtisadi sistemdə baş verən proseslərin yekunu olaraq neftin qiymətinin kəskin ucuzlaşması, eyni zamanda, Azərbaycanın ticarət tərəfdaşları olan ölkələrdə iqtisadi böhran nəticəsində artım dinamikasının azalması nəticə etibarilə respublikamızda iqtisadi inkişafa dair daha yeni yanaşmaların ortaya qoyulmasını zəruri etmişdir. Neft–qaz sektorunun iqtisadi inkişafı təmin etmək potensialı zəiflədikcə, dünyanın təbii ehtiyatlarla zəngin ölkələri müxtəlif çətinliklərlə üzləşir və gəlir mənbələrini şaxələndirməyə təşəbbüs göstərirlər. Bu zaman qarşıya qoyulan əsas vəzifə qeyri-neft sektorundakı mövcud potensialın hərəkətə gətirilməsi, bu sahədə dinamik inkişafın təmin edilməsi üçün yeni iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi olub.

Neftdən gəlirləri hesabına infrastrukturun müasirləşdirilməsi, qeyri-neft sektoruna investisiya yatırılması günün vacib iqtisadi reallığına çevrilmişdir. Xüsusən böyük iqtisadi güclərin ticarət sferasında apardığı məhdudlaşdırıcı siyasət nəticəsində dünya iqtisadiyyatının ciddi zərər gördüyü bir zamanda iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi siyasəti qaçınılmazdır. Qeyri-neft sektorunun neft

sektorundan fərqli cəhəti ondan ibarətdir ki, bu sektorda istehsaln artım sürəti xarici tələbin tərəddüdlərindən ciddi şəkildə asılı deyil. Qeyri-neft sektorunda artım dinamikası əsasən iqtisadiyyata cəlb ediln investisiyanın həcmi, məcmuu tələbdə baş verən dəyişmələr, ölkədə həyata keçirilən institusional və struktur islahatlarından daha çox asılıdır.(Abbasov və Əliyev, 2017)

Metod

Ucuz neft qiymətləri dövrünün başlanması Azərbaycan iqtisadiyyatı qarşısında əhəmiyyətli çağırışlar formalaşdırmış oldu. Qlobal səviyyədə baş verən böhranların təsirinin azaldılması və iqtisadi sabitliyin qorunub saxlanılması üçün inkişaf proqramlarının hazırlanmasına start verildi. Respublikamızda neft satışından daxil olan vəsaitlərin infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə yönəldilməsi, perspektivli sahələrə investisiya yatırılmasının təşviq edilməsi, biznesin inkişafı üçün cəlbedici şəraitin yaradılması və dünya iqtisadi məkanına inteqrasiyanın sürətləndirilməsi öz müsbət nəticəsini verməkdədir.

Prezident İlham Əliyevin 16 mart 2016-cı ildə təsdiq etdiyi "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi" ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun inkişafında müstəsna rol oynayan bir strateji sənəddir. Strateji yol xəritəsi çox ciddi təhlillər üzərində qurulub və Azərbaycanda mövcud iqtisadi vəziyyət, həm də qlobal və regional trendlər nəzərə alınıb. Strateji Yol Xəritəsi sənayenin strukturunun təkmilləşdirilməsinə, qeyri-neft sənayesinin iqtisadi artımın əsas hərəkətverici qüvvələrindən birinə çevrilməsini, ağır sənaye və maşınqayırmanın sənayedə və məşğulluqda payının artırılmasını özündə əks etdirən komleks yanaşmanı tələb edir.

Model

Həyata keçirilən islahatda ən vacib amil qeyri-neft ixracının əhəmiyyətli dərəcədə artırılması, "daha çox xarici ticarət, daha çox iqtisadi artım" yanaşmasıdır. Bu strategiya Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun mövcud durumunu, inkişaf imkanlarını, qeyri-neft sektorunun inkişafında dövlətin rolunu, maraqlı tərəflər arasında potensial qarşılıqlı əməkdaşlıq formalarını, bu əməkdaşlığın uğurla həyata keçirilməsi metodlarını və istiqamətlərini və bir sıra digər mühüm inkişaf istiqamətlərini əks etdirən çox vacib sənəddir. Strateji yol xəritələri yeni iqtisadi artım modelini ortaya qoydu. Bununla da "iqtisadiyyatın strukturunda qeyri–ticarət bölməsinə nisbətən ticarət bölməsinin, hasilata nisbətən emalın, dövlət sahibkarlığına nisbətən özəl sahibkarlığın, aşağı texnologiya tələb edən iqtisadi sektorlara nisbətən yüksək texnologiyalara əsaslan iqtisadi sektorların, aşağıixtisaslı əməyə nisbətən yüksəkixtisaslı əməyə əsaslanan sahələrin yaradılması prosesi sürətləndirilmiş oldu. (Milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016)

Analiz

Mahiyyət etbarilə təbii resurslardan asılılıq ölkənin rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin edilməsində uzun müddət iştirak edə bilmir. Ölkənin büdcəsinin təbii resurslardan asılılığı əhalinin həyat səviyyəsinin təhlükəsiliyinin tam qarantı olmur. Təbii resurslara olan tələbin daim artıb- azalması, siyasi proseslərin çevik dəyişməsi dünya bazarlarına dərhal öz təsirini göstərir. İqtisadi inkişafını təməlinin təbii resurs təşkil edən ölkələrin iqtisadi inkişafı baş verən bazar dəyişikləri səbəbindən kəskin zəifləyə bilir. Bu isə ölkələrin iqtisadi təhlükəsizliyi üçün ciddi təhdidlər yaradır.

Azərbaycan iqtisadiyatının təhlili göstərir ki, ölkəmizin qlobal iqtisadi məkanda fəal iştirak etməsi üçün böyük potensialı vardır. Xüsusən də əlvrişli coğrafi mövqeyi, yəni mühüm nəqliyyat yollarının ölkəmizin ərazisindən keçməsi iqtisadiyyatımızın inkişafı üçün əlavə imkanlar yaradır. İqlim

şəraitinin əlverişli olması və ildə ən azı 2 dəfə məhsul götürməyə imkan verməsi kənd təsərrüfatının iqtisadi inkişafımızda hansı dərəcədə rol oynadığı və oynaya biləcəyinin göstərir. Belə olan təqdirdə neft gəlirlərinin iqtisadi perspektivləri böyük olan sahələrə yönəldilməsi gələcək inkişafımızda qeyri-neft sektorunun bünövrəsinin daha möhkəm olmasına şərait yaradacaq. Xüsusən ona görə ki, şaxələndirilmiş iqtisadiyyat iqtisadi tərəqqinin əsasıdır. Respublikamızın iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və dünya iqtisadi sisteminə inteqrasiyası yolunda qeyri—neft sektorunun inkişaf etdirilməsi və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi siyasətinin alternativi yoxdur. Lakin qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi neft sənayesində tamamilə uzaqlaşmaq demək deyil. Əsas məsələ neft gəlirlərin iqtisadi səmərəsini artırmaqdır.Yəni həmin vəasitləri iqtisadiyyatın digər sahələrinə yönəltməklə həmin sahələrin ölkə iqtisadiyyatınkı rolunu artırmaq daha səmərəli seçimdir. Yalnız bu yolla biz öz iqtisadi potensialımızı reallaşdıra və gələcək nəsillərə daha firavan ölkə miras qoya bilərik.

Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi üzrə bir qrup dövlət dəstəyi mexanizmləri işlənib-hazırlanmış və reallaşdırılmışdır. Belə ki, regionların inkişafı, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalçılarına dəstək göstərilməsi məqsədilə iri infrastruktur layihələri reallaşırılmış, lizinq yolu ilə texniki təchizat daha da genişləndirilmiş, istehsalçıları gübrələrlə təchizatını təmin edən sistem yaradılmış, inşaat, turizm və informasiya texnologiyaları, yeni anbarlar, saxlanma kameraları istifadəyə verilmiş, kəndarası yeni yollar çəkilmiş və təmir edilmiş, müasir müəssisələr istismara verilmiş, biznes layihələri üzrə güzəştli kreditlər ayrılmış və s. stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilmişdir. Rəqabətədavamlı məhsulların istehsalı üçün ölkənin müxtəlif ərazilərində sənaye parklarının və sənaye məhəllələrinin yaradılması istiqamərində geniş işlər görülmüşdür. Həyata keçirilən diversifikasiya siyasətinin əsas məqsədi daxili tələbatı maksmum şəkildə ödəmək və ixracyönümlü məhsullar sferasının inkişaf etdirməkdən ibarətdir. Geniş çeşid imkanlarına malik sənaye müəssisələrinin yaradılması, müasir standartlara cavab verən xidmət sektorunun qurulması günün vacib tələblərindən sayılır. Xüsusilə regional bazarların araşdırılması və həmin bazarlarda satış imkanlarının genişləndirilməsi əsas hədəflərdən biridir. Ölkəmiz ərazi və əhalicə 3 böyük ölkəylə həmsərhəddir. Bu ölkələrlə ticarət əməkdaşlığının inkişaf etdirilməsi ölkəyə daha çox valyuta axının təmin edilməsinə şərait yaratmaq gücünə malikdir. Bu isə bizə öz ixrac imkanlarımızı genişləndirməkdə əlavə üstünlüklər vəd edir.

2018-ci illə müqayisədə keçən il iqtisadiyyatda 3,5 artıq əlavə dəyər yaradılmışdır. Qeyri-neft sektorunda yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 61.7% təşkil etmişdir. Tikinti, ticarət, nəqliyyat vasitələrinin təmiri, sosial və digər xidmətlər ÜDM-də ən çox artım göstərən sahələr olmuşlar. Sahibkarlara verilən gezəştli kreditlər hesabına yeni layihələrin maliyyələşdirilməsi iş yerlərinin yaradılması imkanları genişləndirilmişdir. (www.economy.gov.az)

Nəticə

Bir sözlə demək mümükündür ki, dünya artıq postneft dövrünə qədəm qoymaqdadır. Məsələ neftin qısa müddətdə tükənməsində deyildir. Əsas diqqət yetirilməli olan məqam bu sahədə bazar qeyi-sabitliyinin getdikcə artmasıdır. Tez-tez dəyişən faktorların proqnozlaşdırılması çətin olduğundan onların iqtisadiyyata təsirləri qaçınılmazdır. Təsadüfi deyil ki, dünyada baş verən böhranlar öz təsirini enerji daşıyıcılarının qiymətlərində göstərir. Neftin qiymətinin cari ilin aprel ayının əvvəllərində 18 dollara qədər geriləməsi dünyada neft hasilatının aşağı salınmasını zəruri etmişdir. Təklifin tələbi üstələməsi hallarının qarşısının alınması məqsədilə OPEC təşkilta üzv olan ölkələr üçün hasilata kvotaları tətbiq edilməsi üçün qərarlat qəbul edir.

Bu xüsusda ölkəmizin qarşısında duran əsas məqsəd neftdən asılılığın minimum endirilməsi və digər sahələrin inkişafının sürətləndirilməsidir. Azərbaycanda qeyri-neft sektoru inkişaf edir və hazırda ümumi daxili məhsulun 70 faizdən çoxu qeyri-neft sektorunun payına düşür. Ölkəmizin hədəfi ixracatı şaxələndirmək və ixracyönümlü qeyri-neft məhsullarının siyahısını genişləndirməkdir. Bu istiqamətdə də real uğurlar əldə edilir. Azərbaycan dövləti iqtisadi inkişafın təmin edilməsini qeyri-neft sektorunun inkişafında görür və iqtisadiyyatının davamlı inkişafını təmin edən sahələrdə islahatlar həyata keçirir. Həyata keçirilən düzgün siyasət sayəsində son illərdə Respublikamızda qeyri-neft sektorunun inkişaf tempi neft sektorunun artım dinamikasını üstələməkdədir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə edilmişdir
2. Abbasov İ.M., Əliyev T.N. Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Dərslik. Bakı, "Elm və Təhsil", 2017, 501- s
3. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi saytı - www.economy.gov.az

Strateji yol xəritəsində qeyri-neft sektorunun inkişafının hədəfləri

Əhəd Abdulxalıqov

ehed.abdulxaliqov@gmail.com

Xülasə

Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafında başlıca prioritet sektorlar turizm, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, nəqliyyat, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və enerji sahələridir. Beynəlmiləl maliyyə qurumları kənd təsərrüfatı və turizm sahələrinin əhəmiyyətini vurğulayırlar. Beləliklə, respublika əhalisinin üçdə birindən çoxu (44 faiz) bu sahələrdə çalışır. Təsadüfi deyil ki, Prezidentin iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi strategiyasının başlıca istiqamətlərindən biri kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişafıdır. Təxminən 1,5 milyon ölkə vətəndaşının kənd təsərrüfatı sahəsində çalışdığını, qeyri-neft sektorunun inkişafı və işsizliyin və yoxsulluğun azaldılması baxımından bu sektorun inkişafının xüsusi əhəmiyyət kəsb etdiyini vurğulamalıyıq. Həmçinin, kənd təsərrüfatının inkişafı dövlət proqramlarında yoxsulluğun azaldılması və sosial-iqtisadi inkişafda aparıcı rola malikdir. Regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı kimi proqramların icrası regionlarda istehsalən rəqabət qabiliyyətinin artırılmasını təmin edir. Həmçinin, son 5-6 il ərzində hökumət turizm sektorunun inkişafının və milli iqtisadiyyatın aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçirmişdir. Hökumət aydın şəkildə başa düşür ki, bunun üçün bu sahə ilə məşğul olan şirkətlərin fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması, əsasən göstərilən xidmətlərin səviyyəsinin və işçi kadrların peşəkarlığının artırılması üçün bir sıra tədbirlər görülməsini tələb edir.

Açar sözlər : **Qeyri-neft sektoru, Strateji yol xəritəsi, Sosial-iqtisadi inkişaf**

Metod

İqtisadi şaxələndirmənin və artan ixtisaslaşmanın başlıca məqsədi qeyri-neft sektorunda daha çox dəyər yaratmaqla gəlirləri artırmaq və onun bərabər paylanmasına nail olmaqdır. Son 10 ildə qazandığı neftdən gələn gəlir əhalinin məşğulluq səviyyəsini artırdı. Buna baxmayaraq, neft sektorunda əmək intensivliyinin yüksək olmaması səbəbindən bu sahədə birbaşa işləyən işçilərin sayı ümumi işçi qüvvəsinin yalnız 1 faizini təşkil edir.

2025-cı ilə qədər strateji perspektiv, bazarlara çıxışın genişləndirilməsini də əhatə edir. Ticarət infrastrukturunun yüksəldilməsi və ticarət açıqlığının gücləndirilməsi, daxili ehtiyatların qorunması siyasətinə uyğun aparılmalıdır ki, təbii ehtiyatlardan səmərəli istifadənin daha çox dəyəri ölkədə qalsın və ədalətli şəkildə bölünsün.

Davamlı inkişafın təmin olunması üçün ölkə iqtisadiyyatından, dövlət büdcəsindən və valyutadan neftdən asılılıq azaldılmalıdır. Neftdən əldə olunan gəlir mal və xidmətlərə olan daxili tələbatı əhəmiyyətli dərəcədə təsir etdiyi üçün, neft qiymətlərindəki dalğalanmalar ölkədə iqtisadi sabitliyi pozur. Məsələn, 2004-2014-cü illərdə illik artım tempinin orta hesabla 11.5 faiz dəyişməsi nəticəsində şirkətlərin proqnoz potensialı məhdud idi və özəl sektora qoyulan investisiyaların azalması müşahidə edilmişdir. Bundan başqa, neft gəlirləri neft qiymətlərindəki xarici valyuta dəyişikliklərinin başlıca mənbəyidir, çünki ölkənin milli valyutası dəyər itirir.

2016-2020-ci illərdə Strateji Yol Xəritəsinin icrası zamanı sosial təsirlərin qiymətləndirilməsinə daha geniş yer ayrılmış, yeni iş yerlərinin yaradılması ilə yanaşı, mənzil təminatının yaxşılaşdırılması istiqamətində işlər planda tutulmuşdur. Ən yeni tələblərə uyğun təhsil və səhiyyə xidmətlərinin göstərilməsini dəstəkləyən sistemin inkişafı; kommunal xidmətlərin yaxşılaşdırılması və ünvanlı sosial yardımdan reabilitasiyaya keçid yolu ilə yoxsulluğun azaldılması üçün tədbirlər görüləcək.

Xülasə, pul siyasətinin məqsədləri, maliyyə çərçivəsi və iqtisadi böyümə hədəfləri bir-birini dəstəkləyəcəkdir. Maliyyə bazarlarının dərinliyi, eləcə də xidmətlərin çeşidi, keyfiyyəti və üstünlükləri artacaqdır.

2025-cı ilə qədər uzunmüddətli perspektiv davamlı inkişafa qədəm qoyan Azərbaycan iqtisadiyyatının bütün komponentləri arasında faydalı əməkdaşlıq çərçivəsində güclənmiş rəqabət qabiliyyətinə nail olmaqdır.

Özəl sektorun dəstəyi ilə müşayiət olunan sərbəst rəqabət mühitinin inkişafı xüsusilə milli iqtisadiyyata qoyulan investisiyaların həcminin artmasına və bazarlara çıxışın genişlənməsinə səbəb olacaqdır. Qlobal və regional kontekstdə ilkin amillər nəzərə alınmaqla milli iqtisadiyyatın böyüməsi davam edəcək və qlobal və regional dəyər zəncirlərinə inteqrasiya də bir başlıca olacaqdır. Makroiqtisadi sabitliyin qorunması, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, özəl sektordan investisiya axınının təşviqi və dövlət sektorunun dəstəklənməsi Azərbaycanın 2025-cı ilədək iqtisadi artım perspektivlərinin əsasını təşkil edir.

Analiz

Strateji yol xəritəsində nəzərdə tutulmuş məqsədlərə çatmaq üçün qanunvericiliyin təkminləşdirilməsi və institusional potensialın gücləndirilməsi üçün ardıcıl tədbirlər görüləcəkdir.

Qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsində bazar şəraitində güclü rəqabəti təmin edəcək effektiv dövlət tənzimlənməsi prinsipi başlıca götürüləcəkdir. Biznes mühitinin yaxşılaşdırılması və milli qanunvericilik bazasının beynəlmiləl ticarət sisteminin tələblərinə uyğunlaşdırılması prioritetləri diqqət mərkəzində saxlanılacaq, qanunun aliliyini təmin etmək üçün icra intizamı və nəzarət sistemi gücləndiriləcəkdir .

Qanunvericilik təkmilləşdiriləcək və piratçılıq və saxta məhsullar da daxil olmaqla müəllif hüquqları pozuntularına qarşı təsirli tədbirlər görüləcəkdir.

Milli iqtisadiyyatın başlıca sektorları üçün strateji yol xəritələri yerli istehsalın rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır. Qlobal iqtisadiyyatın tələblərinə cavab verərək sərmayələrin cəlb edilməsi, sərbəst biznes mühitinin inkişafı, bazarlara və insan kapitalına girməsi ilə Azərbaycan qlobal iqtisadiyyatdakı mövqeyini möhkəmləndirmək və yüksək gəlirli ölkələr qrupuna daxil olmaq üçün bir sıra addımlar atılır. Bu məqsədlə, milli iqtisadiyyatın perspektivləri çərçivəsində dörd strateji hədəf seçildi. Bu hədəflərin və 11 sektor arasında strateji yol xəritələrinin həyata keçirilməsi nəticəsində real və maliyyə sektorları arasında bərabərliyi təmin etməklə iqtisadiyyatın davamlı inkişafı mümkün olacaqdır. İlk strateji hədəfə əsasən, Azərbaycanda maliyyə sabitliyi təmin ediləcək və pul siyasəti üzən məzənnə rejimi üzərində qurulacaqdır. Fiskal və pul siyasətinin təmizlənməsi makroiqtisadi sabitliyi təmin edəcəkdir. Milli iqtisadiyyatın uzunmüddətli dövründəki ikinci məqsəd nəzarət faizi dövlətə məxsus olan hüquqi şəxslərin fəaliyyətində rasionallığı artırmaq, habelə özəlləşdirmə yolu ilə iqtisadiyyatın dinamikliyini təmin etməkdir. Üçüncü məqsəd insan kapitalının inkişafı ilə əlaqədardır. Sonuncu yəni dördüncü məqsəd isə biznes mühitini daha da təkmilləşdirməkdən ibarətdir.

"2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikası əhalisinin etibarlı ərzaq təminatı ilə bağlı Dövlət Proqramı" da bölgələrdə işsizliyin aradan qaldırılması və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədi daşıyırdı. Bu problemlərin həlli kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişaf strategiyasının başlıca istiqamətidir və onunla sıx bağlıdır.Strateji yol xəritəsində nəzərdə tutulan islahat istiqamətlərindən biri də kənd təsərrüfatı sənayesidir.

Azərbaycan Respublikası (2009 - 2013, 2014 – 2018, 2019-2025) Dövlət Proqramları", habelə fermerlərə maddi və texniki yardım göstərmək, sahibkarlığın inkişafı, Azərbaycan Respublikası Hökuməti yanında Sahibkarlığa Kömək Milli Fondundan (SKMF) güzəştli kreditlər, bölgələrdəki infrastruktur layihələri, yerli məhsulların əhalinin istehlakında payının artırılmasına yönəldilmişdir.

Yaxın müddətdə "2012-2020-cı illərdə Azərbaycanda üzümçülüyün inkişafı üzrə Dövlət Proqramı" yekunlaşmaqdadır. İxrac üçün potensiallı sektorlar olan pambıqçılığın, ipəkçiliyin, tütünçülüyün inkişafının və bu sahələrin maliyyələşdirilməsinin böyük imkanları vardır. Bu sektorun inkişafı şəhərləşmə prosesinə müsbət təsir göstərəcəkdir. İnsanların həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmaqla bölgələrdə, kəndlərdə məşğulluq təmin ediləcəkdir.

Ayrıca turizmin inkişafı üçün bu sahədə qanunvericilik və standartlar təkmilləşdirilməlidir. Xəzər dənizinin turizm potensialından tam istifadə edilməsi üçün lazımi tədbirlərin görülməsi bu sahənin uğurlu inkişafının tərkib hissəsidir. Bölgələrdə turizm fəaliyyətini stimullaşdırmaq, müvafiq turizm marşrutları yaratmaqla yardım səylərini gücləndirmək də uğurun açarıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, 2017-ci ildən başlayaraq əhalinin sosial həssas təbəqələrinin müdafiəsi gücləndirilməyə başlanıldı (pensiya və sosial müavinətlər, ünvanlı sosial yardım, məcburi köçkünlər üçün aylıq ərzaq müavinətləri və s.).

Həmçinin, 2017-ci ildə mühüm islahatlar həyata keçirildi, məqsədləri qeyri-neft sektorunun üstün inkişafı hesabına milli iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi və şaxələndirilməsi, bazar mexanizminin təkmilləşdirilməsi, sahibkarlığa və özəl biznesə dövlət dəstəyi idi. Beləliklə, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 16 mart 2016-cı il tarixli 1897 nömrəli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın başlıca sektorları üçün strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri" qərarına uyğun olaraq, milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın 11 sektoru üçün cəmi 12 strateji yol xəritəsi hazırlanmışdır. Milli iqtisadiyyatın perspektivinə dair strateji yol xəritəsi qısa, orta və uzun müddətləri əhatə edir, 2020-ci ilə qədər iqtisadi inkişaf strategiyası və planından, 2025-ci ilə qədər dövrə uzunmüddətli nəzərdən və 2025-ci ildən sonrakı dövrə hədəfli nəzərdən ibarətdir.

Dövlət qulluçularının sosial müdafiəsi və sosial təminat sisteminin təkmilləşdirilməsi, korrupsiyaya qarşı mübarizənin genişləndirilməsi, bələdiyyələrin potensialının gücləndirilməsi, bələdiyyə idarəetməsi sahəsində ixtisaslaşmış kadrların hazırlanması, qeyri-hökümət təşkilatlarının fəaliyyətinə dəstək tədbirləri təşkilatlar, xüsusən bölgələrdə davam edəcək.

Dövlət ehtiyatlarının prioritet dövlət xidmətləri arasında bölünməsinə və onlardan səmərəli və qənaətli istifadəyə xüsusi diqqət veriləcəkdir. Demokratik idarəetmənin vacib və ayrılmaz bir hissəsi olaraq və bərabərlik, neytrallıq və açıqlıq prinsiplərinə uyğun olaraq vətəndaşların dövlət tərəfindən yayılan məlumat əldə etmək hüquqları artacaq və dövlət sektorunda bir sıra xidmətlər təhvil veriləcəkdir. müvafiq sahələrdə ixtisaslaşmış özəl müəssisələr.

Dövlət orqanlarında idarəetmə metod və mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi və vətəndaşların və təşkilatların xidmətlərdən sadə, asan və sərbəst şəkildə istifadə etmələrini təmin edərkən, əhaliyə göstərilən dövlət xidmətlərinin sayının artması üçün kompleks tədbirlər davam etdiriləcəkdir. elektron kanallar artacaq.

Beynəlmiləl təcrübəyə əsaslanaraq, hər bir dövlət qurumunun və müəssisənin fəaliyyət sahələrində dövlət qurumlarının və müəssisələrin prioritet inkişaf hədəflərini müəyyənləşdirmək, bu hədəfləri müvafiq dövlət proqramlarına uyğunlaşdırmaq və strateji plan hazırlamaq və səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi planlaşdırılır.

Nəticə

Məqalədə aparılan tədqiqat aşağıdakı başlıca nəticələr və təkliflər çıxarmağa imkan verir:

- Azərbaycan öz müstəqilliyini yenidən əldə etdikdən sonra neft sənayesinin daxili və xarici investisiya qoyuluşları hesabına inkişaf etdirməsi bu sahənin ölkə iqtisadiyyatında və ümumi daxili məhsulun hıcmində xüsusi çəkisinin artmasına, həmçinin də ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinə də müəyyən dərəcədə inkişaf yolu açmışdır. Amma ölkə iqtisadiyyatının ancaq xammal, daha aydın desək, neft sektoru xammalı hesabına inkişaf etdirilməsi dünya təsərrüfatına inteqrasiya şəraitinə keçidi təmin edə bilməzdi. Mövcud şəraitdə dövlətin qarşısında məqsəd olaraq iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, neftdən iqtisadi asılılığının aradan qaldırılması, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi, perspektivli sahələrin müəyyənləşdirilməsi, sənaye istehsalında yeni və daha mütərəqqi strukturun formalaşdırılması və onun keyfiyyətcə yeniləşdirilməsi kimi vəzifələr dayanır.

- Azərbaycan iqtisadiyyatının özünəməxsus xüsusiyyətləri var. Mövcud bütün statistika, neft-qaz sektorunun bütün iqtisadiyyata təsir etdiyini ortaya qoymuşdu. Son illər ərzində ölkəmizdə qeyrineft sektorunun inkişafı üçün çoxsaylı tədbirlər , proqramlar və islahatlar həyata keçirilir. Məhz bu iqtisadi hərəkətlətinin nəticəsində Azərbaycan iqtisadiyyatının iqtisadi artım səviyyəsi neft-qaz sektorunun artım məhsuldarlığı ilə birbaşa əlaqli olması ilə nətiicələndi.

- Qeyri-neft sənayesinə qoyulan investisiyalar müəyyən müddətdə geri qaytarılır və qoyulan kapital yüksək gəlir dərəcəsinə malikdir. Bu sənayenin unikallığı məhsul və xidmətlər çeşidini daim genişləndirmək qabiliyyətindədir. Bu məhsul və xidmətlərə edilən investisiyalar qoyuluşları və gəlirlər də öz növbəsində müəyyən müddətdə valyutaya çevrilir.

- Hazırda Azərbaycanda effektiv dövlət tənzimlənməsi sistemi mövcuddur. İqtisadi fəaliyyətin müəyyən sahələrinin tənzimlənməsi haqqında qanunlar, elmi cəhətdən əsaslandırılmış, iqtisadi inkişafın uzunmüddətli strateji xəritəsi mövcuddur. Dövlət tənzimlənməsi mürəkkəbdir, həm mövcud problemləri, həm də perspektivli bir problem həll etməyə yönəlmişdir. İqtisadi siyasətin bir çox vasitəsi daim təkmilləşdirilir.

- Azərbaycanın dövlət strategiyasında başlıca prioritet müasir dünya iqtisadi məkanına hədəfli inteqrasiyadır. İqtisadiyyatın neft və qaz sektorundan asılılığının azaldılması, qeyri-neft sektorunun, xüsusən xidmət sektorunun inkişafı, istehsal strukturundakı mal və xidmətlərin xarici ticarətinin stimullaşdırılması üçün sistemli tədbirlər müsbət nəticələr verir.

- Turizm Azərbaycanın iqtisadi tərəqqisinə aparan bir sıra sahələrdə inkişaf etmişdir. Turizm sektoru davamlı iqtisadi böyümənin başlıca seqmenti olaraq, iş yerlərinin açılmasının bir çox üstünlüklərinə malikdir.

-Qeyri-neft sektorunun strateji sektorlarına telekommunikasiya və rəqəmsal texnologiyaların inkişafı daxildir. Bu istiqamət Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı üçün on iki strateji yol xəritələri siyahısına daxil edilmişdir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı bir innovasiya əsaslı iqtisadiyyatın yaradılması, kosmik tədqiqatların inkişafına dəstək və İKT bazarlarına inteqrasiyasını əhatə edir. Strateji yol xəritəsi 2020-cı ilə qədər olan dövrü, həmçinin 2025-cı ildən sonra daha uzunmüddətli meyarları əhatə edir. İnformasiya və kompüter texnologiyaları sahəsində üç strateji hədəf və on başlıca vəzifə qoyulmuşdur.

- Azərbaycan maliyyə böhranı və dünya iqtisadiyyatındakı qeyri-sabitlik ilə müşayiət olunan neft dövründən sonra yeni bir dövrə qədəm qoydu. Təbii ki, belə dövrlərdə dövlət tənzimlənməsinin

başlıca vəzifəsi gələcək iqtisadi artımı və ölkənin xarici iqtisadi təhlükələrə davamlılığını təmin etməkdir. Dövlət balanslaşdırılmış pul və maliyyə siyasətini aparır və əlbəttə ki, eyni zamanda əhəmiyyətli iqtisadi islahatlar həyata keçirməlidir.

- Qeyri-neft sektorunun inkişafında kənd təsərrüfatının inkişafı xüsusi rol oynayır. Dövlət həm kiçik təsərrüfatların, həm də bazara istiqamətli iri kənd təsərrüfatı komplekslərinin genişlənməsini təmin etmək vəzifəsi qoymuşdur. Eyni zamanda, kənd təsərrüfatı istehsalında informasiya texnologiyalarının tətbiqi, istehsalçıların təcrübə, bacarıq və biliklərinin genişlənməsi məhsuldarlıq göstəricilərinin artımını təmin edəcəkdir. Nəticədə 2025-ci ildə kənd təsərrüfatı istehsalı və qeyri-neft ixracındakı payı əhəmiyyətli dərəcədə artacaqdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Allahverdiyev H, Qafarov K, Əhmədov Ə. (2017). Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi. Bakı ADİU , 215 s.
2. Alıyev İ.H, Məmmədov Y.Ə.(2014). “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasının tətbiqi Azərbaycan Respublikasında qeyri-neft sənayesinin inkişaf proqramı Bakı, “Avropa”, , 134 s.
3. “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış İnkişaf Konsepsiyası”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
4. “Azərbaycan Respublikası Regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2014-2018-ci illər)”.
5. Əliyev T.N.(2016). Azərbaycanın qeyri-neft sənaye sektorunda innovasiya prosesinin investisiya təminatı. “İqtisadiyyatın davamlı inkişafı: problemlər, perspektivlər” mövzusunda BEPK-nın materialları. Sumqayıt, “DSK”, 2016, s. 40-43.
6. Əliyev R.M, Məmmədov M.A, Novruzov N.A.(2013). Investisiyanın maliyyələşdirilməsi və kreditləşdirilməsi. Bakı, 2013, 432 s.
7. Qafarov Ş.S (2014). Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma. Bakı, “CBS”, 632 s.
8. İ. Abbasov T. Əliyev (2017). Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Bakı Biznes Universiteti nəşrləri .501 s.
9. Nuriyev Ə.X.(2013). Azərbaycanda iqtisadi inkişaf və modernləşmə siyasətinin komseptual əsasları. Bakı, “AVROPA”, , 422 s. 48.

Postneft Mərhələsində Dövlət Sektorunun İnkişafının Prioritet İstiqamətləri

Murad Əlizadə
m_alizadeh97@mail.ru

Xülasə

Müstəqillik illərində ölkəmizdə sosial-iqtisadi inkişaf sahəsində əldə olunan bütün uğurlar, yaradılmış iqtisadi, sosial, elmi-texniki, maliyyə potensialı, insan kapitalı, infrastruktur, əhalinin sosial rifahının yaxşılaşdırılması Ulu Öndər heydər Əliyevin şəxsiyyəti ilə bağlıdır. Bu baxımdan Ulu öndər tərəfindən müəyyənləşdirilən, bu gün ölkə Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən yaradıcılıqla, uğurla inkişaf etdirilən Azərbaycanın iqtisadi inkişaf strategiyasının ümumi və xarakterik cəhətlərinin, formalaşması mərhələlərinin, onun uğurunu təmin edən başlıca amil, şərt, vasitələrin sistemli təhlil olunur və dəyərləndirilir. Ulu öndərin iqtisadi irsinin öyrənilməsində və ölkəmizin gələcək inkişafının prioritetlərinin, başlıca məqsəd və hədəflərin seçilməsində, reallaşmasında müstəsna əhəmiyyət kəsb edir. Son illər ərzində Respublikamızda həyata keçirilən iqtisadi siyasətin əsas xarakterik xüsusiyyətləri onun bu dövrlər üzrə dövlət proqramlarının, fərman və sərəncamların yüksək səviyyədə icra olunması ölkədə gedən iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsini uğurla təmin etməklə, bütün proseslərin qeyri-neft davamlı şəkildə inkişafına gətirib çıxarır**.** Dünya praktikasında əhəmiyyətli inkişaf yolu keçmiş ölkələrin təcrübəsinə baxdıqda burada Dövlət-Özəl sektor tərəfdaşlığı həmişə geniş parametrli mövzu olaraq xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir. Dövlət və özəl sektor münasibətləri prioritet bir mövzu olub iqtisadi, sosial, hüquqi, mədəni, siyasi və digər çalarları özündə əks etdirir. Respublikamızda dövlət strukturu sahəsində müxtəlif proqramların qəbul edilməsi və icrası ilə bağlı işlər prezident İlham Əliyev tərəfindən uğurla davam etdirilir. Həyata keçirilən məqsədyönlü tədbirlər iqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə inkişafını təmin etməklə dövlətin iqtisadi qüdrətini əhəmiyyətli dərəcədə artıracaqdır.

Açar sözlər: Dövlət, Maliyyə, Büdcə-Vergi Siyasəti

Giriş

Dövlət sektorunun səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi ilə yanaşı dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsi yolu ilə qeyri-dövlət sektorunun əhatə dairəsinin genişləndirilməsi istiqamətində işlər davam etdirilir. Müasir dövrdə milli iqtisadiyyatı inkişaf etdirmək üçün ölkə iqtisadiyyatını hərtərəfli inkişaf etdirən iqtisadi siyasət həyata keçirmək, ixrac yönümlü milli iqtisadiyyatı formalaşdırmaq, dünya bazarına rəqabətqabiliyyətli məhsul çıxarmaq, ölkə iqtisadiyyatının neftdən asılılığının minimum endirmək və qeyri-neft sektorunun diversifikasiyası ən mühüm prioritetlərdəndir. (Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M. 2012).

Dövlət əsaslı vəsait qoyuluşunun strukturunu təkmilləşdirmək, həmin vəsaitdən səmərəli istifadəyə nəzarəti gücləndirmək, dövlət zəmanəti ilə iqtisadiyyata cəlb olunan və dövlət büdcəsində dövlət investisiya xərcləri üçün nəzərdə tutulmuş vəsaitin istiqamətlər üzrə vahid prinsip və prioritetlərinə nail olmaqla, dövlət investisiya siyasəti ilə müvafiq inkişaf proqramları arasında əlaqələrin möhkəmləndirilməsini təmin edir. (Əlirzayev Ə.Q. 2015).

Son dövrlər dünya iqtisadiyyatında gedən proseslər, ölkənin mürəkkəb xarici iqtisadi mühiti, makroiqtisadi və maliyyə vəziyyətinin korlanması, neftin qiymətlərinin aşağı düşməsilə ölkənin neft gəlirlərinin azalması Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatına ciddi təsir göstərmişlər. Bu kimi ciddi hallar qlobal iqtisadi böhranlı şəraitə adaptasiyanı iqtisadi inkişafın yeni modelinin formalaşdırılmasını zərurətə çevirdi. Azərbaycanın müasir iqtisadi siyasəti iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə, qeyri-neft sektorunun inkişafına, dayanıqlı və rəqabətqabliyyətli milli iqtisadiyyatının yaradılmasına yönəldilmişdir. (Əhmədov M.A., Hüseyn A.C. 2011: s.102).

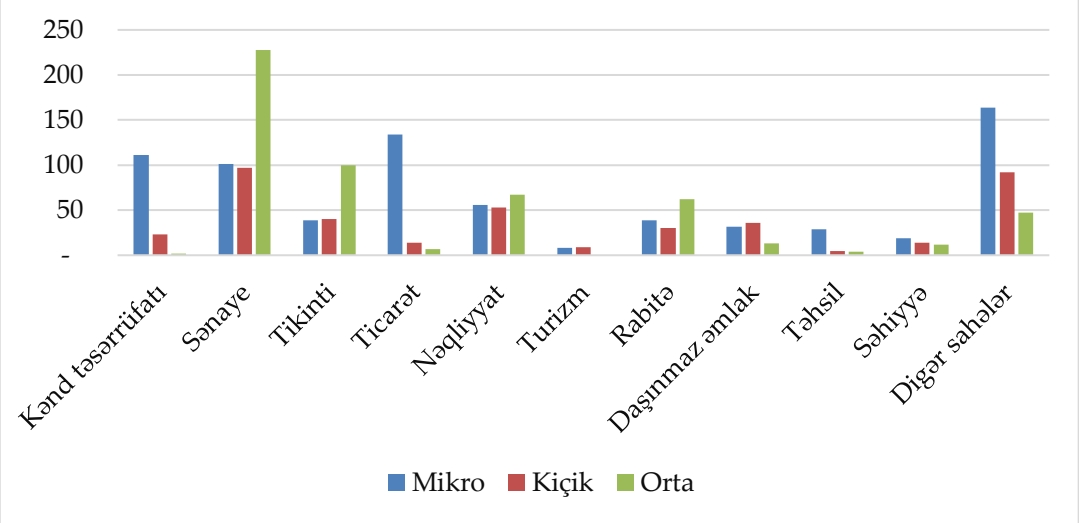
Metod

Məqalənin metodları müşahidəetmə, faktların toplanması və seçilməsi, onlar arasında əlaqənin yaradılması E-views 10 proqramı üzərində analizlər, Avtokorelyasiya testi, Breusch-Pagan testlərindən, normal paylanmaya metodları tətbiq edilmişdir.

Analiz

Dövlət bölməsi və onun struktur təhlili

Diaqram 1. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə dövlət bölməsi (2019)

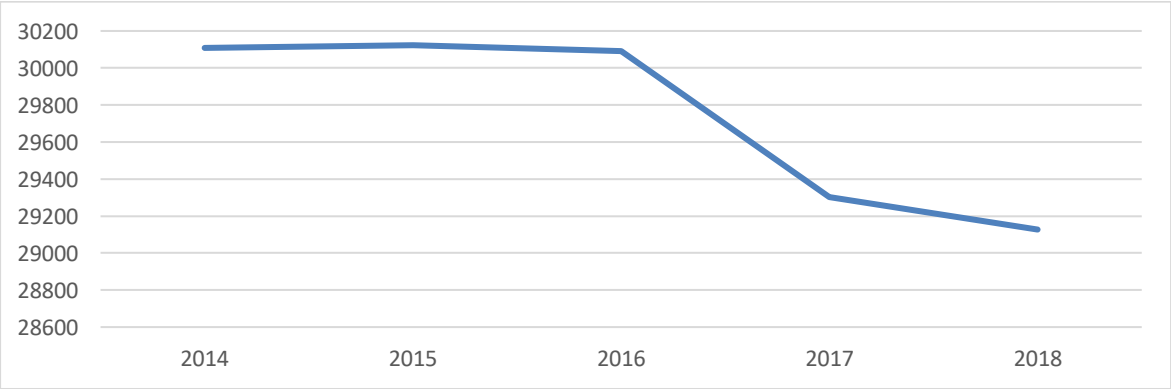


Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (20.12.2019)

Gördüyünüz bu cədvəldə dövlət mülkiyyətində olan sahələr sayları üzrə verilmişdir. Mikro sahibkarlıq, kiçik sahibkarlıq və orta sahibkarlıq bölgüsü əsasında qurulmuş cədvələ diqqətlə göz gəzdirsək, aydın bir şəkildə görə bilərik ki, orta sahibkarlıq sənaye sahəsində daha çox üstünlük təşkil edir ki, hətta dövlət mülkiyyətində olan sənaye müəssisələrinin sayı 200-dən daha artıqdır. Orta sahibkarlıq müəssisələrinin sənaye sahəsində üstünlük təşkil etməsinə səbəb dövlət müəssisələrinin daha çox sənaye tipli olmasıdır. (Meybullayev M. 2012).

Ümumiyyətlə, dövlət bölməsinin sənayedə bütün sahibkarlıq növündə aktiv olmasına səbəb öz brendini artırmaq niyyətidir. Orta sahibkarlıq müəssiələrinin ən az sayının kənd təsərrüfatı sahəsində cəmləşməsidə diqqətdən kənarda qalmamalıdır ki, onların sayı 50 rəqəmindən dəfələrlə aşağıdır. Bu kənd təsərrüfatına olan diqqətin az olmasından irəli gəlir. Dövlət mülkiyyətində olan, adı sadalanmayan digər sahələrdə mövcuddur ki, mikro sahibkarlığın ən çox payı o sahələrə düşmüşdür. Turizm sahəsinə nəzər salaq, ən az mikro sahibkarlıq müəssisələri bu sektordadır. Aydınlıq gətirmək istərdimki, dövlət mülkiyyətində olan kiçik sahibkarlıq üzrə qurulmuş müəssisələrin ən az sayı təhsil, ən çox hissəsi isə sənaye sahəsində cəmlənmişdir. Bununda səbəbi yuxarıda qeyd etdiyimiz kimidir.

Diaqram.2 Respublika üzrə cəmi dövlət qulluğçusu (2014-2018)



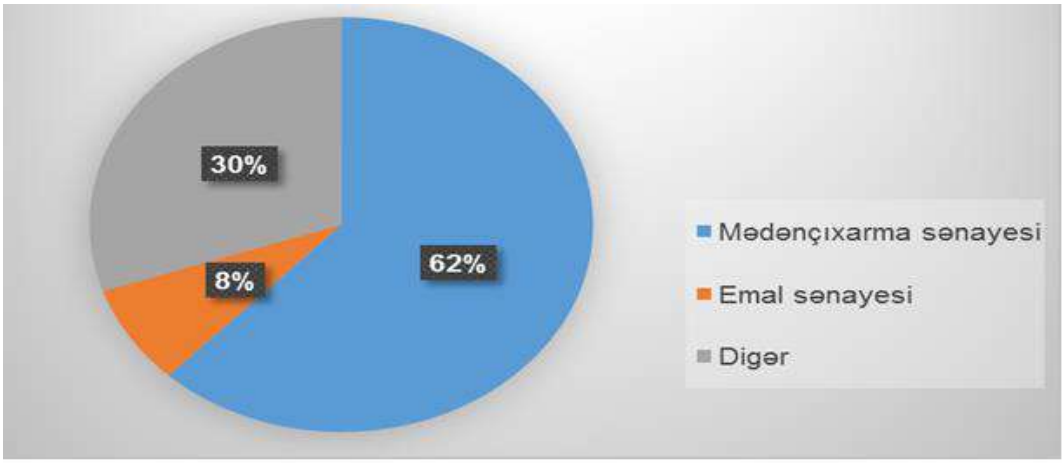
Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (20.12.2019)

Dövlət mülkiyyəti altında fəaliyyət göstərən müəssisələrdə, yəni dövlət bölməsində çalışan dövlət qulluqçularının sayı ildən ildə dəyişir. Bu göstəricilər bir birinə nisbətən həm azala, həm arta bilər. Məsələn, 2014 və 2018 ci illər üzrə göstəriciləri analiz etsək, asanlıqla görərik ki, 2014- cu ilə nisbətən respublika üzrə cəmi dövlət qulluqçusu sayı 2015-ci ildə cuzi miqdarda artmışdır. Amma bu göstəricini 2018-ci illə müqayisə edəndə, görürük ki, əksinə 2014-cü ildə bu rəqəm 3% daha irəlidədir. Deməli, 2018 ci ildə respublika üzrə dövlət qulluğçusu sayı artmamış əksinə azalmışdır.

Ümumiyyətlə, respublika üzrə cəmi göstəricinin ən yüksək olduğu il 2015-ci il, ən zəif olduğu il isə 2018-ci il olmuşdur. Burdan da belə nəticəyə gəlmək olur ki, ilbəil respublika üzrə bu göstərici azalmaqdadır. (https://www.stat.gov.az/).

Dövlət bölməsinin özəl sektorla qarşılıqlı əlaqəli təhlili

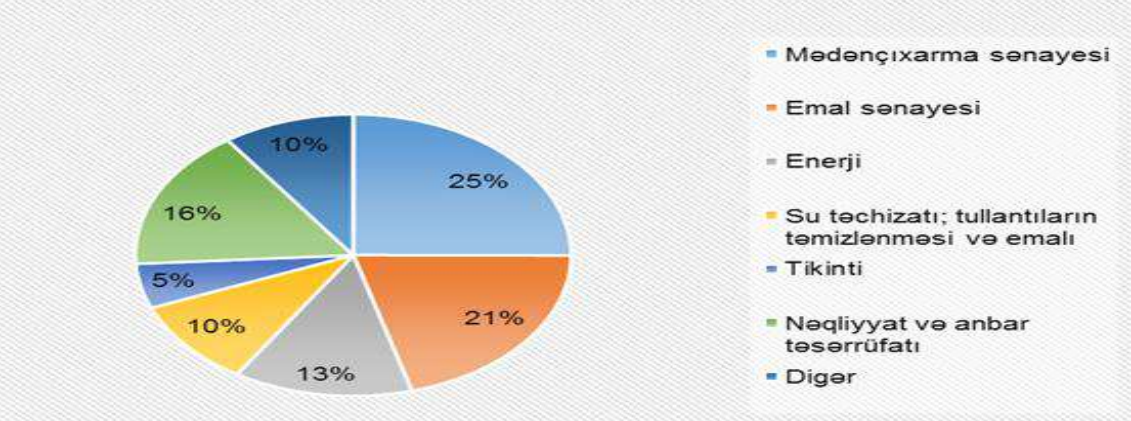
Diaqram 3.Özəl bölmənin iqtisadiyyatda xüsusi çəkisi (2019-cu il)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (20.12.2019)

Özəl sektorun inkişafı neft ölkəsi olduğumuz üçün sənaye sahəsinə uyğun gəlir. Əgər Azərbaycana ötəri bir nəzər salsaq, neft istehsalı ilə məşğul olan müəssisə və təşkilatların sayının çoxluğunu müşahidə edəcəyik. Təbii ki, ölkəmizdə qızıl yataqları zəngin olduğundan bəzi özəl şirkətlər öz investisiyalarını doğma vətənimizə edərək bu kateqoriya üzrə olan müəssisələrin sayını öz növbəsində artırmağa çalışırlar. Bu da özəl bölmənin iqtisadiyyatımızda nə dərəcədə yer tutduğunu göstərir. Özəl sektorun iqtisadiyyatda xüsusi çəkisini mədənçıxarma sənayesi 62% göstərici ilə mədənçıxarma sənayesi tutur. Ümumiyyətlə,sənayeləşmə çərçivəsində ardıcıl həyata keçirilən tədbirlərin nəticəsidir ki, sənayenin müxtəlif sahələrində artım templəri müşahidə olunmuşdur. Verilmiş qrafikdəndən də gördündüyü kimi, emal sənayesi özəl sektorda ən az hissə tutur. Mədənçıxarma və emal sənayesindən başqa, qalan 30% göstərici digər sənaye sahələrinin payına düşür. Lakin, sözügedən bu kimi faktorlar özəl sektora nisbətən dövlət bölməsində bir qədər fərqlidir. Ümumiyyətlə dövlət çalışmalıdır ki, iqtisadiyyatda özəl sektora nisbətən dövlət sektoru daha çox üstünlük təşkil etsin. Bunun səbəbi də dövlətin özəl sektordan fərqli olaraq, sırf vətəndaşlara xidmət etməsidir. Aşağıda göstərdiyimiz diaqram bu faktorların göstəricisidir.

Diaqram 4. Dövlət bölməsinin iqtisadiyyatda xüsusi çəkisi



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (20.12.2019)

Əgər biz ölkə üzrə müəssisə və təşkilatların aktivlərinə nəzər yetirsə idik, özəl bölmənin ümumi aktivlərin payında 62% yer tutdugunu görərdik. Bu o deməkdir ki,dövlət nəinki özünün hətta özəl sektorun belə aktiv fəliyyət göstərməsində dəstəkverici rol oynayır. Təsadüf deyil ki, 2016-cı ildə prezident İlham Əliyevin fərmanı ilə Nazirlər Kabineti göstərişi ilə 300-dən çox yeni dövlət müəssisəsi özəlləşməyə açıq elan edildi. Həmin müəssisələr sırasına neft maşınqayırması, kənd təsərrüfatı (o cümlədən,balıqçılıq), səhiyyə, mədəniyyət, turizm və başqa sahələr aiddir.

Dövlət sektorunun ekometrik təhlili: Eviews analiz

Dövlət sektorunun inkişafı ÜDM-un artması deməkdir. Belə ki, ölkədə məhsullar istehsal edən şirkətlər artdıqca bu ölkənin ümumi varlıqlarının komponentlərində mühüm yer tutur. Belə ki, dövlət bölümünün inkişafı ölkənin ümimi gəlirlərlərinin artmasına və dövlətin öz sektorunda əhalinin rifahı üçün keyfiyyət səviyyəsinin yüksəldilməsinə gətirib çıxarır. Diqqət yetirsək, ölkəmiz neft sənayesi üzərində qurulduğundan, investisiya edən özəl şirkətlərin çoxu sənayə sahələrinə yönəlir, amma ki nəinki özəl müəssisə və təşkilatlar, dövlət bölümü bu üstünlükdən istifadə edərək, sənayə sahələrinə daha çox investisiya etməyə və özəl bölüm ilə payını bərabərləşdirməyə çalışır. Təbii ki, bunun səbəbi, dövlətin yerinə yetirdiyi iqtisadi funksiyadır.

Cədvəl . 1.Dövlət sektoru müəssisələrin gəlirləri və ÜDM

Dəyişənlər	**Əmsal**	**Standart xəta**	**T dəyəri**	**$P > \|t\|$**
Dövlət sektoru müəssisələrin gəlirləri	0.7330	0.3346	2.1906	0.0361
ÜDM	0.1217	0.1417	0.8586	0.3971

Mənbə: Eviews 10 tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Gəlin, dövlət bölümünün aktivləri ilə ÜDM arasında bir əlaqə olub-olmadığını yoxlayaq. Bunun üçün statistika komitəsinin saytındakı Dövlət müəssisələrinin cəmi gəlirləri ilə ÜDM arasında Eviews 10 proqramında istifadə edərək əlaqəni müəyyənləşdirdik. Gördüyümüz kimi, ehtimal faizi 5%-dən aşağı olan kəmiyyət həddində dövlət müəssisələrinin gəlirləri ilə ÜDM arasında bir əlaqə mövcuddur. Yəni ÜDM məhsulun artımına ölkəmizdə fəaliyyət göstərən dövlət müəssisələrinin gəlirləri müsbət təsirini əks etdirir. Yəni modelə görə yerli müəssisələrin gəlirləri 73% artması ÜDM 12% artması deməkdir və ya əksinə.

Cədvəl 2. Dövlət sektoru müəssisələrin aktivləri və ÜDM artım tempi

Dəyişənlər	**Əmsal**	**Standart xəta**	**T dəyəri**	**$P > \|t\|$**
Dövlət sektoru müəssisələrin aktivləri	0.742453	0.278844	2.662614	0.0106
ÜDM artım tempi	0.49568	0.175209	2.829078	0.0069

Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

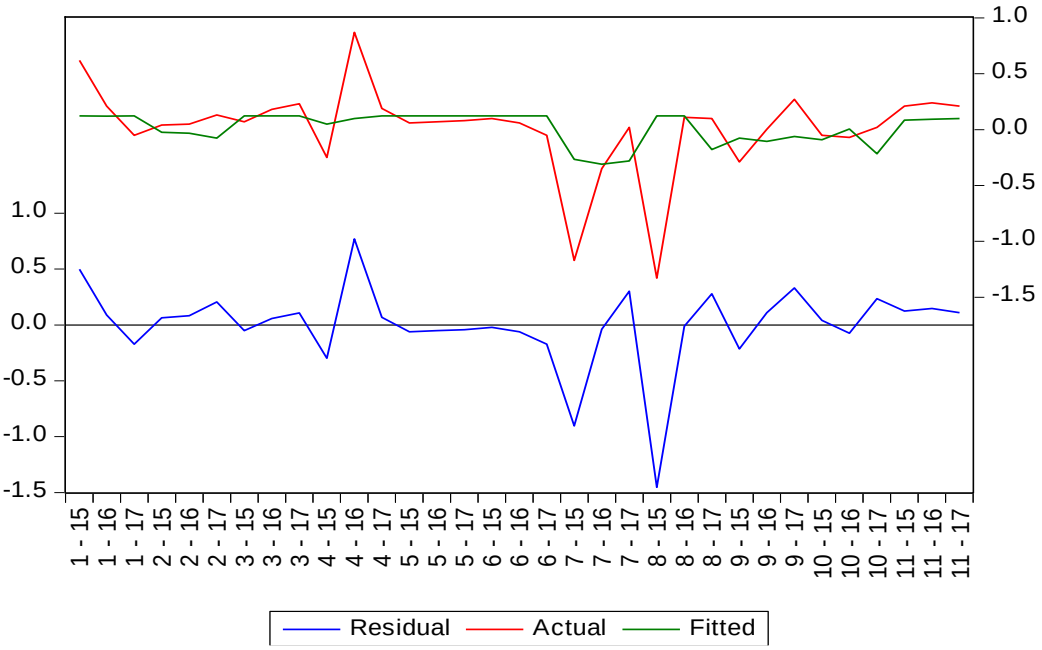
Cədvəl 3. Gəlirlilik üzrə analiz

		90% Əminlik intervalı		95% Əminlik intervalı		99% Əminlik intervalı	
Dəyişən	Əmsal	Aşağı	Yuxarı	Aşağı	Yuxarı	Aşağı	Yuxarı
C	0.121738	-0.118648	0.362124	-0.167419	0.410894	-0.267305	0.510781
Dövlət sektoru	0.733027	-1.300381	-0.165674	-1.415488	-0.050566	-1.651237	0.185182
Aktivlər üzrə:		90% Əminlik intervalı		95% Əminlik intervalı		99% Əminlik intervalı	
Dəyişən	Əmsal	Aşağı	Yuxarı	Aşağı	Yuxarı	Aşağı	Yuxarı
Dövlət sektoru	0.742453	0.274369	1.210537	0.181170	1.303737	-0.006804	1.491710
C	0.495680	-0.789796	-0.201564	-0.848357	-0.143003	-0.966469	-0.024891

Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Eyni zamanda dövlət bölümündə fəaliyyət göstərən müəssisələrəin aktivlərinin ÜDM artlm tempi ilə əlaqəsinin olub-olmadığını analiz etsəydik, müsbət bir əlaqənin olduğunu görəcəyik. Yəni modelə görə 6% ethimalla ÜDM-ün artım tempinin 49% olması dövlət bölümündə fəaliyyət göstərən müəssisələrin 74% artması deməkdir.

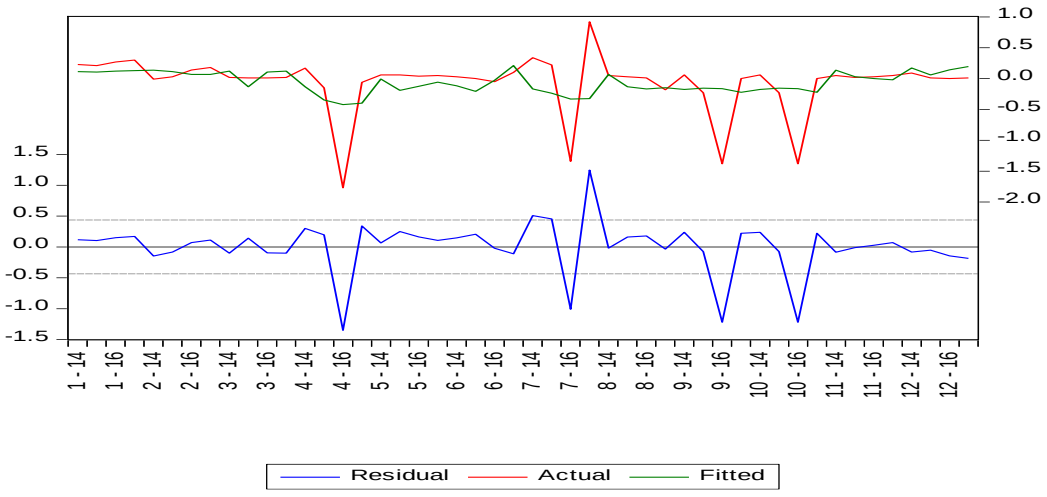
Diaqram 5. İqtisadi böhranın dövlət sektorundakı müəssisələrin göstəricilərinə təsirinin analizi



Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Yuxarıdakı diaqramdan gördüyümüz kimi, 2015-ci ilə baş verən iqtisadi böhranın dövlət sektorundakı müəssisələrin göstəricilərinə ciddi təsir edib. Bu ekonometrik təhlil pooled panel datası ilə analiz ediliyinən bizə təsadüfi və ya sabit təsir üsulları o qədər əhəmiyyətli deyil. Çünki həm period həm də çarpaz təsir ***"None"*** olaraq qəbul edilmişdir.

Diaqram 6. 2015-ci ilin iqtisadi böhranların dövlət sektorundakı müəssisələrin aktivlərinə təsiri



Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Yuxarıdakı diaqramdan görürük ki, 2015-ci ilin iqtisadi böhranların təsirləri Azərbaycanda dövlət sektorundakı qurumlaırn aktivlərinə daha çox təsir etmişdir. Hətta bu qrafikin, dövlət sektorunun qrafikdən daha dəyişkən olması buna əyani sübutdur.

Avtokorelyasiya testinə görə period az olduğundan sektorlar arasında asıllıq olduğu nəzərə çarpır, belə ki aşağıdakı testlərin nəticəsində də bunu görə bilərik.

Cədvəl 4.Avtokorelyasiya testi

Testlər	Statistik əmsal	Ehtimal
Breusch-Pagan LM	95.61711	0.0006
Pesaran scaled LM	2.823880	0.0047
Pesaran CD	1.330631	0.1833

Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 5. Breusch-Pagan testi

Testlər	Statistik əmsal	Ehtimal
Breusch-Pagan LM	87.80635	0.0377
Pesaran scaled LM	0.853533	0.3934
Pesaran CD	0.671516	0.5019

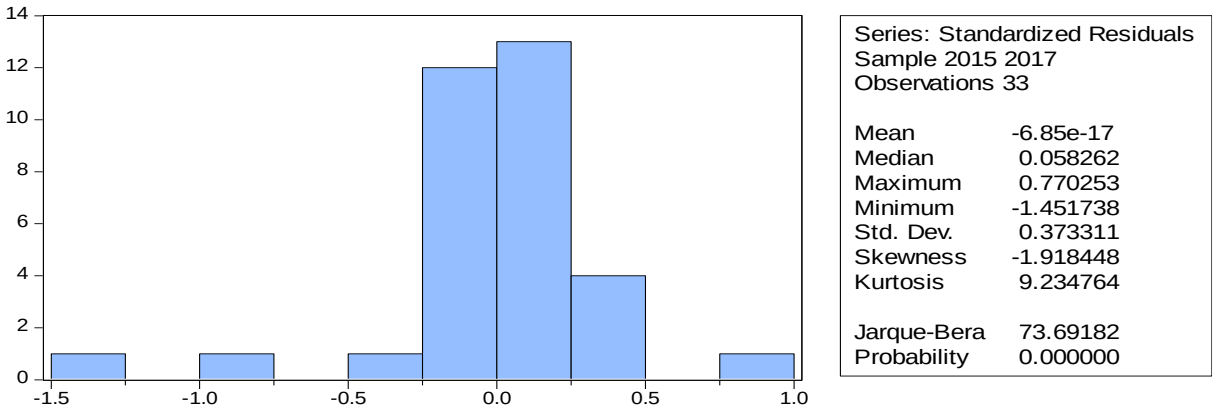
Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Breusch-Pagan testi dəyişən varians testidir. Varyansın dəyişən və ya sabit olub-olmadığını göstərir. Hər iki modeldə də görürük ki, bu statistika tesi bizim model üçün əhəmiyyətlidir, çünki əhəmiyyətlilik dərəcəsi 5%-dən aşağıdır. Pesaran scaled LM testi analizimizdə sektorlar arasında avtokorrelyasiyanı ölçür, çox istifadə edilən bir test olmasa da aktivlər üçün onun ehtimalı əhəmiyyətli, müəssisələr üçün isə əhəmiyyətsizdir. Pesaran CD testi çarpaz-kəsik asıllığını ölçür, gördüyümüz kimi bu əmsal həm şirkətlərdə, həm də banklarda əhəmiyyətli deyil, yəni müşahidə edilən dəyişənlər arasında asıllıq mövcuddur.

Yəni yuxarıda aldığımız nəticəyə görə sıfır hipotezini rədd edə bilmirik, çünki avtokorrelyasiya testinin nəticəsinə görə xətalarda çarpaz-kəsik asıllığı yoxdur, əksinə alternativ hipotezdə bu asıllıq mövcuddur. Çarpaz kəsik verilənləri arasında əlaqənin olub-olmamasını təsdiq edən Peseran CD testinin ehtimalının yüksək olması bunu deməyə əsas verir. Bu isə reqressiya tənliyi üçün ideal vəziyyətdir. Yəni dəyişənlərin dəyəri bizim istədiyimiz dəyərdən çox fərqlənmir.

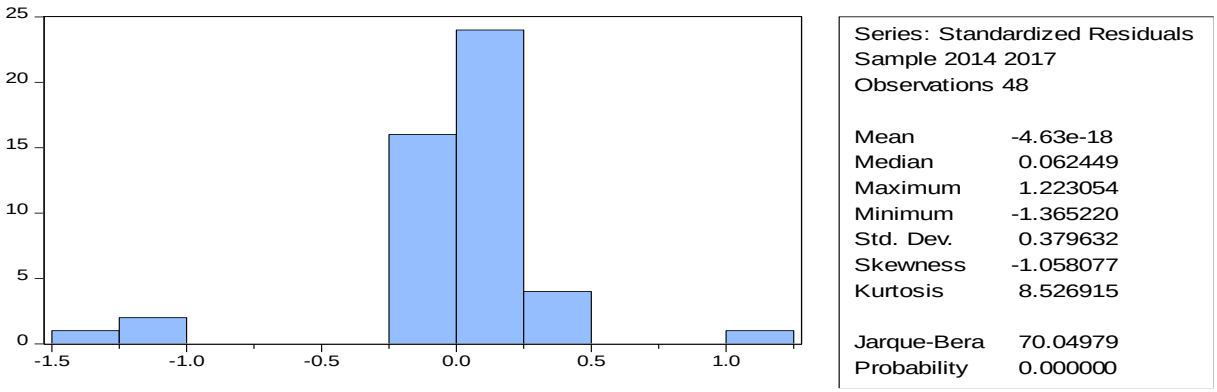
Beləliklə, dövlət bölümünün gəlirlərinin yoxsa aktivlərinin ÜDM-ə olan təsirini müqayisə etsək, hər iki qrupun statistik cəhətdən əhəmiyyətli təsiri olduğu asılı dəyişənlərin hamısında ÜMD-ün daha çox təsirləndiyi görülmüşdür. Buna görə də, iqtisaid böhranlar ölkədə tezliklə müşahidə edilməzsə dövlət bölümünün qiymətləndirilməsinin ölkə iqtisadiyyatının inkişafında böyük rolu olduğunu söyləyə bilərik.

Diaqram 6. Dövlət müəssisələri üzrə normal paylanmaya analizi



Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Diaqram 7. Banklar üzrə üzrə normal paylanmaya analizi



Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Xətalarda normallıq testini analiz etsək, normal paylanmaya görə hər bir dəyişən üçün 30-dan çox müşahidə olmalıdır. Tədqiq olunan modellərdə isə ümumi müşahidə sayı dövlət sektorundakı müəssisələrin aktivləri və gəlirləri üçün normal paylanma göstəricisi üzrə uyğun deyil.

Nəticə

Aparılan analizin nəticəsindən məlum olur ki, 2019-cu ildə ölkə iqtisadiyyatında muzdla çalışan işçilərin sayı ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 5,6% artaraq 1639,1 min nəfər olmuş, onlardan 909,5 min nəfəri iqtisadiyyatın dövlət sektorunda, 729,6 min nəfəri isə qeyri-dövlət sektorunda fəaliyyət göstərmişdir. Muzdla işləyənlərin 20,2% təhsil, 17,8% ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri, 13,3% sənaye, 8,2% əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi, 7,6% tikinti, 6,9% dövlət idarəetməsi və müdafiə; sosial təminat, 4,6% nəqliyyat və anbar təsərrüfatı, 3,4% peşə, elmi və texniki fəaliyyət, 3,3% kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, 1,7% maliyyə və sığorta fəaliyyəti, 13,0% isə iqtisadiyyatın digər sahələrində məşğul olmuşlar. 2019-cu ilin yanvar-sentyabr aylarında muzdla işləyənlərin orta aylıq nominal əmək haqqı 2018-ci ilin müvafiq dövrünə nisbətən 11,7% artaraq 603,5 manat təşkil etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin hazırladığı 2019-2022-ci illər üzrə ölkənin makroiqtisadi proqnoz göstəriciləri və gözlənilən iqtisadi meyllər, o cümlədən 2019-cu ildə ümumi daxili məhsulun 3,6%-lik, qeyri-neft sektorundan isə 3,9%-lik real artım sürəti nəzərə alınıb, dövlət büdcəsi və Dövlət Neft Fondunun gəlirlərinin hesablanmasında bir barel xam neftin satış qiyməti 60 ABŞ dolları səviyyəsində qəbul edilib. Bütövlükdə, dünya iqtisadiyyatında cərəyan edən proseslərin

Azərbaycan iqtisadiyyatına mənfi təsirinin qarşısının alınması 2020-ci ildə həyata keçiriləcək monetar və fiskal siyasətin əsas prioritetlərindən biri kimi gündəlikdə durmaqdadır.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq sərəncamları ilə reallaşdırılan kompleks sosial islahatlar nəticəsində sentyabr ayının 1-dən ölkədə minimum aylıq əməkhaqqı məbləğinin 250 manata qaldırılması, dövlət qulluqçularının, dövlət büdcəsindən maliyyələşən bir sıra idarə, müəssisə və təşkilatlarda, dövlət neft şirkətində çalışan işçilərin əməkhaqlarının əhəmiyyətli dərəcədə artırılması, bununla əlaqədar özəl sektorda çalışanların da əməkhaqlarının yüksəlməsi və bu sahədə şəffaflaşma proseslərinin sürətləndirilməsi nəticəsində 2019-cu ilin sentyabr ayında ölkə üzrə orta aylıq nominal əməkhaqqı 723,4 manata çatmışdır ki, bu da ötən ilin sentyabr ayı ilə müqayisədə 35,8%, cari ilin avqust ayı ilə müqayisədə isə 21,6% çoxdur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyatının perspektivi üzrə Strateji yol xəritəsi” İlham Əliyevin 06 dekabr 2016-cı il tarixli sərəncamı, Bakı 2016.
2. Azərbaycanın iqtisadi inkişafının Heydər Əliyev strategiyası. Monoqrafiya. Bakı “Şərq-Qərb” mətbəəsi, 2019. 328 s.
3. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M. (2012), “Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi”, Bakı, Elm ,1- 564
4. Əhmədov M.A., Hüseyn A.C. (2011). Dövlətin iqtisadi siyasəti. Bakı, Şərq-Qərb, 1- 389
5. Əlirzayev Ə.Q. (2015). İqtisadi islahatlar və surətlənmə konsepsiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri. Bakı, Günəş,1- 310
6. Meybullayev M. (2012). İqtisadi inkişafın qeyri-bərabərliyi, səbəbləri və sosial-iqtisadi məsələləri. İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika jurnalı, 2012, №1, 21-26
7. http://www.e-qanun.az/framework/34254
8. https://economy.gov.az
9. https://president.az/files/ future_az.pdf
10. https://www.stat.gov.az/

Azərbaycanda Qeyri- Neft Sektorunun İnkişafının Mövcud Vəziyyətinin Təhlili və Qiymətləndirilməsi

Leyla Qurbanova

leyla.qurbanova1996@mail.ru

Xülasə

Müasir dövrdə qeyri-neft sektorunun inkişafı mühüm əhəmiyyətilə seçilir. Qeyd etmək lazımdır ki, qeyri-neft sektorunda fəaliyyət göstərən subyektlər geniş təkrar istehsalı müvəffəqiyyətlə həyata keçirdiyi təqdirdə yeni istehsal sahələri yaratmaq imkanına malik olur, həmçinin gündəlik istehlak mallarına olan tələbatı yerli istehsal hesabına ödəyə bilirlər. İEÖ-lərin təcrübəsi göstərir ki, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi ixracın genişləndirilməsi və eyni zamanda ixracın diversifikasiyalaşdırılması üçün əlverişli şərait yaradır. Bu isə ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündə yerinin və rolunun artmasına, həmçinin onun dünya iqtisadiyyatına daha fəal inteqrasiyasına gətirib çıxarır. Müasir dövrdə milli iqtisadiyyatın diversifikasiyası, regionların sürətli inkişafının təmin olunması bu sahədə mövcud olan imkanların aktivləşdirilməsindən asılıdır. Hazırda dövlətin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirmək üçün əlverişli şəraitin yaradılması və özəl sektorun iqtisadi fəallığının stimullaşdırılmasıdır. Müasir dövrdə bu problemlərin həll edilməsi üçün tənzimləmə metodlarından səmərəli istifadə edilməli, gömrük, vergi və s. kimi sahələrdə dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlər qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün həyata keçirilən siyasətlə uyğunlaşdırılmalıdır. Həmçinin, qeyri-neft sektorunun inkişafı ölkədə davamlı iqtisadi artımın təmin edilməsində mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu baxımdan da, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi zəruriliyi müasir dövrdə Azərbayvan üçün mühüm aktuallıq kəsb edən məsələdir. Qeyri-neft sektorunun aktuallığını nəzərə alaraq məqalədə Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun inkişafının mövcud vəziyəti təhlil edilmiş, qeyri-neft sektorunun inkişafında əsas problemlər göstərilmiş və bu sahədə müvafiq təklif və tövsiyyələr verilmişdir.

Açar sözlər: qeyri-neft sektoru, qeyri-neft sektoru üzrə ÜDM, qeyri-neft sektorunun inkişaf problemləri, əsas kapitala investisiyalar

Giriş

XX əsrin sonlarından etibarən beynəlxalq münasibətlər sistemində sürətlə genişlənən qloballaşma dalğası hər bir ölkənin milli iqtisadiyyatına və onun mühüm tərkib hissəsi olan milli bazarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etməkdədir. Bu təsir dalğasının gücü və sürəti ölkədə istehsal olunan məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyindən, həmçinin iqtisadiyyatın strukturundan bilavasitə asılıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal edilməsi, eyni zamanda iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərən əmtəə istehsalçılarının daxili və xarici bazarlarda öz mövqelərini möhkəmləndirməsi qloballaşma prosesinin mənfi təsirlərini zəiflədir. (Məmmədov, 2012).

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə müxtəlif problemlərlə qarşılaşmışdır. 1995-ci ildən etibarən isə iqtisadi artım təmin edilmişdir. Araşdırmalar göstərir ki, bu iqtisadi artımın əsəs səbəbi neft sektoruna investisiyaların cəlb olunması və bu sektorla əlaqəli tikinti işlərinin artmasının payına düşür. Bu səbəbdən qeyri-neft və neft sektorunda istehsalın artım dinamikası üzrə olan məlumatlar göstərir ki, həm neft, həm də qeyri-neft sektorunda iqtisadi artım eyni sürətli olmayıb, qeyri-neft sektorunda iqtisadi artım tempinin daha az olduğu göstərilir. (Aras və Süleymanov, 2010).

Ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlı və tarazlı inkişafının təmin edilməsi, əhalinin sosial rifahının artırılması,cəmiyyətin bütün istiqamətlərdə tərəqqisini sürətləndirmək, inkişafın keyfiyyətcə yeni modelinin formalaşdırılması üçün milli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, neft gəlirlərinin səviyyəsindən asılı olmayaraq qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi və onun ixrac imkanlarının genişləndirilməsi hazırkı mərhələdə qarşıya qoyulmuş əsas vəzifələrdən hesab olunur. Hal-hazırda qeyri-neft sektorunun inkişafı hökumətin iqtisadi siyasətinin əsas prioritetini təşkil edir.

İnkişaf Etmiş Ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, neft sektorunun inkişafı fonunda ölkəyə daxil olan investisiyalardan, o cümlədən büdcə gəlirlərindən səmərəli istifadə edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bunlar dövlətin struktur siyasətilə sıx əlaqədar olub, eyni zamanda digər sahələrə yatırılan investisiyalardan da bilavasitə asılıdır. İqtisadiyyatda neft sektorunun sürətli inkişafı ixracın strukturunda neft məhsullarının payının armasına gətirib çıxarır. Bu baxımdan ixrac gəlirlərinin böyük bir hissəsi neft gəlirlərindən formalaşır. Bütün bunlar isə milli iqtisadiyyatın bir sahədən, yəni neftdən asılılığına gətirib çıxarır. Dünya bazarında neftin qiymətinin dəyişməsi isə milli iqtisadiyyatın konyuktur asılılığını şərtləndirir.

Belə bir şəraitdə qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi iqtisadi inkişafın dinamik xarakter almasına xidmət edir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi eyni zamanda iqtisadiyyatın neftdən asılılığının qarşısının alınmasında, ixracın strukturunda bir məhsulun dominant mövqeyinin qarşısının alınmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Qeyri-neft sektorunun inkişafı eyni zamanda, regionların sosial-iqtisadi inkişafı və yoxsulluq səviyyəsinin azaldılmasına mühüm təsir göstərir. (Məmmədov, 2012).

Metod

Məqalədə analiz, sintez, induksiya, deduksiya kimi metodlardan istifadə edilib. İnduksiya metodu vasitəsilə əvvəlcə iqtisadi prosesə dair faktlar toplanıb sistemləşdirilmişdir. Daha sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə toplanan faktlar əsasında müxtəlif prinsiplər, nəticələr və tövsiyyələr hazırlanmışdır.

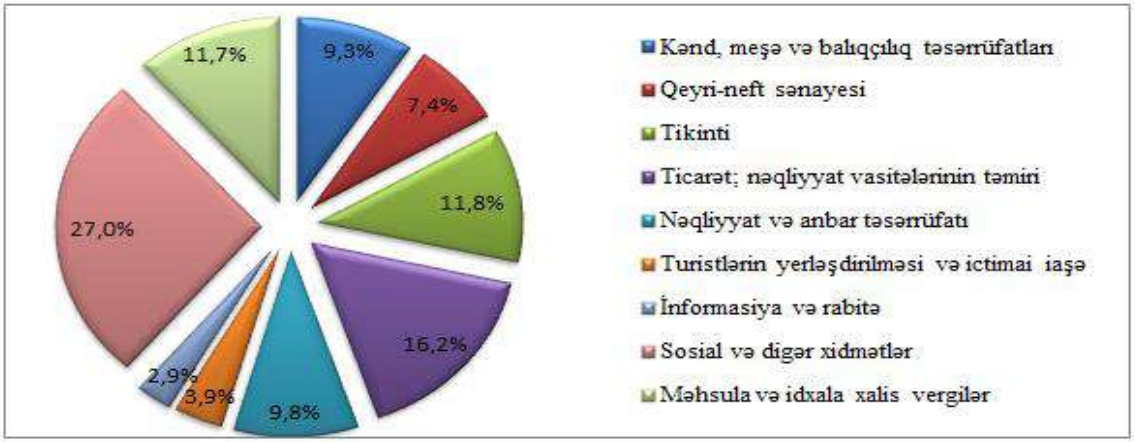
Analiz

Qeyri-neft sektorunun əsas xüsusiyyəti odur ki, neft sektoru ilə müqayisədə bu sektorda istehsalın real artım sürəti xarici tələbin tərəddüdlərindən ciddi şəkildə asılı deyildir. Bu sektorda real istehsalın artım dinamikası əsasən cəlb olunmuş investisiyalardan, daxili tələbin dəyişməsindən, ölkədə aparılan struktur və institutsional dəyişikliklərdən daha çox asılıdır. (Aras və Süleymanov, 2010).

2019-cu il ərzində iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda 48304.8 milyon manatlıq əlavə dəyər yaradılmışdır. Hesabat dövründə ölkə iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunda yaradılan əlavə dəyər əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 1.8% artmışdır. Qeyri-neft sektorunda yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 61.7% təşkil etmişdir. Qeyri-neft sektorunun ÜDM-ə ən çox müsbət töhfə verən sahələri tikinti, nəqliyyat vasitələrinin təmiri, ticarət, sosial və d. xidmətlər olmuşdur. 2019-cu ildə əlavə dəyərin artım tempi qeyri-neft sektotunun əksər sahələrində 2018-ci ilə nisbətən yüksək olmuşdur. (Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi, 2019).

2018-ci ilin müvafiq dövrünə nisbətən 2019-cu ildə kənd, meşə və balıqçılıq təsərüfatları sahələrində 7,3%, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahələrində 6,4%, ticarət və nəqliyyat sahələrinin təmiri sahələrində 3.6%, nəqliyyat və anbar təsərrüfatı sahələrində 1%, informasiya və rabitə sahəsində 15,9%, sosial və digər xidmətlər sahəsində 3,3% artım müşahidə edilmişdir.(Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi, 2019).

Qrafik 1. Qeyri-neft sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin sahələr üzrə bölgüsü



Mənbə: https://economy.gov.az//uploads/fm/files/diger/Qeyri-neft_2019.pdf (29.03.2020)

2019-cu ildə ÜDM-in 44471.8 mln. manatı və ya 54,5%-i qeyri neft sektorunun payına düşüb. Cədvəl 1-ə əsasən deyə biləik ki, 2016-2018-ci illərdə ÜDM-də qeyri-neft sektorunun payı azalıb. Belə ki, 2016-cı ildə ÜDM-də qeyri-neft sektorunun payı 59,5% olduğu halda 2018-ci ildə bu göstərici 52,4%-ə düşüb, yəni 7,1% azalıb. Bu isə ÜDM-də neft sektorunun payının bir o qədər atması deməkdir. Bu da dünya bazarında neftin qiymətinin artması ilə bağlı olmuşdur. (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2019).

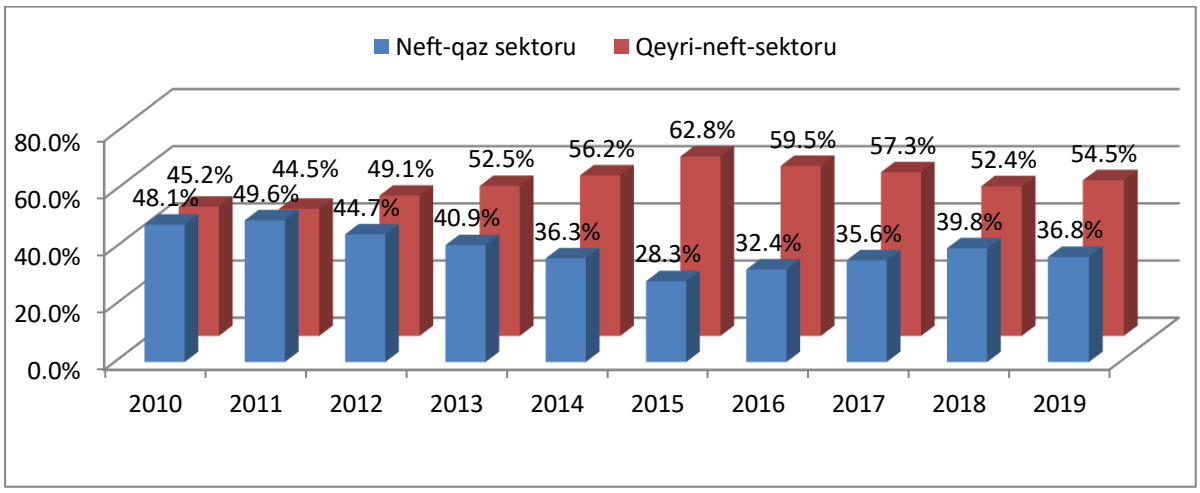
Cədvəl 1. Neft və qeyri-neft sektorunda Ümumi Daxili Məhsul həcmi (mln. manatla)

İllər	ÜDM	Neft-qaz sektoru	Neft-qaz sektorunun ÜDM-də xüsusi çəkisi	Qeyri-neft sektoru	Qeyri-neft sektorunun ÜDM-də xüsusi çəkisi	Məhsula və idxala xalis vergilər	Xüsusi çəkisi
2010	42465	20409.5	48.1%	19179	45.2%	2876.5	6.7%
2011	52082	25829.9	49.6%	23196.1	44.5%	3056	5.9%
2012	54743.7	24487.3	44.7%	26864.4	49.1%	3392	6.2%
2013	58182	23778.1	40.9%	30525.9	52.5%	3878	6.6%
2014	59014.1	21405.2	36.3%	33195.9	56.2%	4413	7.5%
2015	54380	15382.2	28.3%	34138.8	62.8%	4859	8.9%
2016	60425.2	19552.6	32.4%	35951.1	59.5%	4921.5	8.1%
2017	70337.8	25005.4	35.6%	40328	57.3%	5004.4	7.1%
2018	79797.3	31758.6	39.8%	41810.5	52.4%	6228.2	7.8%
2019	81681	30091	36.8%	44471.8	54.5%	7118.2	8.7%

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (29.03.2020)

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi 2010-cu ildə qeyri-neft sektorunun ÜDM-də payı 45,2% olduğu halda, 2019-cu ildə 54,2%-ə yüksəlmişdir. Onu da qeyd edək ki, qeyri-neft sektorunda ÜDM-artım tempi həm ÜDM-in, həm də neft sektoru üzrə ÜDM-in atım tempindən yüksək olmuşdur. ARDSK-nın məlumatlarına əsasən, 2006-2011-ci illər ərzində neft-qaz sektoru üzrə ÜDM qeyri-neft sektorunda istehsal olunan ÜDM-i üstələmişdir. Yuxarıdakı cədvəlin təhlili göstərir ki, qeyri-neft sektorunda istehsal olunan ÜDM 2012-ci ildən etibarən neft-qaz sektorunda istehsal olunan ÜDM-i üstələmişdir. 2012-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə ÜDM 55,6% artmışdırsa, bu göstərici neft-qaz sektoru üzrə qeyd edilən dövrdə 29,6% artmışdır.

Qrafik 2. Neft-qaz sektoru və qeyri-neft sektorunun ÜDM-də xüsusi çəkisi



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (29.03.2020)

Qeyri-neft sektorun inkişafında investisiyaların rolu olduqca böyükdür. Hansı sahəyə investisiya qoyuluşları çox olarsa, həmin sahənin iqtisadi artım tempi də yüksək olur. İnvestisiyalar istehsal olunan məhsulların rəqabətqabiliyyətinin artırılması, istehsalın intensivləşdiriməsi və ən yeni texnologiyaların istehsala cəlb olunması üçün əlverişli şərait yaradır. Buna görə də dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlərin əsas məqsədlərindən biri qeyri-neft sektoruna investisiyaların cəlb edilməsi üçün əlverişli şərait yaratmaqdır. Bu sahədə həyata keçirilən tədbirlər artıq öz nəticəsini verməkdədir. Qeyri-neft sektorunun inkişafının müasir vəziyyətini təhlil edərkən əsas göstəriciərdən biri də bu sektora yönəldilən investisiyaların təhlil edilməsidir. (Mehdiyeva, 2019)

Aşağıdakı cədvəldə 2010-2018-ci illər üzrə neft və qeyri-neft sektoru üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların miqdarı göstərilmişdir.

Cədvəl 2. Əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar (milyon manatla)

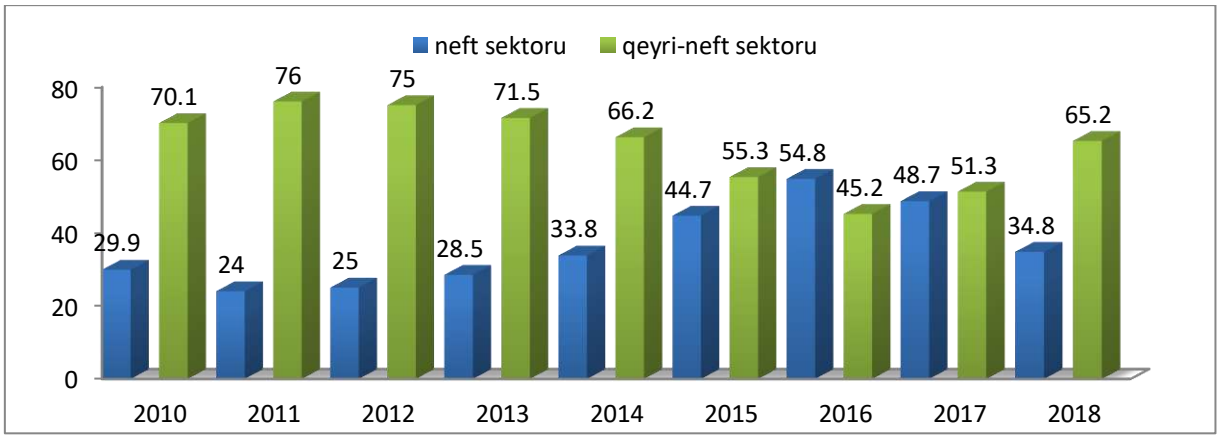
	Bütün maliyyə mənbələri hesabına əsas kapitala investisiyalar	**Neft sektoru**	**Qeyri-neft sektoru**
2010	9905.6	2958.5	6947.1
2011	12799.1	3070.2	9728.8
2012	15407.3	3854.5	11552.8
2013	17850.8	5094.6	12756.2
2014	17618.6	5959.4	11659.2
2015	15957.1	7137.1	8819.9

2016	15772.8	8648.1	7124.8
2017	17430.3	8483.9	8946.4
2018	17244.9	5995.2	11249.7

Mənbə: https://www.azstat.org/portal/search/search.do. (29.03.2020)

Cədvəl 2-yə əsasən, 2010-2018-ci illər ərzində qeyri-neft sektorunda əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların həcmi 2013-cü ildə daha yüksək olmuşdur. Sonrakı 3 ildə həm bütövlükdə iqtisadiyyata, həm də qeyri-neft sektorunda əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların həcmində azalma müşahidə olunmuşdur. Bunun əsas səbəbi kimi həmin dövrdə ölkədə 2 dəfə baş vermiş devalvasiya nəticəsində maliyyə dayanıqlığının müəyyən qədər pozulması, faiz dərəcəsinin yüksək olması, milli valyutaya olan inamın azalması, infliyasiyanın əvvəlki illərə nisbətən yüksəlməsi və risk səviyyəsinin artması hesab edilir. 2010-2018-ci illər ərzində qeyri-neft sektorunda əsas kapitala yönəldilmiş investisiyar 2013-cü ildə maksimum səviyyəyə çatmışdır. Belə ki, 2013-cü ildə qeyri-neft sektoru sahələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiya təxminən 17,8 milyard manat olmuşdur. Bu investisiyaların 85%-ni Fransa, ABŞ, Yaponiya, Norveç, Türkiyə, Rusiya investorlarının sərmayələri təşkil etmişdir. 2014-cü ildən etibarən isə neft sektoruna yönəldilən investisiyaların həcmi artmağa başlamış, qeyri-neft sektoru üzrə isə əksinə azalmağa başlamışdır. Bu proses 2016-ci ilədək davam etmişdir. Ölkədə mövcud olan maliyyə dayanıqsızlığı , neftin qiymətinin dünya bazarında aşağı düşməsi eyni zamanda qlobal maliyyə böhranı nəticəsində bu proses daha da sürətlənmişdir. 2014-cü ildə qeyri-neft sektoru üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiya təxminən 11,6 milyard manat, 2015-ci ildə təxminən 8,8 milyard manat, 2016-cı ildə isə təxminən 7,1 milyard manat olmuşdur. Ölkədə 2014-cü ilin "Sənaye ili" elan edilməsi, investisiyaların həcminin artırılması üçün müxtəlif tədbirlərin həyata keçirilməsi və s. kimi amillər 2017-ci ildən başlayaraq qeyri-neft sektoru üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların artması ilə nəticələndi. Belə ki, 2017-ci ildə qeyri-neft sektoru üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların miqdarı təxminən 8,9 milyard manat təşkil etmişdir. 2018-ci ildə isə bu göstərici təxminən 11,2 milyard manat olmaqla, 2017-ci illə müqayisədə 25,7% çoxdur.

Qrafik 3. Neft və qeyri-neft sektoru üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların xüsusi çəkisi (%)



Mənbə: https://www.azstat.org/portal/search/search.do (29.03.2020)

Ölkənin qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafına və onun ixrac imkanlarının genişləndirilməsinə mənfi təsir göstərən bir sıra problemlər qalmaqdadır və onları aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

- iqtisadiyyatda uzun müddət yanacaq-energetika sektorunun əsas aparıcı qüvvə kimi çıxış etməsi;

- qeyri-neft sektorunun inkişafı etdirilməsi sahəsində həyata keçirilən tədbirlərin icrasında olan ləngimələr;
- perspektivli və potensial inkişafa malik sahələrə, müəssisələrə investisiya qoyuluşlarında səmərəli və güzəştli yanaşma probleminin qalması;
- Ölkədə müasir elmi və intellektual potensialın dağınıqlığı;
- bu sektorda yüksək ixtisaslı, peşəkar mütəxəssislərin, intellektual qabiliyyətli kadrların hazırlanmasının aşağı səviyyəsi;
- innovasiya fəaliyyətinin inkişafını təmin edəcək tənzimləmə mexanizminin və infrastrukturun kifayət qədər inkişaf etməməsi;
- regional inkişafda hələ ki, fərqlərin mövcudluğu və qeyri-neft sənaye müəssisələrinin inkişafının mərkəzə meylliyi;
- məhsul istehsalında material və enerji tutumluğunun səviyyəsinin yüksəkliyi;
- idarəetmə sisteminin və menecmentin peşəkarlıq səviyyəsinin müasir tələblərə cavab verməməsi;
- qeyri-neft sektorunda əsas sahə olan qeyri-neft sənayesində olan texniki və texnoloji bazanın mütərəqqi inkişafdan geriliyi;
- qeyri-neft sənaye müəssisələrinin rəqabətqabiliyyətli, innovasiyayönümlü məhsul istehsalına meylli olmaması;
- qeyri-neft sənaye sahələrinin, müəssisələrinin ixrac potensialının xüsusi çəkisinin tədiyyə balansında, xarici ticarətdə aşağı göstəriciyə malik olması və sair problemlər.

Azərbaycanın qeyri-neft sektorunda davamlı inkişafa nail olmaq və bu sahədə mövcud problemləri aradan qaldırmaq, ayrı-ayrı sahələrin inkişafını təmin etmək üçün qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların fəal cəlb edilməsi, istehsalda müasir texnologiyaların istifadəsinə əlverişli şərait yaradılması və mütərəqqi menecment metodlarının istehsala tətbiqinin stimullaşdırılması, bazara çıxarılan məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılınası, maliyyə bazarlarına çıxış imkanlarının genişləndirilməsi, mövcud qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi, sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə təminatının yaxşılaşdırılması, innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi qeyri-neft sektorunda yuxarıda göstərilən problemlərin həll olunmasına təminat yarada bilər. (Abbasov və Əliyev, 2017).

Nəticə

Məqalədə qeyri-neft sektoru üzrə əsas göstəricilərin təhlili aparılmışdır. Son olaraq qeyd edə bilərik ki, qeyri-neft sektorunun ÜDM-dəki payını, bu sektora yönəldilən investisiyaların miqdarını, qeyri-neft sektorunda yaradılan əlavə dəyərin miqdarını müəyyən qədər qənaətbəxş saymaq olar. Belə ki, Azərbaycan Dünya İqtisadi Forumunun hazırladığı **"**Qlobal Rəqabət Qabiliyyəti 2017-2018" hesabatında 35-ci yeri tutması, eyni zamanda Azərbaycanın "Doing Business 2019" hesabatında 25-ci yeri tutmaqla bərabər, dünyanın ən çox islahat aparan dövləti elan edilməsi bütün bunları söyləməyə əsas verir.

Azərbaycanın beynəlxalq münasibətlər sisteminə inteqrasiyası, yoxsulluğun azaldılması, davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi, ixracın diversifikalaşdırılması yaxın 10-15 il ərzində qeyri-neft sektorunun inkişafından bilavasitə asılı olacaqdır. Qeyi-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi isə bu sektorda istehsal edilən məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasını tələb edir. (Məmmədov, 2012).

Azərbaycanın qarşısında duran əsas vəzifə neft gəlirlərindən səmərəli istifadə etməklə iqtisadi inkişafı stimullaşdırmaq, hazırki və gələcək nəsillərin rifahını təmin etməkdir.

Azərbaycan bugün iqtisadi müstəqilliyini qoruya bilmək,iqtisadiyyatının davamlılığını təmin etmək,dünyaya bazarına səmərəli inteqrasiya olunmaq üçün iqtisadiyyatının şaxələndirilməsinə, sənayedə struktur dəyişikliklərinə, regionların və sahibkarlığın daha da inkişaf etdirilməsinə, qeyri-neft ixracının artırılmasına və qeyri-neft sektorundakı mövcud olan problemləri səmərəli şəkildə aradan qaldırmaqla qeyri-neft sektorunun yüksək inkişafına nail olmağa çalışır,bu istiqamətdə ciddi addımlar atır.

Qeyri-neft sektorunun ənənəvi sektorlarından biri kimya sənayesidir. Kimya sənayesi qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsində xüsusi perspektivə malikdir. Kimya sənayesinin inkişafı üçün bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələr modernləşdirilməli, müasir texnologiyaların tətbiqinə diqqət ayrılmalı, rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalına üstünlük verilməlidir. Kimya sənayesində yüksək və davamlı inkişafı təmin etmək üçün həm kimya sənayesinin sahə və ərazi strukturu,həm də bu sahədə istehsal olunan məhsulların çeşidi təkmilləşdirilməlidir. Mövcud olan sənaye müəssisələri yeni texnoloji avadanlıqlarla yenidən qurulmalı və fəaliyyətləri genişləndirilməli, kənd təsərrüfatının aqrokimyəvi maddələrlə təchiz olunmasında yerli istehsal genişləndirilməli, kimyəvi məhsulların emalının son məhsulun optimal alınma səviyyəsinə kimi dərinləşdirilməsinə, o cümlədən neftin ilkin və təkrar emalına nail olunmalıdır.

Qeyri-neft sektorunun əsas sahələrindən biri də maşınqayırma sənayesidir. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi istiqamətində kompleks tədbirlər görülməlidir. Mövcud maşınqayırma müəssisələrinin yeni texnologiyalarla təmin edilməsi, elmi-texniki potensialdan istifadənin səmərəliliyinin təşkil edilməsi, bu sahədə müasir sertifikatlaşdırma və standartlaşdırma qaydalarının və ekoloji standartların tətbiq edilməsi və s.bu sahədə görüləcək mühüm tədbirlərdəndir.

Metallurgiya qeyri-neft sektorunda perspektivli sahələrdən hesab olunur. Metallurgiya müəssisələrində dəmir filizi hasilatından polad istehsalına qədər mərhələləri özündə əks etdirən istehsal kompleksinin yaradılması,ölkədə alüminiumdan, digər əlvan metallardan və onların qırıntılarından son məhsul istehsalının genişləndirilməsi, rəqabətqabiliyyətli və ixrac oluna bilən metallurgiya sənayesi məhsullarının istehsalının stimullaşdırılması,yeni yataqların tədqiqi, kəşfiyyatı və işlənməsi bu sahədə yüksək iqtisadi artımı təmin edər.

Məqalədə Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun inkişafının ətraflı tədqiqi əsasında qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi istiqamətində aşağıdakı tövsiyyə xarakterli təkliflər irəli sürülmüşdür:

- Qeyri-neft sektorunda investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində zəruri olan tədbirlər həyata keçirilməli və investisiya riskləri azaldılmalıdır;
- Yüksək texnologiyalı və elmtutumlu məhsulların istehsalının və ixracının stimullaşdırılmasına yönəldilmiş tədbirlər həyata keçirilməlidir;
- Müasir dövrdə bütün dünyada insan kapitalının inkişafına böyük dəhəmiyyət verilir. Bizim fikrimizcə ölkəmizdə uzunmüddətli dövrdə inkişafı təmin etmək üçün neft gəlirlərinin bir hissəsi insan kapitalının inkişafına yönəldilməlidir;
- Qeyri-neft məhsullarının xarici bazarlara çıxarılması ilə bağlı effektiv marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsinə də böyük ehtiyac vardır. Bu məqsədlə müxtəlif yarmarka və sərgilərin təşkili və həmin məhsulların xarici bazarlara hərəkəti dəstəklənməlidir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Arif Şəkərəliyev, Qoşqar Şəkərəliyev (2016) . Azərbaycan iqtisadiyyatı: reallıqlar və perspektivlər. Bakı: «Turxan» NPB, 39-73
2. İbad Abbasov , Tərbiz Əliyev (2017), "Qeyri-Neft Sənayesinin İqtisadiyyatı", Dərslik, Bakı "Elm və Təhsil", 44-45
3. Məmmədov İqbal (2012), "Qeyri-neft sektorunun inkişaf istiqamətləri" Bakı, "Appastroff", 11-15
4. Osman Nuri Aras , Elçin Süleymanov(2010) "Azərbaycan İqtisadiyyatı" Bakı, 210-223.
5. Osman Nuri Aras, Elçin Süleyman, Ayaz Zeynalov "Azərbaycan Respublikasında qeyri-neft sektoru üzrə idxal-ixracın mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi" Qafqaz Universiteti Jurnalı, Nömrə 29, 2010.
6. Mikayılova N.Y. (2018), "Azərbaycan iqtisadiyyatı" (dərslik) Bakı: "Müəllim" nəşriyyatı, 105-110
7. "Azərbaycanın Qeyri-Neft Sektorunun İnkişaf Perspektivləri"(25-26 Aprel 2019-cu il) Respublika Elmi Konfransinin Materialları
8. Nüşabə Mehdiyeva (2019) "Azərbaycanda Qeyri-Neft İqtisadiyyatının İnkisaf Dinamikasının Qiymətləndirilməsi" , İpək Yolu, No.1, 39-46
9. Şəfa Əliyev(2018), "Azərbaycan iqtisadiyyatı", Dərslik, 178-181
10. https://www.stat.gov.az
11. https://economy.gov.az

Dünya Neft Bazarının İnkişaf İstiqamətləri

Yılmaz Yediyarov

yilmaz.yediyarov.1997@mail.ru

Xülasə

Hazırda 4 mindən çox beynəlxalq hökumətlərarası təşkilatlar mövcuddur. Onların qlobal iqtisadiyyatdakı rolunu qiymətləndirmək çətindir.

Gec-tez dövlət qarşılıqlı kömək məqsədi daşıyan qarşılıqlı fəaliyyətin, qarşılıqlı yardım, habelə müxtəlif fəaliyyət sahələrində ümumi problemlərin həlli: siyasi, iqtisadi, mədəni, hüquqi, elmi-texniki və s. qarşısında durur.

Məsələn, beynəlxalq ticarətin asanlaşdırılması ilə əlaqəli problemlərin həlli üçün, dünya ərzaq probleminin həlli üçün - Qida və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı (FAO) və beynəlxalq məskunlaşma problemlərinin həlli üçün BVF - Tariflər və Ticarət haqqında Baş Saziş - GATT (ÜTT) yaradıldı.

Beləliklə, 1950-ci illərin sonlarında Neft İxrac edən Ölkələr Təşkilatının (OPEC) yaranması qlobal iqtisadiyyatın inkişafının məntiqi yolu idi. OPEC, vəzifəsi və əsas məqsədi üzv ölkələrin neft siyasətini əlaqələndirmək və birləşdirmək olan könüllü hökumətlərarası iqtisadi bir təşkilatdır. OPEC, OPEC üzvü olan ölkələr üçün zərərli nəticələrə səbəb olan neft qiymətindəki dalğalanmaların qarşısını almaq üçün dünya və beynəlxalq neft bazarlarında neft məhsullarının qiymətlərini sabitləşdirmək üçün yollar axtarır. Əsas məqsəd, üzv ölkələrə neft sənayesinə yatırımlarını qazancı ilə qaytarmaqdır. Müasir şəraitdə OPEC, dünya bazarının qiymətlərini təyin edərək tənzimlənməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

OPEC üzvü olan ölkələr dünyanın neft ehtiyatlarının təxminən 2/3-nə nəzarət edir. Bunlar dünya istehsalının ~ 35% və ya dünya neft ixracatının yarısını təşkil edir. OPEC ölkələrinin sübut edilmiş neft ehtiyatları hazırda 1,199,71 milyard barel təşkil edir.

Açar sözləri: neft, ixrac, yanacaq-enerji

Giriş

OPEC üzvü olan ölkələrin enerji və neft nazirləri ildə iki dəfə beynəlxalq neft bazarını qiymətləndirmək və gələcək inkişafını proqnozlaşdırmaq üçün görüşürlər. Bu yığıncaqlarda bazarın sabitləşməsi üçün görülməsi lazım olan tədbirlər haqqında qərarlar verilir. Bazar tələbindəki dəyişikliklərə uyğun olaraq neft istehsalındakı dəyişikliklər barədə qərarlar OPEC konfranslarında qəbul edilir.

Təşkilatın ali orqanı, bir qayda olaraq, ildə 2 dəfə çağırılan iştirakçı ölkələrin Konfransıdır. Konfrans yeni üzvlərin qəbulu haqqında qərar qəbul edir, İdarə Heyətinin tərkibini, büdcə və maliyyə hesabatını təsdiq edir, İdarə Heyətinin sədri, Baş katib, müavinləri və auditoru təyin edir.

İdarəetmə Şurası konfrans üçün məsələlər hazırlayır, daimi qurum olan Katibliyin işinə rəhbərlik edir. Katiblik araşdırma aparır və İdarə Heyəti və Konfrans üçün təkliflər hazırlayır, qəbul edilmiş qərarların icrasına nəzarət edir, OPEC-in illik büdcələrinin layihələrini tərtib edir. İnzibati, iqtisadi, hüquqi, informasiya və texniki şöbələrdən ibarətdir.

Dünya Neft Bazarının Yaranması

Dünya yanacaq istehlakının strukturunda neft birinci yeri tutur - təxminən 30% və bu göstəricinin gələcək illər üçün qorunacağı proqnozlaşdırılır. Qaz və kömür yağın bir çox faydalı xüsusiyyətlərinə malik deyildir - yağ nəql etmək üçün əlverişlidir, yüksək kalorifik əhəmiyyətə malikdir. Beləliklə, yanacaq-enerji kompleksinin (FEC) strukturunda bu qədər əhəmiyyətli yeri tutan neft ayrı-ayrı ölkələrin, bölgələrin və bütün dünyanın iqtisadiyyatına böyük təsir göstərən amildir. Etibarlı neft

ehtiyatları 139 milyard ton neft ekvivalenti təşkil edir. Qeyri-ənənəvi mənbələrdən ehtimal olunan neft ehtiyatları - şist və bitum qumları 750 milyard ton təşkil edir. Hazırda neftin əhəmiyyətli bir hissəsi şelfdə - Fars körfəzi, Şimal dənizi, Meksika körfəzi və Xəzərdə istehsal olunur.

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra ən böyük yataqlar Ərəb ölkələrində, İranda, İraqda, eləcə də Şimali Afrika ölkələrində, Nigeriyada, Cənub-Şərqi Asiyanın, Meksikanın, Alyaskanın və Şimali Dənizin rəflərində aşkar edildi. Neftin əsas idxalçıları Avropa, Yaponiya, ABŞ ölkələridir. Neft İxrac edən Ölkələr Təşkilatı (OPEC) qlobal neft bazarında əhəmiyyətli bir qüvvə kimi çıxış edərək, tədarük və qiymətlərə böyük təsir göstərir. Əvvəlcə bu təşkilat, iştirak edən ölkələr tərəfindən xam neft satma siyasətini əlaqələndirmək məqsədi daşıyırdı. OPEC 1960-cı ildə qurulmuş, 12 üzvdən ibarətdir - Əlcəzair, Qabon, İndoneziya, İran, İraq, Küveyt, Liviya, Nigeriya, Qətər, Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Venesuela, Ekvador (təşkilata 1973-cü ildə qoşulmuş və 1992-ci ildə tərk etmişdir).

1950-ci illərin sonlarında hasil olunan neftin həcmi daha çox tələbata sahib idi. Neft şirkətləri tərəfindən nəzarət edilən neftin qiyməti aşağı düşdü və qiymətin düşməsi ilə ixracatçı ölkələrin mənfəət həddi azaldı. OPEC qiymətlərin düşməsinə cavab olaraq ortaya çıxdı. OPEC-ə üzv olmaqdan əlavə, bəzi ölkələr bu ölkələrə çox böyük fayda gətirən dağ-mədən və emal neft sənayelərini milliləşdirdilər. 70-ci illərdə OPEC-dən kənar ölkələr tərəfindən dünya bazarında neft istehsalı və tədarükü azaldı. Təşkilat fürsəti əldən vermədi. Təklif qiymət artımını uğurla həyata keçirmək üçün OPEK-in əlində kifayət qədər həcmdə cəmləndi - qiymətlərdə 15 qat artım baş verdi (Şəkərəliyev, 2009:95).

1973 ucuz neft dövrünün sona çatdı. Qiymət artımı dünya iqtisadiyyatını şoka saldı. Əlbəttə, böhran dünya iqtisadiyyatında tənəzzülə səbəb oldu, lakin bunun müsbət tərəfləri də var idi. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə o zaman digər enerji mənbələrinin axtarışı başladı, enerjiyə qənaət edən texnologiyalara keçildi, aydın oldu ki, artıq bu mənbədən məhdudiyyətsiz bir şey çıxarmaq olmaz. Ölkələr yanacaq və enerji balansındakı neft nisbətini azaltmağa başladılar. Neft tələbi azaldı, ancaq OPEC ölkələri böyük qazanc əldə etdilər. 1978-ci ildə dünya bu dəfə İrandakı inqilab nəticəsində yeni bir böhran keçirdi. Bu ölkədə neft istehsalı kəskin şəkildə aşağı düşdü və İran əsas istehsalçılardan biri olduğundan yenidən istehlakçılar arasında çaxnaşma başladı. 1973-cü il hadisələri təkrarlandı, istehlakçılar arasında riyakarlıq əlavə edildi, qiymətləri bir dəfə artırdı.

İran və İraq arasındakı müharibə, neft tədarükünü bir daha azaltması, qiymətlərin artmasına əlavə təkan verdi. 1980-ci ilin sonlarında xam neftin qiyməti 10 il əvvəllə müqayisədə 19 dəfə yüksək idi. Bununla yanaşı, digər ölkələr də neftin tədarükünə qoşuldu - Şimali Dəniz hövzəsi ölkələri, Meksika, Braziliya, Misir, Çin və Hindistan, qiymətlərin aşağı düşməsinə səbəb oldu və 1986-cı ildə bir barel neftin qiyməti 9 dollara başa gəldi. Keçmiş SSRİ məhsulları 11.42 milyon barelə çatdı gündə 1989-cu ildə, bu il dünya istehsalının 19,2% -ni təşkil edir. OPEC ölkələri tərəfindən qiymətlərə nəzarətin digər bir taktiki, hər bir ölkənin nə qədər neft hasil edəcəyinə nəzarət edən neft hasilatı üçün "tavan" yaratmaqdır. 1980-ci ildə bəzi ölkələr həddən artıq məhsul istehsalına və qiymətlərin aşağı düşməsinə səbəb olan bu rəftara məhəl qoymadılar. Böyük neft ehtiyatlarına görə OPEK ölkələri dünya bazarında önümüzdəki gələcək üçün əhəmiyyətli bir qüvvə olaraq qalacaqlar.

Bu yaxınlarda London İmperial Kollecində Depressiya Təhlili Mərkəzi-ODAC ilə əlaqəli Problemlərin Təhlili Mərkəzinin fövqəladə iclası keçirildi. OPEC-dən fərqli olaraq ODAC böhranın səbəbini neft istehsal edən ölkələrin siyasətində deyil, dünya miqyasında qara qızıl ehtiyatlarının tükənməsində görür.

Neft bərpa olunmayan bir qaynaqdır, ehtiyatları gec-tez tamamilə tükənəcəkdir. Sual fərqlidir: neft ehtiyatlarının azalmasının həqiqətən onun təklifinə təsir göstərəcəyi anı necə müəyyənləşdirmək olar. Bu sualın cavabı, Hubbert zirvələrinin sözdə qiymətləndirilməsi ilə əlaqədardır. Shell-in geoloqu və neft ehtiyatlarının azaldılması sahəsində əfsanəvi mütəxəssis olan doktor King Hubbert 1956-cı ildə ABŞ-da neft hasilatının 1970-ci illərin əvvəllərinə qədər maksimuma çatacağını, bundan sonra tədricən azalacağını proqnozlaşdırmışdı. O zaman onun proqnozları bir-birinə zidd görünürdü, lakin tarix tezislərinin doğruluğunu sübut etdi. Öz nəzəriyyəsinə əsaslanaraq, Habert, yeni bir yatağın işlənməsinin ilk mərhələlərində ən sərfəli və ucuz neft çıxararkən neft hasilatında sürətli bir artım olduğunu qeyd etdi. Sahə daha da inkişaf etdikcə neft hasilatı daha bahalı olur. Bu yataqdan hasil olunan neft digər sahələrin məhsullarına nisbətən rəqabət qabiliyyətini itirir və tədricən həcmləri azalmağa başlayır. Neft istehsalının dinamikasını təsvir edən zəng şəklində əyri, sadəcə "Hubbert zirvəsi" adını aldı.

ODAC mütəxəssisləri hesab edirlər ki, növbəti onillikdə qlobal neft hasilatı ən yüksək səviyyəyə yüksələ bilər (Авдокушин, 2005:129).

Beynəlxalq Agentliyin Ümumdünya Enerji Baxışı bunu bildirir mövcud neft ehtiyatları ən azı 2020-ci ilə qədər davam edəcəkdir. Rene Dahan (ExxonMobil-in liderlərindən biri) hesab edir ki, daha 70 il ərzində dünya neft bazarında heç bir çətinlik olmayacaqdır. Neft sənayesi artıq yeniliyə milyardlarla dollar xərcləyib və indi neft hasilatının həcminə əsaslı təsir göstərəcək yeni bir texnologiya təsəvvür etmək çətindir. Optimistlər hesab edirlər ki, neft istehsalındakı innovasiya inqilabı yalnız alovlanır. Mövcud texnologiyalar hələ də yataqdan ümumi artımın 30-35% -dən çox olmamasına imkan verir. Optimist analitiklər gələcək onillikdə sahənin ümumi bərpasının 50-60%-ə qədərini çıxarmaq üçün texnologiyaların olacağını gözləyirlər. Beynəlxalq Enerji Agentliyinin mütəxəssislərinin fikrincə, yeni texnologiyalara qoyulan investisiyalar lazımi səviyyədə saxlanılarsa, yaxın iki onillikdə dünya neft hasilatının zirvəsindən qaçmaq mümkün olacaqdır. Əlbətdə ki, bunun üçün kifayət qədər vəsait tələb olunur: OPEC-ə üzv olmayan neft hasil edən ölkələrin hesablamalarına görə, növbəti on ildə investisiya həcmi 1 milyard dollar təşkil etməlidir.

OPEC-ə üzv ölkələrin mövcud xammal bazası ən böyük idxal edən ölkələrin xammal bazasını xeyli üstələyir. Beləliklə, OPEC-ə üzv ölkələrin bağırsaqlarında etibarlı neft ehtiyatları ABŞ ehtiyatlarından 43 dəfə, Qərbi Avropa ölkələrindən 53 dəfə, Çindən 56 dəfə və Hindistandan 150 dəfə çoxdur. OPEC qaz ehtiyatlarına nisbətən daha az optimistdir. Kartel üzvü olan ölkələrin bu ehtiyatları ABŞ-ın ehtiyatlarını 16 dəfə, Qərbi Avropa ölkələrini 15 qat, Çin demək olar ki, 40 qat, Hindistan 80 qat və Rusiya, ən böyük rəqiblərdən ən əhəmiyyətlisi olaraq cəmi 1.9 qat üstələyir.

OPEK proqnozlaşdırılan qlobal ehtiyatlarda üstünlük təşkil edir.

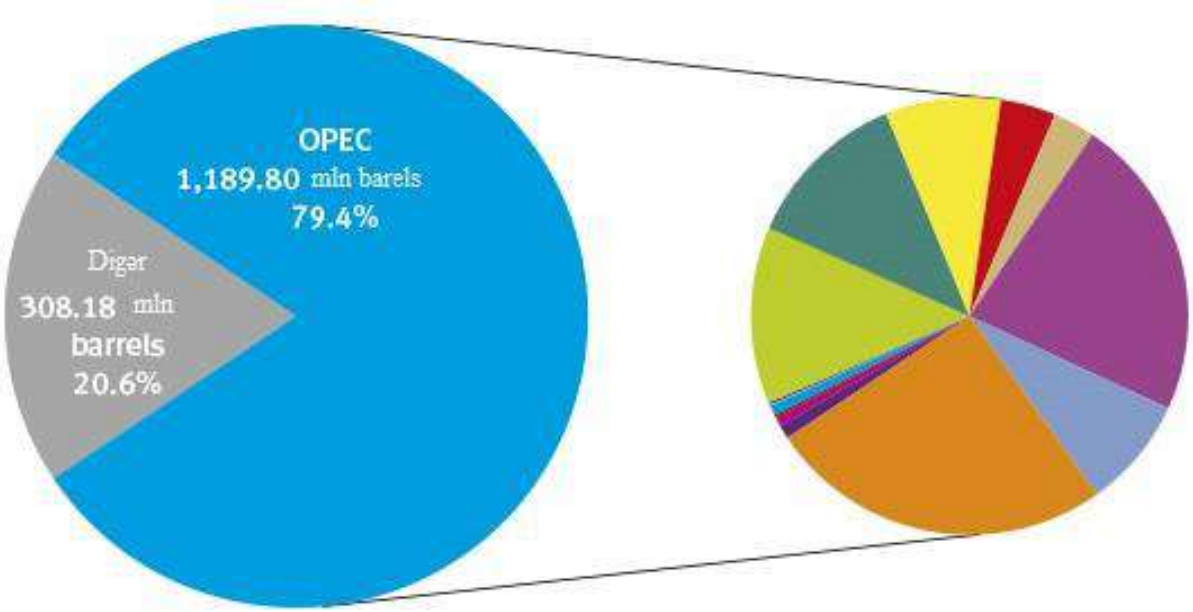
Cədvəl 1. OPEC-ə üzv ölkələrin 2016-2018-ci illərdə etibarlı neft ehtiyatları (milyard tonda)

OPEC üzv ölkələri	Etibarlı neft ehtiyatları (milyard ton)		
	2016	2017	2018
Əlcəzair	5,1	9,2	12.2
İran	78.1	98.0	155.6
İraq	94.3	108.9	145.02
Küveyt	90.9	99.6	101.50
Liviya	23.8	32.9	48,36
Nigeriya	11.3	23,3	36.97

Səudiyyə Ərəbistanı	190.3	230,4	267.03
Venesuela	199.9	221.3	302.81
Cəmi OPEC	**54.5**	**73.1**	**123,4**

Mənbə: Link: https://www.opec.org/opec_web - 2019

Sxem 1. OPEC-ə üzv ölkələrin 2018-ci ildə etibarlı neft ehtiyatları (milyard tonda)



Mənbə: https://www.opec.org/opec_web - 2019

Mövcud hesablamalara görə, dünyada sübut edilmiş neft ehtiyatlarının 79,4% -i OPEC üzvü olan ölkələrdə yerləşir, Yaxın Şərqdəki OPEC neft ehtiyatlarının böyük hissəsi, OPEC-in 64.5% -ni təşkil edir.

OPEC Üzv Dövlətləri son illərdə öz neft ehtiyatlarına, məsələn, sənayedə ən yaxşı təcrübələri tətbiq etmək, intensiv tədqiqatlar aparmaq və yaxşılaşdırılmış qazıntılar etməklə əhəmiyyətli dəyişikliklər etdilər. Nəticədə, OPEC-in təsdiqlənmiş neft ehtiyatları hazırda 1,189,80 milyard barel səviyyəsindədir.

OPEC-ə üzv ölkələrin sübut edilmiş neft ehtiyatları ilə təmin olunma dərəcəsinin nə qədər yüksək olduğunu qiymətləndirərək, təsdiqlənmiş ehtiyatlarını qiymətləndirərkən ayrı-ayrı OPEK ölkələri adətən ehtiyatlarının ümumi ölçüsünü artıraraq məlumatları dəyişdirdiklərinə diqqət yetirmək olmaz. Beləliklə, Səudiyyə Ərəbistanı və Küveyt məlumatlarını 50%, İran 60%, BƏƏ - təxminən üç dəfə, Venesuela isə 2018-ci ildə demək olar ki, iki qat artırdı. Nəticədə dünya ehtiyatlarının 30% -dən az olmaması faktiki olaraq artdı.

Beynəlxalq Enerji Agentliyinin son məlumatına görə, 2007-ci ildə 1996-cı illə müqayisədə ümumi neft hasilatı gündəlik 2.3 milyon barel artdı. Təchizat 2007-ci ildə 3,3% artmışdır. Əsas gəlirlər Yaxın Şərqdən (əsasən OPEK ölkələrindən), Karib dənizindən və Latın Amerikasından gəldi. Şimali Amerika və Avropadakı məhsullar, Norveç və İngiltərədə məhsullarda dəyişiklik olmasına baxmayaraq, demək olar ki, dəyişməz qaldı. Afrika məhsulları 4.8% artdı, MDB ölkələrinin məhsulları da artdı.

Yaxın Şərqdə istehsal 4.9% artdı və bütün bu artımı, BMT-nin neft üçün ərzaq proqramını izləyən İraqın payına düşür.

Şimali, Mərkəzi və Cənubi Amerika, ABŞ məhsulları bir az düşdü, yalnız 0.6% Kanada məhsulları bir az artdı. Meksika və Venesuelada neft hasilatı əhəmiyyətli dərəcədə artaraq gündə əlavə 370 min barelə çatdı. Meksikada mədən əsasən ərəf hesabına böyüyür, Braziliyada mədən də artdı. Karib və Latın Amerikasında ümumi hasilat gündə 570 min barel, yəni 5.8% artdı.

Afrikada neft istehsalının artması neft bazarına təsir göstərən vacib amillərdən biri idi. Bu bölgədən neft tədarükü gündə 325 min barel və ya 4,8% artmışdır. Bu məbləğin çox hissəsi Nigeriya və Liviya - OPEC ölkələrindən gəlir.

Qərbi Avropa. Ümumiyyətlə, bu bölgədəki vəziyyət 1996-cı ildən bəri çox dəyişmədi, lakin Norveç və İngiltərədə istehsal səviyyəsində bəzi dəyişikliklər baş verdi. İngiltərə istehsalı 0.8% azaldı; Norveçdə isə əksinə 1,5% artdı.

MDB və Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri. Rusiya neft hasilatını artırdı. Qazaxıstan da hasilatı bir qədər artırdı - gündə 66 min barel. Tengiz yatağının genişləndirilməsi ilə əlaqədar daha da artım gözlənilir. Çıraq yatağının istismarı layihəsi çərçivəsində Azərbaycanın da hasilatı artıracağı gözlənilir. Şərqi Avropada vəziyyət çox da dəyişmədi (Şəkərəliyev, 2009:37).

Yaxın və Orta Şərq. Bu bölgə əsas neft istehsalçısı rolunu oynayır: ixrac gündə 950 min barel artdı. Səudiyyə Ərəbistanı və Qətər kvotalarda artım əldə etdi. Lakin ixracatın böyük artması neftin qiymətinin daha da aşağı düşməsinə səbəb ola bilər. İran bölgədəki kvotaların artırılmasından yararlana bilməyən yeganə dövlətdir. Yemək üçün yeyinti proqramının yenidən qurulmasından sonra İraq neft hasilatını təxminən iki dəfə artırdı - gündə 1.15 milyon barel. Əsas gəlirlər Çin (2,2%), Hindistan (2,7%), Malayziya (2,7%) və Avstraliyadır (6,7%). Çin dənizdə yaxşı hasilatla neft hasilatına başladı, lakin ərəf məhsuldarlığının aşağı olması səbəbindən orta hasilat azaldı.

Beləliklə, ümumilikdə dünyada Yaxın Şərq ölkələrinin istehsalı artır, qalan bölgələrdə istehsal əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmir və ya ümumiyyətlə dəyişmir. Neft qiymətləri ixracatçı ölkələr arasında narahatlığa səbəb olan güclü enmə tendensiyasını göstərir. Bəzi ekspertlər hazırki vəziyyəti 1986-cı ilin təkrarı kimi görürlər. 1986-cı ildə Səudiyyə Ərəbistanı qiymətlərin düşməsinə öz töhfəsini verərək ixracını iki dəfə artırdı. Lakin sonra OPEC üzvləri hərəkətlərini sürətlə əlaqələndirdilər və neftin qiymətini 1986-cı ilin avqustunda bir barel üçün 9 dollardan 1987-ci ilin fevralında 18.5 dollara qədər bərpa etməyə müvəffəq oldular. yağ. Bu dövr ilə indiki arasındakı əsas fərq budur. Qiymətlərlə birlikdə nə olacağını söyləmək çətindir. "Ümumi dünyagörüşü olduqca pessimistdir" deyirlər ekspertlər. "Qlobal böhran tələbin azalmasına, ABŞ iqtisadiyyatında yavaşlama ilə nəticələndi və bu da tələbi azaldır."

Az tələbat probleminə həddindən artıq istehsal problemi əlavə olunur. Belə bir şəraitdə bir çox şirkət fəaliyyətlərini dayandırır, bir çoxu geri qalır və Ar-Ge layihələrinə investisiya qoymağı dayandırır, lakin bəziləri sabitdir və inkişaf tempini yavaşlatmaq niyyətində deyil. Çox güman ki, bu vəziyyət OPEC-in neft ixracını azaltmasına və ya neftə tələb artana qədər davam edəcəkdir (Голованова, 2009: 34).

Qlobal Neft Bazarında Dəyişiklik

Qlobal neft bazarında dəyişiklik baş verir. Son beş ildə dünyada neft istehlakı 7,5% artmışdır. Böyümə lideri Asiya-Sakit Okean bölgəsi idi. Beş il ərzində neft istehlakını ildə 94 milyon ton artıran Çin,

dünya neft istehlakının 31% artımını təmin etdi. Beş il ərzində sənayeləşmiş ölkələr neft istehlakının artımının 29% -ni təşkil edirdi. İnkişaf etmiş ölkələr arasında istehlak artımında lider ABŞ, Yaponiya, Almaniya və İtaliya isə neft istehlakını azaltdı.

2003-cü ildən bəri istehsal edən ölkələr sürətlə artan tələbatı ödəmək üçün neft hasilatı və ixracına qoyulan məhdudiyyətləri təsirli şəkildə qaldırdılar. Rusiyada, Səudiyyə Ərəbistanında, habelə Xəzəryanı ölkələrdə neft hasilatının artması əsasən siyasi, bəzən hərbi-siyasi və texnoloji səbəblərdən qaynaqlanan Şimal dənizində, ABŞ-da, Venesuelada, İraqda və İndoneziyada hasilatın azalması ilə qismən əvəz edilmişdir.

Beynəlxalq strukturların proqnozlarına görə, neftin qlobal idxalı və ixracı gələcəkdə aşağıdakı kimi görünə bilər. 2001-2025-ci illərdə Şimali Amerika neftinin Fars körfəzindən idxalı ikiqat artacaq. Şimali Amerikadan xam neft idxalının əsas artımı Venesuela, Braziliya, Kolumbiya və Meksika, daha sonra Nigeriya, Angola və digər Qərbi Afrika ölkələrinin hesabına olacaq. Xeyli miqdar Karib dənizindən Şimali Amerikaya gətiriləcəkdir. Qərbi Avropada neft idxalı durmadan artacaq, Şimal dənizində hasilat azalır. Bunun müqabilində bölgə Xəzər dənizindən artan neft ala biləcək. Nəhəng resurs potensialına malik Xəzər bölgəsi son vaxtlar karbohidrogen xammalı ilə dünya ticarətində güclü yer tutdu.

Mövcud istehlak səviyyəsindən (gündə təqribən 96 milyon barel), sübut edilmiş neft ehtiyatları ən yaxşı halda 2080-ci ilə qədər davam edəcəkdir.

Neft, yaxın gələcəkdə dünya iqtisadiyyatının gələcək inkişafı ilə əlaqədar istehlakı durmadan genişlənən aparıcı enerji mənbələrindən biri olaraq qalır və olacaqdır. Eyni zamanda, kimya sənayesi üçün xammal kimi neft məhsullarının istifadəsi artır, bu, karbohidrogenlərin birbaşa enerji istifadəsindən daha səmərəlidir.

Neft bütün inkişaf etməkdə olan ölkələrin ümumi ixrac dəyərinin 20% -dən çoxunu təşkil edir. Üstəlik, bu qrupdan olan dünyanın bir sıra ən böyük neft tədarükçüləri üçün onun ixracdakı payı həmişə çox əhəmiyyətli idi və 2012-ci ildə, məsələn, Nigeriyada bu, təxminən 96, Anqolada - 91, İran və Omanda - 90, Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində - 78, Səudiyyə Ərəbistanı - 73, Liviya - 77, Venesuela - 65, Meksika - 33, İndoneziya - 24% olmuşdur. Xaricdə sadalanan inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün son illərdə ümumi ixracda neftin payının artması xarakterikdir (Гурвич, 2006:50).

Neft 118-dən çox ölkə və ərazilər tərəfindən alınır, bunlardan 70 ölkə hər biri 1 milyon tondan çox idxal edir. Bununla birlikdə, yalnız 30 ölkə nisbətən böyük neft alıcılarıdır, hər il 10 milyon tondan çox idxal edir. Bununla birlikdə, neftə olan tələbatın dinamikası, hər biri ildə 50 milyon tondan çox satın alınan yalnız 10 sənayeləşmiş ölkə tərəfindən formalaşır. Ən böyük neft alıcıları siyahısına ABŞ (dünya idxalının 21,6% -i) və Yaponiya (13,8%) başçılıq edir. Buraya, təxminən 65% təşkil edən Qərbi Avropa ölkələri (Almaniya, İtaliya, Fransa, İspaniya və Böyük Britaniya) və Asiyanın yeni inkişaf etmiş ölkələrinin iki nümayəndəsi - Koreya Respublikası (4.6%) və Sinqapur (3.2) daxildir.

Orta müddətli dövrdə dünya neft axınlarındakı əsas dəyişikliklər tələbin əsas artımının Asiya ölkələrindən (xüsusilə Çin və Hindistan) gözlənildiyi və hasilatın əsas artımının Afrika ölkələrindən (Nigeriya, Əlcəzair) və Rusiyadan gözlənildiyi ilə əlaqələndirilə bilər. Xüsusilə, ABŞ son zamanlar Rusiya və Afrika ölkələrindən böyük həcmdə neft idxalının mümkünlüyünü nəzərdən keçirir. Bənzər bir tendensiya Qərbi Avropada əsas tendensiya olacaq.

Hal-hazırda neft və neft məhsullarının faktiki tədarükü ilə ticarət əməliyyatlarının payı birjadakı əməliyyatların ümumi sayının 5% -dən az, üstünlük təşkil edən hissə (təxminən 95%) kağız müqavilələri ilə mübadilə əməliyyatlarıdır. Çox hissəsi bunlar sırf spekulyativ əməliyyatlar və hedcinq müqavilələridir (qiymət risklərindən sığortalanma). Nəticədə, neft mübadiləsi əməliyyatlarının ümumi miqyası çox vaxt faktiki sövdələşmələrin səviyyəsini dəfələrlə üstələmir, lakin bir çox hallarda dünya neft ticarətinin real həcmindən dəfələrlə çoxdur.

Dünyadakı neft hasilatının 3/4 hissəsini təmin edən ən böyük neft ixracatçısı olan inkişaf etməkdə olan ölkələr, son dərəcə ədalətsiz hesab edərək, bu neftin satışından əldə edilən gəlirin bölüşdürülməsinin mövcud dünya qaydalarından məmnun deyildilər (Гусова, 2010:167).

Ümumilikdə qlobal neft bazarı nisbətən yüksək konsentrasiya və inhisarçılıq ilə xarakterizə olunur: son 24 ildə ən böyük 24 neft şirkəti (12 istehsal və 12 emal) dünya istehsalının təqribən 61% -ni və neft emalı 45% -ni təşkil edir. Bu fakt təsadüfi deyil. Bu cür şirkətlərin həm öz vəsaiti hesabına, həm də cəlb edilmiş kapital hesabına zəruri irimiqyaslı investisiyaların uğurla həyata keçirilməsi üçün müqayisəsiz dərəcədə daha geniş imkanlara sahib olması vacibdir. Xüsusiyyətləri, xüsusən də neft yataqlarının axtarışı, kəşfiyyatı və sonrakı neft hasilatı şirkətlərin getdikcə daha da genişlənməsini tələb etdiyini iddia etmək olar.

Müqayisəli təhlil göstərir ki, Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Küveyt və Yaxın Şərq bölgəsindəki digər ölkələrdə nisbətən asanlıqla mövcud olan neft ehtiyatlarının istehsal xərcləri ən aşağıdır.

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Dissertasiyanın yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

İqtisadiyyat bir ölkənin, bölgənin, beynəlxalq təşkilatın dünyadakı siyasətini təyin edir. Lakin iqtisadiyyatın özü də bir çox amillər, səbəblər, yerlər tərəfindən müəyyən edilir. İqtisadiyyatı müəyyən edən və onun siyasəti ilə ən vacib amillərdən biri xammal və xüsusən yanacaq amildir. Müasir cəmiyyət çox miqdarda enerji istehlak edir, buna görə də enerji mənbələrinə daha az maraq göstərir.

Nəticə

Maliyyə bazarlarında, o cümlədən neft bazarında adi kiçik möhtəkirlərlə yanaşı, hedc fondları da mühüm rol oynamağa başladı.

OPEC-in daim hedc fondları ilə danışıqlar aparmağa çalışdıqlarını, lakin buna baxmayaraq kartel qiymət artımını stimullaşdırmaq və neft bazarında təklif profisitini azaltmaq iqtidarında olmadığını və investorların fikirləri pisləşdiyini söylədi.

Beləliklə, deyə bilərik ki, neft bazarında qiymətlərin əsas növləri vurğulandı: maya dəyəri + qiymət, netback qiyməti, neft-neft qiymətləri, səhmlərin qiyməti. Bundan əlavə, neft bazarının qiymətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən oyunçular və amillər müəyyən edildi: spekulatorlar, OPEC, şist şirkətləri, hedc fondları, qlobal maliyyə bazarındakı digər əsas oyunçular və dolların məzənnəsi. Bundan əlavə, riskləri minimuma endirmək üçün bir neçə variant təklif edildi.

Ədəbiyyatlar

1. Şəkərəliyev A.Ş., (2009) "Dünya iqtisadiyyatı və beynəlxalq iqtisadi münasibətlər". Bakı., 314 səh.
2. Авдокушин Е.Ф., (2005) «Международные экономические отношения». М.: «Юристъ», 305 стр.
3. Ахмедов И.А., (2006) «Нефтяной блеск экономики». Баку, 208 стр.
4. Голованова С.В., (2009) «Мировой рынок нефти и газа». М.: Современная экономика, 267 стр.
5. Гурвич Е. Формирование и использование стабилизационного фонда. Вопросы экономики, № 4, 2006, стр.34-50
6. Гуревич А. Политика и пироги с нефтяной начинкой или политические игры как отражение битв за нефть и газ // Вестник.- 1998- №7 стр.52
7. Гуревич А. Политика и пироги с нефтяной начинкой или политические игры как отражение битв за нефть и газ // Вестник.- 1998- №7, стр. 63-65
8. Гусова З.И., (2010) «Международно-правовые вопросы деятельности ОПЕК». М.: Современная экономика, 287 стр.

İstehsalat Sahəsində Fəaliyyət Göstərən Kiçik Və Orta Sahibkarliq Subyektləri Üçün Maliyyə Hesabatlarinin Tətbiqinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili

Mahmudov Şamil

samil.mahmudov.1997@mail.ru

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi ölkə iqtisadiyyatının təməl hissələrindən biri hesab olunan istehsal sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin inkişaf istiqamətlərinin araşdırılması , İstehsal sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün mühasibat(maliyyə) hesabatlarının tətbiq ilə bağlı olan çatışmazlıqların öyrənilməsi, mövcud problemlərin aradan qaldırılması yollarının araşdırılması, onların təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun şəkildə uçot siyasətinin qurulmasına mane olan amillərin araşdırılmasında ibarətdir.Sahibkarlığın inkişafi qədər onlarda tətbiq edilən uçot siyasəti və maliyyə hesabatlarının inkişaf etdirilməsi, müasir dövrümüzün tələblərinə cavab verən və beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun şəkildə hazırlanması da vacibdir. Maliyyə hesabatlarının məlumatlarından müəssisənin müxtəlif bölmələrində təsərrüfat fəaliyyətini ayrı ayrılıqda təhlil etmək, onun müsbət tərəfləri ilə yanaşı çatışmamazlıqlarını da müəyyənləşdirmək, plandan kənarlaşmaların səbəblərini aşkar etmək, planlaşmadan kənarlaşmalar varsa günahkar olanları tapmaq, bütövlükdə müəssisənin işinin səmərələliyinin qiymətləndirmək, onu yüksəltmək yollarını müəyyənləşdirmək və digər məqsədlər üçün istifadə olunur. Bu məqsədlə istifadə olunan informasiyanın dürüst olması, vaxtında təqdim edilməsi, anlaşıqlı olması, neytral olması, və düzgün təqdim edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Çünki, maliyyə hesabatlarının istifadəçiləri bu hesabatlar əsasında qərar verir, hansı ki maliyyə hesabatlarında əks olunan məlumatlar səhv olarsa bu zaman istifadəçi də düzgün qərar verə bilməz. Tədqiqatın predmentini ölkəmizdə istehsal sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin inkişafı istiqamətlərinin, onlarda tətbiq edilən maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlara uyğunluğunun, onların tətbiqi problemlərinin və təkmilləşdirilməsi yollarının tədqiqi və mövcud vəziyyətinin təhlili, obyektini isə istehsalat sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri təşkil edir.

Açar sözlər: Maliyyə, Hesabat, Müəssisə, İstehsal

Giriş

Ölkəmizdə mövcud olan kiçik və mikro sahibkarlıq subyektləri maliyyə beynəlxalq standartlarını və milli mühasibat standartlarıını tətbiq etmədikdə yəni maliyyə hesabatlarını tərtib etmək hüqunundan istifadə etməkdikdə onlarda mühasibat uçotu Maliyyə Nazirliyinin Kollegiyasının 2016 –ci il 3 fevral tarixində qəbul etdiyi qaydalara əsasən həyata keçirilir.Bu qaydalar "Mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərində uçotun aparılması qaydaları" adlanır.

Sahibkarların mikro, kiçik, orta və ya iri sahibkar kimi müəyyənləşdirilməsi üçün "işçilərin orta siyahı sayı" və "illik gəlir" meyar göstəricilərindən daha yüksək olanı əsas götürülür.(Fətullayev R,Quliyev V, Kərimov A 2012).

Cədvəl 1. Mikro, kiçik, orta və iri sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü

Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə kateqoriyaları	İşçilərinin orta siyahı sayı (nəfər)	İllik gəliri (ig) (min manat)
Mikro sahibkar	1-10 nəfər	ig ≤ 200
Kiçik sahibkar	11-50 nəfər	200 < ig ≤ 3 000
Orta sahibkar	50-250 nəfər	3 000 < ig ≤ 30 000
İri sahibkar	250 nəfərdən çox	30 000 < ig

Mənbə: https://www.economy.gov.az/article/kichik-sahibkarlig-meyar/21404 (01.01.2019).

Azərbaycanda mühasibat uçotu sahəsində artıq bir vahid baza formalaşdırılmış oldu, hansı ki daha sonralar müvafiq olaraq 2015 və 2018-ci illərdə növbəti dəfə mühasibat uçotu haqqında qanunlar qəbul olunması üçün əsas baza rolunu oynadı. Bütün bu qanunların da qəbul edilməsində əsas məqsəd, ölkəmiz dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya etdikcə dünya standartlarına uyğun mühasibatlıq təşkil etmək, mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsi, sahibkarlıq subyektləri ilə dövlət orqanları arasındakı münasibətlərin tənzimlənməsi və sahibkarlıq subyektlərinin strukturunda müəyyən dəyişikliklər etməklə onların daha səmərəli fəaliyyətini təşkil etməkdən ibarətdir.(Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2018).

Maliyyə hesabatları müəssisə tərəfindən həyata keçirilən əməliyyatların və maliyyə vəziyyətinin strukturlaşdırılmış maliyyə təqdimatıdır. İctimai Əhəmiyyətli Qurumlarda Maliyyə hesabatlarını ictimaiət üçün də dərc etdirmək məcburiyyəti olsa da Kiçik və Orta sahibkarlıq subyektləri üçün belə bir məsuliyyət faktoru yoxdur. Maliyyə hesabatlarının məqsədi bu hesabatların istifadəçiləri tərəfindən düzgün iqtisadi qərarların qəbul edilməsi zamanı, habelə, geniş istifadəçi kütləsi üçün faydalı olan müəssisənin maliyyə vəziyyəti, maliyyə fəaliyyətinin nəticələri və pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında məlumatların təqdim edilməsidir. Yəni, başqa sözlə ifadə etsək sahibkar öz müəssisəsinin gələcək fəaliyyətini proqnozlaşdırdığı zaman, istehsal nomenkulaturasını genişləndirdiyi zaman və yaxud müəyyən ixtisarların aparılmasının lazım zaman maliyyə hesabatlarının köməyinə ehtiyac duyur. Məhz, bu hesabatların ifadə etdiyi duruma bağlı olaraq, ya fəaliyyət spektorunu genişləndirir, ya da ki öz fəaliyyətində müəyyən ixtisarlar aparır. Bu məqsədin əldə edilməsi üçün müəssisə maliyyə hesabatları üzrə aşağıdakı məlumatları təqdim edir:

1. aktivlər- keçmiş hadisələrin nəticəsi kimi müəssisə tərəfindən idarə olunan və müəssisəyə gələcəkdə iqtisadi səmərənin əldə edilə biləcəyi gözlənilən ehtiyatdır (resursdur).

2. öhdəliklər- müəssisənin keçmiş hadisələrdən yaranmış və iqtisadi səmərəni əmələ gətirən ehtiyatlarının (resurslarının) müəssisədən kənara axını ilə nəticələnən mövcud vəzifəsidir

3. kapital-bütün öhdəliklər çıxıldıqdan sonra, müəssisənin aktivlərinin dəyəridir

4. gəlir və xərclər

5. kapitalda dəyişikliklər

6. pul vəsaitlərinin hərəkəti

7. uçot siyasəti

8. (“Maliyyə Hesabatlarının Təqdimatı Üzrə” 1 № li Kommersiya təşkilatları üçün Milli Mühasibat Uçotu Standartı).

Azərbaycanda istər kiçik və orta istərsə də iri sahibkarlıq subyektlərinin inkişafı üçün dövlət daim yeni tədbir planı hazırlayır, müvafiq qanunlar qəbul edilir və dövlət başçısı tərəfindən fərmanlar verilir. Bütün bunların həyata keçirilməsində yalnız bir məqsəd var. Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın davamlı, dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi, ölkədə yeni iş yerlərinin açılaraq əhalinin işsizlik faizinin aşağı salınması, xarici ticarətdə ixracın payının artıtılması və asılılığın aradan qaldırılması, qeyri neft sektorunun inkişaf etdirilməsi və iqtisadiyyatda neftdən asılılığı minimuma endirmək. Bu mənada görülən tədbirlər artıq öz nəticəsini də verməkdədir.

Metod

Məqalənin metodunu iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, qrafik tədqiqatlar, ekonometrik təhlili hesablamalar təşkil edir.

Analiz

Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələri təyinatlı üç müəssisənin: «SƏBA ASC», «Milk Pro MMC» və "Karmen" istehsal müəssisələrinin maliyyə hesabatlarından istifadə edərək onlarda müəssisələrdə maliyyə hesabatlarının təşkilinin müasir vəziyyətini araşdıraq.

Cədvəl 2. «SƏBA ASC» Müəssisəsi, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC balans aqreqatlarının strukturu, min manat (2016-2019-ci illər)

Balansın maddələri	"SƏBA ASC"		«MİLK PRO MMC»Süd Zavodu		"Karmen" MMC	
	2016	**2019**	**2016**	**2019**	**2016**	**2019**
Dövriyyə kapitalı	333,5	476,7	286,8	297,5	325,3	423,3
Əsas kapital	56,0	103,1	100,4	119,0	130,1	169,3
Xüsusi kapital	81,9	203,5	143,4	200,4	258,8	326,2
Pul vəsaitləri	103,4	143,0	114,7	129,0	81,3	105,8
Öhdəliklər	295,6	376,3	243,8	226,1	125,6	163,4
o cümlədən:						
uzunmüddətli öhdəliklər	125,3	186,1	154,9	182,6	175,1	194,2
qısamüddətli öhdəliklər	198,1	124,2	80,5	74,6	125,6	163,4
Sair Öhdəliklər	110,1	252,1	105,2	151,5	103,5	145,3
Məhsul satışından gəlir	1591,3	1973,6	573,6	2082,5	2602,4	2751,5
İstehsal xərcləri	335,4	1263,1	372,8	1457,8	1665,5	1595,9
Mənfəət	187,9	179,3	101,8	273,7	494,5	522,8

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi, istehsal müəssisələrinin maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərin artması meyli müşahidə olunur. Bərabər bazar münasibətləri şəraitində işləmələrinə baxmayaraq istehsal müəssisələri öz maliyyə vəsaitlərini müxtəlif cür idarə edirlər. Maliyyə axınlarının təşkilinə cəmiyyətlərin fərqli yanaşmaları xüsusi kapital və borc kapital arasındakı nisbət ilə müəyyən edilir.

Cədvəl 3. «SƏBA ASC», «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC istehsal müəssələrinin kapital strukturu (2016-2019-cu illər)

	"SƏBA ASC"		«MİLK PRO MMC»Süd		"Karmen" MMC	
	2016	**2019**	**2016**	**2019**	**2016**	**2019**
Ümumi kapital o cümlədən:	389,5	579,8	378,2	416,5	455,4	592,6
xüsusi kapital	81,9	203,5	143,4	200,4	258,8	326,2
borc kapital	307,6	376,3	243,8	216,1	196,6	266,4

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

«SƏBA ASC» Müəssisəsi, «MİLK PRO MMC»Süd Zavodu və "Karmen" MMC ilə müqayisədə öz fəaliyyətində borc kapitalından daha çox istifadə etmişdir. Daha doğrusu, 2016-2019-cu illərdə «SƏBA ASC» istehsal müəssisəsinin ümumi kapitalında borc kapitalın xüsusi çəkisi 70,6 faiz," Milk Pro" Süd Zavodu 57,2 faiz və Karmen" MMC –də 44,2 faiz təşkil etmişdir. Eyni zamanda istehsal müəssisələrindı xüsusi kapitalm mütləq həcmi və xüsusi çəkisi 2019-cu ildə 2016-cı illə müqayisədə xeyli artmışdır. Bu mütərəqqi hal məhsulun satışından alınan mənfəətdən müəssisələrin inkişafına xeyli vəsaitin ayrılmasına imkan vermişdir.

Cədvəl 4. «SƏBA ASC», «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC istehsal müəssələrinin mühasibat balansının likvidlik əmsalı (2016-2019-cu illər)

Əmsallar	Normativ	"SƏBA ASC" Müəssisəsi		«MİLK PRO MMC»Süd		"Karmen" MMC	
	≥ 1	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Ümumi likvidlik əmsalı	≥ 1	0,60	1,40	1,2	1,3	1,6	1,6
Debitor və kreditor borclarının nisbəti	≥ 1	0,04	0,05	0,12	0,23	0,5	0,5
Borcların örtülmə əmsalı	≥ 2	1,7	3,8	3,6	4,0	2,6	2,6
Cari likvidlik əmsalı	≥ 0,3	0,5	1,2	1,4	1,7	0,6	0,6

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Borc kapitalın olması çox vaxt müəssisənin öhdəliklərinin yerinə yetirilməsində müəyyən çətinliklər yaradır. «SƏBA ASC» Müəsisəsi öhdəlikləri 2016-cı ildə 295,6 min manat və 2019-cu ildə 376,3 min manat, "MİLK PRO MMC" Zavodunun öhdəlikləri müvafiq olaraq 243,8 və 226,1 min manat və "Karmen" MMC öhdəlikləri 125,6 və 163,4 min manat olmuşdur. Praktikada müəssisənin ödaməqabiliyyəli mühasibat balansının likvidlik səviyyəsi ilə xarakterizə olunur.

Təhlil göstərir ki, 2016-2019-cu illərdə "SƏBA ASC" istehsal müəsisəsinin ümumi likvidlik əmsalı

nisbətən aşağı olmuşdur. Bu hər şeydən əvvəl debitor və kreditor borcları arasında nisbətin optimal səviyyədən xeyli aşağı olması ilə izah edilir. Lakin bununla belə 2019-cu ildə təhlil olunan hər üç istehsal müəssisəsi üzrə ümumi likvidlik əmsalı, borcların ödənilmə əmsalı və cari likvidlik əmsalı normativdən xeyli yüksək olmuşdur. Müəssisənin likvidlik əmsalı onun maliyyə axınlarının fəaliyyətinin nəticələrindən bilavasitə asılıdır. Xüsusi və borc vəsaitlərin nisbəti optimal səviyyədən aşağı olan müəssisələr kredit təşkilatları üçün riskli sayılırlar.

Cədvəl 5. «SƏBA ASC», «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC istehsal müəssələri üzrə rentabellik göstəriciləri (2016-2019-cu illər)

Əmsallar	"SƏBA ASC" Müəssisəsi		«MİLK PRO MMC»Süd		"Karmen" MMC	
	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Satışın rentabellik əmsalı	0,05	0,30	0,05	0,07	0,19	0,19
Ümumi kapitalın rentabellik əmsalı	20,4	10,2	7,4	34,2	22,0	16,9
Səhmdar kapitalın rentabellik əmsalı	0,60	0,63	0,20	0,70	1,40	1,40
Borc kapitalın rentabellik əmsalı	0,26	0,16	0,20	0,73	0,47	0,35
Xüsusi kapitalın rentabellik əmsalı	0,60	0,29	0,10	0,64	0,41	0,33

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Müəssisənin maliyyə axınlarının iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən əsas göstərici rentabellik göstəricisidir.

Təhlil göstərir ki, 2019-cu ildə 2016-cı illə müqayisədə təhlil olunan hər üç müəssisə üzrə satışın və səhmdar kapitalın rentabelliyi xeyli yüksəlmiş, borc kapitalın və xüsusi kapitalın rentabelliyi isə əksinə aşağı düşmüşdür.

Biznes fəaliyyətinin səmərəliliyi müəssisənin işgüzar fəallığından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Müəssisənin işgüzar fəallığı kəmiyyət və keyfiyyət meyarları sisteminin köməyilə ölçülür. Kəmiyyət meyan satış bazarlarının genişliyi, müəssisənin işgüzar reputasiyası və rəqabət qabiliyyəti, hazır məhsulun alıcılarının daimi mövcudluğu ilə ifadə olunur. Keyfiyyət meyarı isə hazır məhsulun, əmtəənin, işin və xidmətlərin, mənfəətin və borc kapitalın həcmi ilə xarakterizə edilir.

Cədvəl 6. «SƏBA ASC», «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu və "Karmen" MMC istehsal müəssələri üzrə aktivlərin dövriyyəsi (2016-2019-cu illər)

Əmsallar	"SƏBA ASC" Müəssisəsi		«MİLK PRO MMC»Süd Zavodu		"Karmen" MMC	
	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Satışdan gəlirin qeyri-mobil aktivlərin məbləğinə nisbəti	76,4	19,1	-	-	20,0	13,0
Satışdan gəlirin mobil aktivlərin məbləğinə nisbəti	4.8	4,1	2.0	7,0	8,0	8,5
İşgüzar fəallıq əmsalı	4.5	3,4	1,5	5,0	5,7	4.3

Mənbə: «SƏBA ASC» Müəsisəsi http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf, «MİLK PRO MMC» Süd Zavodu https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3 və "Karmen" MMC statistik hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Satışdan alman gəlirin mobil aktivlərin məbləğinə nisbəti biznes fəaliyyətində illik dövriyyənin və şərti-daimi xərclərin həcmini, habelə vəsaitlərin dövriyyəsinin sürətlənməsini xarakterizə, edir. Təhlil olunan müəssisələr üzrə işgüzar fəallıq əmsalının müqayisəsindən belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, dayanaqlı vəziyyəti yüksək olduğuna görə "Hilal" Müəsisəsi daha cəlbedicidir. Hərçənd, işgüzar fəallıq əmsalı dəyişkəndir. Ona görə də nəzərə almaq lazımdır ki, əgər satışdan alman gəlirin qeyri-mobil aktivlərin məbləğinə nisbəti 2019-cu ilin səviyyəsində saxlanılarsa, onda Səba ASC istehsal müəssisə üzrə işgüzar fəallıq əmsalı gələcəkdə arta bilər. Eyni zamanda əgər müəssisənin rentabelliyi yüksəkdirsə, onda borc vəsaitləri cəlb etməklə xüsusi vəsaitlərin həcmini artırmadan əlavə mənfəət almaq mümkündür.

Müəssisənin maliyyə fəaliyyətinin son nəticə göstəricisi olaraq xalis mənfəət maliyyə resurslarından nə cür istifadə edilməsindən, başqa sözlə desək, pul vəsaitlərinin hara istiqamətləndirilməsindən, onların hardan əldə edilməsindən və quruluşundan xüsusilə asılıdır. Qeyd etdiyimiz bu asılılıq əvvəlcə dövriyyə və əsas vəsaitlərinin həcmində və strukturunda, o cümlədən onlardan səmərəli şəkildə istifadə edilməsində özünü göstərir.

İstehsal müəssisələrində əməliyyat leverecin səmərəsi ondan ibarətdir ki, istehsal fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması və mexanikləşdirilməsi əsasında bütün tədbirlər iqtisadi baxımdan yararlıdır, yəni müasir texnologiyaların tətbiq olunması müəssisə üçün rəqabət üstünlüyü qazanmağa şərait yaradır. İnvestisiyalaşma obyekti doğru seçilibsə, ona qoyulan vəsait tez bir müddətdə ödənilir və müəssisə rəhbəri gəlir qazanır.

Nəticə

Dövlətimizdə xırda sahibkarlıq fəaliyyətçilərinin iqtisadi tərəqqisini yaratmaqdan ötrü axır zamanlarda lazımi ölçüdə müvəffəqiyyətli tədbirlər reallaşdırılmışdır.Ancaq ona rəğmən indiki,zamanımızda xırda sahibkarlıq istiqamətləri artmaqda və beynəlxalq məntəqələrə giriş qazanmaqla bir çox məsələlərlə üzləşirlər bu məsələlərdən ən vacibi isə xırda sahibkarlıq şəxslərinin pil nəticələri qurulmasında çıxan problemlərdir.Belə ki, yer üzü dövlətlərinin əksəriyyətində xırdavə orta sahibkarlıqla məşğul olanlar ilə əlaqədar məsələlərə birlikdə baxılır və onlardan ötrü spesifik olaraq maliyyə nəticəsi norması istifadə edilmir.Dövlətimizdə bu norma istifadə olunmur və xırda və orta sahibkarlıq ilə əlaqədar

məsələlərə çox zaman spesifik olaraq diqqət edilir. Belə ki, dövlətimizdə xırda sahibkarlıq yerlərində hesabat sxeminin doğru yaradılmasından ötrü "Mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərində hesabtın reallaşması" qayda toplusundan təqdbiq edilir.Əgər xırda sahibkarlıqlar özü tələb etdiyi zaman maliyyə sonluqlarının beynəlxalq normalarını və milli mühasibatçılıq normalarını istifadə edə bilər.Bu vəziyyətdə isə dövlətimizdə xırda sahibkarlıqların üzləşəcəyi çətinlik bu normalara əsas olaraq Maliyyə Nazirliyi istiqamətindən qurulan maliyyə hesabat nümunələrinin xırda sahibkarlıqlardan ötrü lazımi ölçüdə qəliz və anlaşılmayan olmasıdır.Bu cür problemlərə reallaşdırılan tədqiqat prosedurunda nəzər edilmiş və məcmu formada altdakı məsləhətlər yaradılmışdır:

1.Dövlətimizdə istifadə edilən sahibkarlıq subyektlərinin tesnifatı ölçülərinin sahibkarlıq subyektlərinin məşğuliyyət nümayiş etdirdiyi hissəyə görə təzədən qurulması.

2. Xırdavə orta sahibkarlıq subyektlərdən ötrü pul məsələləri hesaba alınmasının beynəlxalq normalarının xırda və orta sahibkarlıq subyektlərinə aid hesab sayıldığından ötrü bu sahibkarlıq subyektlərdən ötrü bir maliyyə hesaba alınma norma nümunəsi yaradılsın Maliyyə Nazirliyi təşəbbüsü ilə və beynəlxalq normaya xas formada.

3. Xırda və orta sahibkarlıq subyektlərinin öz istəklərinə təqdim edilir bu sahibkarlıq subyektlərdən ötrü beynəlxalq maliyyə hesaba alınma normasının istifadə olunması yəni qanunda öz arzusu ilə sözü yazılır o vaxt bu sahibkarlıq subyektləri bu sektorda sərt formada məlumatlandırılsın bu normanın ona verəcəyi üstünlük başa salınsın .

4. Onlara təkcə vergi niyyətlərindən ötrü baxılmasının anlaşılması ortadan götürülməlidir.Yəni təkcə maliyyə siyasət yeri ilə onlara baxılmamalıdır.Belə ki, mövzu əsası olan sahibkarlıq subyektlərinin genişlənməsindən ötrü əldən gələn bütün imkanlar qurulmalıdır.

5. Yeni hesabatlar sxemində likvidlik iştəyi silinmişdir bu məsələ bununla yanaşı bilivasitə olmayan balans hesablamasına da effektini nümayiş etdirir.Bu çətinliyin ortadan götürülməsindən ötrü təzə hesablar sxemində müəyyən dəyişimlər aparılmalıdır.

6.Reallaşan araşdırma sonunda maliyyə halı barədə hesabatda, maliyyə göstəricisi barədə hesabatda, pul resurslarında dəyişimlər barədə hesabatda, pul resurslarının dövriyyəsi barədə hesabatda tövsiyyə edilmiş formasında müvafiq dəyişimlərin olunması qəbul sayıla bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abdulkərim Sadıqov (2018) ."Kiçik və orta sahibakrlıq subyektləri üçün MHBS-nın (İFRS for Smes) Azərbaycanda tətbiqi imkanları" , II Milli Mühasiblər Forumu 2018- ci-il aprel Şamaxı şəhəri.
2. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin (2018) "Mikro, kiçik, orta və iri sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü meyarları"nın təsdiq edilməsi haqqında qərarı, Bakı şəhəri.
3. Fətullayev R,Quliyev V, Kərimov A (2012). Beynləxalq uçot və hesabata giriş (GAAP və İFRS əsasında)", II nəşr , Bakı, Nurlar, 1-280
4. Maliyyə Hesabatlarının Təqdimatı Üzrə" 1 № li Kommersiya təşkilatları üçün Milli Mühasibat Uçotu Standartı
5. Овсийчук М.Ф. (2016). Управление активами и методика финансирования. Аудитор, № 5,. 44-48
6. http://saba.az/report/img/Saba%20ASC%202019%20Report.pdf,
7. http://senaye.gov.az/catalogue/Catalogueswf/assets/downloads/page0030.pdf)
8. http://www.esenaye.az/index.php?action_space=company_detail|144|main_page&company_id=144
9. https://mpro.az/jobdetayd708.html?id=3
10. https://www.azstat.org/MESearch/details?lang=az&type=3&id=5873&departament=15
11. https://www.economy.gov.az/article/kichik-sahibkarlig-meyar/21404

Müəsssənin Maliyyə-Təsərrüfat Fəaliyyətinin Möhkəmləndirilməsinə Maliyyə Nəzarəti Və Auditin Təsiri

Lalə Kazımova

kazimova30@yahoo.com

Xülasə

Müasir iqtisadiyyatın vəziyyətinə bir çox amillər, o cümlədən maddi mənbələrin qeyri-qanuni bölüşdürülməsi ilə əlaqəli cinayətlərin artması təsir etmişdir. Buna görə müəssisədə maliyyə nəzarəti bu gün həmişəkindən daha aktualdır. Maliyyə nəzarəti sisteminin və onun elementlərinin aydın işləməsi maddi ehtiyatların rasional istehlakını, habelə müəssisənin maliyyə vəziyyəti haqqında məlumatların formalaşmasının qanuniliyi və düzgünlüyünə nəzarət etməyə imkan verəcəkdir. Maliyyə nəzarəti pul vəsaitlərinin axınının gedişi barədə tam və etibarlı məlumatların vaxtında alınması üçün dövlət və kommersiya təşkilatlarının maddi ehtiyatların formalaşması, bölüşdürülməsi və istifadəsi prosesində qanunvericilik normalarına uyğunluğunun monitorinqi məqsədilə səlahiyyətli vəzifəli şəxslərin həyata keçirdiyi tədbirlər və manipulyasiyaların məcmusudur. Müəssisənin maliyyə nəzarəti maliyyələşdirmə (büdcə quruluşu vəziyyətində) olaraq verilmiş və ya kommersiya fəaliyyəti prosesində çıxarılmış maddi resurs təşkilatlarının səmərəli iştirakını təmin etmək üçün lazımdır. Bundan əlavə, yuxarıda göstərilən qurumların ödəniş səviyyəsini və vergi intizamını obyektiv qiymətləndirməyə imkan verir. Müəssisənin maliyyə nəzarətinin obyektləri bunlardır: İdarəetmə subyektləri tərəfindən maliyyə mənbələrinin formalaşması, nizamlanması və istifadəsi prosesləri, ifadə vasitələri müxtəlif ədədi parametrlərdir (gəlir, təşkilatın inkişafına qoyulan investisiya, vergi ayırmaları və s.). Müəssisədə maliyyə nəzarəti sisteminin ən vacib elementi nəzarət subyektləridir, çünki tətbiq olunan qanun və qaydalara uyğun olaraq təsərrüfat subyektlərini yoxlamaq məsuliyyəti daşıyır.

Maliyyə nəzarəti subyektləri arasında:

1. hökumət orqanları;
2. təsərrüfat subyektlərində və dövlət orqanlarında, yerli özünüidarəetmə və müəssisələrdə yaradılan struktur bölmələri;
3. qeyri-hökumət ixtisaslaşmış təşkilatları;
4. fəaliyyətlərini qanun normalarına uyğun həyata keçirən ixtisaslı mütəxəssislər.

Yuxarıda göstərilən qurumların fəaliyyəti qanunla müəyyən edilmiş səlahiyyətlərinə uyğun olaraq həyata keçirilən konkret hərəkətləri (funksiyaları) yerinə yetirməkdir.

Açar sözlər: nəzarət, audit, maliyyə hesabatı, maliyyə mənbələri

Giriş

Hal-hazırda bir müəssisənin maliyyə nəzarəti sisteminin tərkib hissələrinə iş daxildir:

- sənəd bazası ilə;
- maliyyə fəaliyyətinin müxtəlif sahələri ilə;
- işçiləri ilə.

Müəssisənin sənəd bazasının yoxlanılması üçün tədbirlər daxildir:

- tərtib edilməsinin düzgünlüyünü yoxlamaq, müəssisənin maddi aktivlərinin hərəkəti barədə rəsmi məlumatların digər mənbələri tərəfindən düzgün və təsdiq edilmiş şəkildə öyrənilməsi;
- həqiqiliyini və faydalılığını öyrənmək;
- müəssisə sənədlərinin orijinal mənbələr nümunələri ilə müqayisəli təhlili.

Müəssisənin maliyyə fəaliyyətinin müxtəlif sahələri ilə iş daxildir:

- şirkətin maddi aktivlərinə investisiya qoyuluşunun səmərəliliyinin təhlili;
- əsas vəsaitlərin və əməyin məhsuldarlığının öyrənilməsi;
- müəssisənin iqtisadi sabitlik səviyyəsinin, kreditlər və digər öhdəliklər üzrə ödəmə qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi.

Maliyyə nəzarəti fəaliyyətləri çərçivəsində təşkilatın işçiləri ilə iş aşağıdakıları əhatə edir:

- maddi resursların bölüşdürülməsi üçün məsuliyyət daşıyan müəssisə işçilərinin təcrübəsinin və peşəkarlığının qiymətləndirilməsi;
- təşkilatın mütəxəssislərinin müəssisənin maliyyə vəziyyətinin idarə edilməsi ilə əlaqəli funksiyaların yerinə yetirilməsinə laqeyd münasibətinin faktlarını aşkar etmək;
- mütəmadi olaraq bilik səviyyəsini artırmağa və peşə keyfiyyətlərini artırmağa yönəlmiş təşkilatın büdcəsini paylayan və yenidən bölüşdürən işçilər üçün həvəsləndirmə tədbirlərinin işlənib hazırlanması, habelə şirkət işçiləri arasında öz vəzifələrinin icrası ilə bağlı artan məsuliyyət hissinin inkişaf etdirilməsi.

Maliyyə nəzarətinin əsas mərhələsi aşağıdakı işləri həyata keçirməkdir:

- cari maliyyə idarəetməsinin nəticələrini obyektiv təhlil edə biləcək mütəxəssislərin təyin edilməsi;
- seçilmiş maliyyə idarəetmə strategiyasının nəticələrini qeyd etmək üçün məlumat toplamaq və sənədlər hazırlamaq;
- müəssisədə baş verən bütün maliyyə prosesləri ilə əlaqədar nəzarət tədbirlərinin aparılması üçün detallı bir alqoritm yazmaq;
- təşkilatın maliyyə nəzarəti;
- mövcud tənzimləmə və metodoloji bazadan istifadə etməklə maliyyə axınlarının idarə edilməsi və idarə olunması üçün hazırlanmış strategiyanın həyata keçirilməsi.

Son mərhələnin komponentləri yuxarıdakı elementlərə bənzəyir. Bunlara maliyyə nəzarətinin nəticələrini qiymətləndirmək üçün səlahiyyətli mütəxəssislərin seçilməsi, yekunlaşdırılması üçün sənədlərin hazırlanması və s.

Müəssisənin maliyyə nəzarəti təşkili və aparılması metodundan asılı olaraq növlərə bölünür.Xarici maliyyə nəzarəti tədbirləri nəzarət altında olan qurumdan asılı olmayan xarici qurumlar tərəfindən həyata keçirilir. Bunlara öz fəaliyyətlərini dövlət tərəfindən həyata keçirmək üçün səlahiyyətli ixtisaslaşmış təşkilatlar daxildir.

Metod

Müşahidə metodunun səmərəli olması onun düzgün təşkil olunmasından asılıdır. Ümumiyyətlə, müşahidə bir neçə mərhələdə təşkil edilir: məqsədin aydınlaşdırılması, müşahidə planının və vasitələrinin müəyyən olunması, müşahidənin qeydə alınması və nəticənin çıxarılmasıdır.

Tədqiqat zamanı istifadə olunmuş hər bir metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edir. İstifadə edilmiş metodlardan biri **təsəvvürlərin formalaşdırılması (qavrama) metodudur.** Bu metod hissi qavramanı təmin etmək, ətraf aləm haqqında dolğun təsəvvürlər yaratmaq məqsədi güdür. *Müşahidə metodu* müəyyən məqsəd ilə, planlı və sistemli şəkildə qavrama prosesinin təşkili metodudur.

Bütün fikirlər ümumiləşdirilib son nəticə əldə edildikdə ifadə edilən şərhlər üç növdə olur: nəql, izah, məktəb mühazirəsi. Nəql müəyyən hadisəni canlı, obrazlı şəkildə danışmaqdır. Biz burada bütün fikir və ideyaları yazılı şəkildə qələmə almışıq. Tədqiqat işinin yerinə yetirilməsində sintez və müqayisəli təhlil, habelə statistik təhlil, qruplaşdırma, sistemli və situasiyalı yanaşmadan və s. metodlardan istifadə ediləcəkdir.

Analiz

Maliyyə nəzarəti maliyyənin xüsusi bir funksiyasıdır, məqsədi maliyyə mənbələrinin idarə edilməsinin qəbul edilmiş qanuniliyi və səmərəliliyi standartlarından kənarlaşmaları aşkar etmək və bu cür kənarlaşmalar olduqda - müvafiq düzəldici və profilaktik tədbirlərin vaxtında görülməsidir. Dəyər xarakterinə sahib olmaq, digər nəzarət növlərindən fərqli olaraq maliyyə nəzarəti xalq nümayəndələrinin bütün sahələrində baş verir.

Maliyyə nəzarəti aşağıdakı elementlərə və ya struktur səviyyələrinə bölünə bilən bir sistem meydana gətirir:

1) dövlət nəzarəti (milli və idarəvi);

2) audit nəzarəti (adətən müstəqil nəzarət də adlanır);

3) daxili nəzarət (yəni birbaşa iqtisadi vahidlər səviyyəsində təşkil edilmiş nəzarət);

4) ictimai nəzarət (yəni maliyyə və təsərrüfat müqavilələri üzrə tərəflərin, kreditorların, investorların və s. Nəzarəti)

Qeyd etmək lazımdır ki, ictimai nəzarət subyektləri əsasən eyni audit hesabatlarını rəhbər tuturlar.

Geniş mənada dövlət maliyyə nəzarəti, dövlət hakimiyyəti və bütün səviyyələrdə idarəetmə orqanlarının qanunla müəyyən edilmiş, qarşısını almaq və qarşısını almaq üçün fəaliyyətidir.

1) dövlət pul və digər maddi sərvətlərinin (kapitalının) idarə edilməsində, habelə təsərrüfat fəaliyyətində istifadə edilən və dövlət əmlakının özgəninkiləşdirilmiş qeyri-maddi obyektlərinin dövlətə birbaşa və ya dolayı maliyyə və ya maddi ziyan vurması ilə əlaqəli səhvlər və sui-istifadə halları;

2) maliyyə və iqtisadi, o cümlədən büdcə, qanunvericiliklə uyğunsuzluq;

3) dövlət orqanlarının, dövlətin tam və ya qismən iştirakı olan və ya xüsusən onunla əlaqəli olan təşkilatların maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin idarəetmə sistemlərinin (o cümlədən daxili nəzarət) təşkili nöqsanlarıdır.

Ümumiyyətlə, dövlət maliyyə nəzarətinin məqsədi dövlətin funksiyalarını yerinə yetirmək üçün dövlət maliyyə ehtiyatlarının, maddi aktivlərin və qeyri-maddi obyektlərin planlaşdırılması, formalaşdırılması, bölüşdürülməsi və istifadəsi mərhələləri daxil olmaqla, inzibati və icraedici idarəetmə tədbirlərinin qanuniliyi, məqsədəuyğunluğu və effektivliyi prinsiplərinə uyğunluğunu təmin etməkdir.

Dövlət maliyyə nəzarəti maliyyə sabitləşməsi üçün şərait yaradan, dövlətin maliyyə siyasətini həyata keçirmək üçün hazırlanmışdır. Bütün ölkələrdə, cihazlarının xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, öz maliyyə nəzarət sistemləri inkişaf etmişdir. Bununla belə, xarici ölkələrdə nəzarət və audit

şəbəkələrinin təşkili və fəaliyyəti, bu və ya digər şəkildə, uzun illər davam edən beynəlxalq təcrübənin ifadə etdiyi ümumi prinsiplərə əsaslanır (Румянцев. 2003: с.178).

Beləliklə, məsələn, hər hansı bir böyük proqramın icrası mütləq nəzarət alt sistemlərini əhatə edir. Bu məqsədlər üçün ümumiyyətlə hər hansı bir əhəmiyyətli dövlət proqramına ayrılan ümumi məbləğin bir və ya iki faizi ayrılır (Боди,Мертон,Финансы: 2000: 280 с).

Dövlət maliyyə nəzarəti milli və idarəyə bölünür. Milli maliyyə nəzarəti, mülkiyyətindən və ya idarəsindən asılı olmayaraq bütün təsərrüfat subyektlərini əhatə edir. Milli maliyyə nəzarəti həm Respublika miqyasında təsis qurumlarında aparılır. Bundan əlavə, yerli idarəetmə səviyyəsində bələdiyyə maliyyə nəzarəti həyata keçirilir.

Milli maliyyə nəzarəti sistemi müvafiq tapşırıq və funksiyaları yerinə yetirir.

Əsas vəzifələrə aşağıdakılar daxildir:

- Azərbaycan Respublikası və onun subyektlərinin dövlət fondlarının formalaşmasına və istifadəsinə nəzarət;

- maliyyə, büdcə, kredit, pul, vergi və valyuta siyasətinin praktiki həyata keçirilməsi həvalə olunan icra orqanlarının fəaliyyətinə nəzarət;

- kredit təşkilatları tərəfindən hüquqi və fiziki şəxslərin vəsaitlərinin cəlb edilməsi və istifadəsinin qanuniliyinə nəzarət.

Əsas xüsusiyyətlərə aşağıdakılar daxildir:

- dövlət fondlarının formalaşdırılmasının düzgünlüyünün, onların təhlükəsizliyinin və məqsədli istifadəsinin yoxlanılması;

- kredit təşkilatlarının müəssisə və fiziki şəxslərin vəsaitlərindən istifadəsi ilə bağlı hərəkətlərinin düzgünlüyünün və qanuniliyinin yoxlanılması;

- dövlət daxili və xarici borclarına nəzarət.

Cinayət məsuliyyətinin verildiyi pozuntular aşkar edilərsə, dövlət maliyyə nəzarəti orqanları yoxlama və ya yoxlamanın materiallarını hüquq mühafizə orqanlarına təqdim etməlidir. Azərbaycan Respublikasının təsis qurumlarının hökumət orqanları, dövlət və təşkilatlar, vergilər daxil olmaqla, dövlət sərəncamında alınan dövlət vəsaitlərinin xərclənməsinin qanuniliyi, büdcə, qurumların büdcələri, büdcədənkənar fondlar, öhdəliklərin icrasının tamlığı və vaxtında yerinə yetirilməsinə dair idarəli nəzarət etməlidirlər və digər məcburi ödənişlər, düzgün uçot və s.

Milli nəzarət vergi, gömrük, valyuta, pul bölünür. Pul və valyuta nəzarəti əsasən Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı tərəfindən həyata keçirilir. Sığorta nəzarəti sığorta nəzarəti orqanları tərəfindən həyata keçirilir (bu funksiyalar Maliyyə Nazirliyinə verilir), gömrük nəzarəti AR Dövlət Gömrük Komitəsi və onun bölmələri tərəfindən həyata keçirilir. Hökümətin müxtəlif səviyyələrində (və müvafiq olaraq Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemi) dövlət (əsasən büdcə) vəsaitlərinin istifadəsinə nəzarət Xəzinədarlıq və onun bölmələri, icra hakimiyyəti (inzibati nəzarət) və nümayəndəlik hakimiyyəti tərəfindən yaradılmış xüsusi xidmətlər tərəfindən həyata keçirilir.

İdarəli dövlət nəzarəti ayrı-ayrı dövlət idarələri (nazirliklər, icra hakimiyyəti orqanları) daxilində həyata keçirilir. Bu məqsədlə şöbələrin strukturunda belə nəzarəti həyata keçirən idarəli maliyyə nəzarəti orqanları nəzərdə tutulmuşdur. Nəzarətin əsas obyekti tabeliyində olan təşkilat və qurumların

istehsal və maliyyə fəaliyyətləridir. Bundan əlavə, Azərbaycan Maliyyə Nazirliyinin Maliyyə Nəzarəti Departamentinin və onun bölmələrinin auditorları departament nəzarəti ilə məşğul ola bilərlər.

Beləliklə, dövlət maliyyə nəzarəti bir tərəfdən səmərəli idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsini, digər tərəfdən qəbul edilmiş qərarların icrasını təmin edir. Bu, dövlət maliyyə nəzarətinin effektivliyidir.

Səmərəli maliyyə nəzarəti nəinki vaxtında aşkar etməyə, həm də təşkilatların maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətində və dövlət maliyyə axınlarının idarə olunması prosedurlarında müxtəlif çatışmazlıqları aradan qaldırmağa, habelə bu çatışmazlıqlara səbəb olan əsas səbəbləri izah etməyə, əsasını (yəni gizli) aşkar etməyə imkan verir və meylləri, profilaktik tədbirləri inkişaf etdirir (Дубоносов,2004: c.321).

İctimai nəzarət dövlət qurumları və icra hakimiyyətlərindən bütün maraqlı tərəflərə (hüquqi və fiziki) məlumat vermələrini tələb edən qanunlar əsasında həyata keçirilir. İctimai nəzarətin təşkilində müxtəlif ictimai təşkilatların, partiyaların və digər strukturların maraqlarını ifadə edən KİV (qəzet, jurnal, radio, televiziya) böyük rol oynayır. İctimai nəzarətin fəaliyyəti AR Dövlət Gömrük Komitəsinin orqanları, dövlət maliyyə nəzarəti orqanları, ilk növbədə yoxlama otaqları tərəfindən verilmiş məlumatlara əsaslanır və bunun üçün şəffaflıq fəaliyyətin ən vacib prinsipidir.

İctimai maliyyə nəzarəti qeyri-hökumət təşkilatları tərəfindən həyata keçirilir və qruplar, ayrı-ayrı şəxslər tərəfindən könüllülük və təmənnasızlıq əsasında həyata keçirilir. Nəzarət obyekti müfəttişlərə verilən xüsusi tapşırıqdan asılıdır. Həmkarlar ittifaqı nəzarətinin ictimai maliyyə nəzarətinə aid edilə biləcəyinə inanılır.

Həmkarlar ittifaqı təşkilatları maliyyə nəzarəti yalnız dolayı yolla, müxtəlif mülkiyyət formalı müəssisələrdə əmək qanunvericiliyinə, iş şəraitinə və onun ödənilməsinə nəzarət etməklə həyata keçirirlər. Müəyyən edilmiş maliyyə nəzarəti növləri ilə yanaşı, Azərbaycan maliyyə nəzarəti kimi maliyyə nəzarəti formasından istifadə edir.

Azərbaycan Respublikası Təftiş Komissiyası tərəfindən təsdiqlənmiş audit fəaliyyətinin Respublika qaydalarında (standartlarında), audit mühasibat hesabatlarının, ödəniş və hesab sənədlərinin, vergi bəyannamələrinin və digər maliyyə öhdəliklərinin və iqtisadi tələblərin müstəqil yoxlanılması zamanı auditorların (audit təşkilatlarının) sahibkarlıq fəaliyyətinə aiddir. Maliyyə hesabatlarının etibarlılığını və maliyyə ilə uyğunluğunu müəyyən etmək üçün qurumlar Respublikanın qüvvədə olan və biznes əməliyyatları qaydalardır. Bundan əlavə, audit təşkilatları və fərdi auditorlar auditlə bağlı xidmətlər göstərə bilərlər. Fərdi sahibkar kimi müstəqil işləyən auditor firmalarının və auditorların maliyyə hesabatlarının və məsləhət fəaliyyətlərinin düzgünlüyünün təsdiqlənməsi özəl sektorda maliyyə nəzarəti dərinləşdirir və genişləndirir. Beləliklə, məsələn, müstəqil auditorlar tərəfindən təsdiqlənmiş maliyyə hesabatları istifadəçilərin (investorlar, kreditorlar və s.) müxtəlif əməliyyatlarla bağlı qərar verməsi üçün məlumat mənbəyidir: kreditlər vermək, investisiya qoymaq, birjalarda qiymətli kağızların siyahısı və s.

Auditorların məsləhət fəaliyyəti təşkilatların maliyyə mexanizmini, maliyyə axınlarına nəzarət sisteminin, mühasibat uçotunun (maliyyə, idarəetmə) uçotunun təşkili və aparılması, vergi bazaları və s. Auditorlar bu xidmətləri həm dövlət, həm də maliyyə məlumatlarından istifadə edənlər tərəfindən özəl sektor təşkilatlarının fəaliyyətinə nəzarəti gücləndirmək məqsədi ilə təqdim edirlər (Макальская, Мельник, Пирожкова, 2002: c.198)

Yoxlama məcburi və aktiv ola bilər. Əgər təşəbbüs yoxlaması təsərrüfat subyektinin qərarı ilə aparılırsa, məcburi auditin aparılması onun iradəsindən və istəyindən asılı deyildir və birbaşa qanunla müəyyən edilmiş hallarda mütləq aparılır.

Yoxlama, səlahiyyətli dövlət orqanları tərəfindən Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinə uyğun olaraq həyata keçirilən dövlət maliyyə nəzarətinin əvəzi deyil. Audit nəzarəti bir çox cəhətdən maliyyə və iqtisadi nəzarətin digər formalarından (məsələn, Hesablama Palatası və digər orqanlar tərəfindən aparılan büdcə vəsaitlərinin istifadəsi ilə bağlı yoxlamalar) fərqlənir.

Audit yalnız maliyyə göstəricilərinin etibarlılığının yoxlanılmasını təmin etmir, həm də xərclərin rasionallaşdırılması və mənfəətin artırılması məqsədilə iqtisadi fəaliyyətin optimallaşdırılması üçün təkliflərin hazırlanması vacibdir. Auditor fəaliyyəti müştərinin maddi vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, öhdəliklərin (investorlara, kreditorlara) cəlb edilməsinə, habelə müştəriyə tövsiyələrin verilməsinə yönəldilmişdir. Audit bir növ iş təcrübəsi kimi təyin edilə bilər. Dünya təcrübəsində audit bir yenilik deyil və fəaliyyətin bütün sahələrində geniş istifadə olunur. Azərbaycanda təsdiqləmə şəklində təsərrüfat subyektlərinin maliyyə məlumatları istifadəçilərinin ehtiyaclarını təmin edən müstəqil maliyyə nəzarətinin ortaya çıxması etibarlılığı yenidir. Azərbaycanda bazar münasibətlərinin inkişafı ilə təşkilatların fəaliyyətinin nəticələrinin və qanunvericiliyə uyğunluğu barədə məlumatları auditor olaraq müvafiq təlim, ixtisas və təcrübəyə sahib olan müstəqil ekspertlər tərəfindən təsdiqləməsinə ehtiyac yaranmışdır.

Azərbaycan müstəqil audit qurumunun aktiv inkişafı olduqca məntiqli və əlbətdə müsbət bir prosesdir. İqtisadi islahatlar getdikcə özəl sahibkarların və qeyri-dövlət təsərrüfat subyektlərinin əlinə düşən dominant mülkiyyət formasının dəyişməsinə səbəb oldu. Buna görə, bu, dövlətin əhəmiyyətli dərəcədə daralmasına səbəb olan maliyyə nəzarəti və ehtiyac, bazar münasibətlərinə xas olan yeni, təşkilati islahatların tempi ilə, tarixən inkişaf etmiş forması müstəqil audit olan qeyri-dövlət müəssisə və təşkilatlarının maliyyə fəaliyyətinin tənzimlənməsi yolları ilə uyğundur. Bundan əlavə, dövlət maliyyə nəzarəti orqanları, xüsusən AR Hesablama Palatası müstəqil audit qurumunun möhkəm inkişafı, aktiv inkişafı və effektiv işləməsində son dərəcə maraqlıdır.

Müstəqil auditorlar tərəfindən regional idarələrin hesabatlarının etibarlılığının və maliyyə-təsərrüfat əməliyyatlarının qanuna uyğunluğunun təsdiqlənməsi müstəqil auditorların, müvafiq dövlət maliyyə nəzarəti orqanları ilə sıx qarşılıqlı əlaqədə, AR təsis qurumlarının icmal büdcələrinin icrası ilə bağlı illik mühasibat hesabatlarını qiymətləndirməyə cəlb edilməsi məqsədəuyğundur (Подольского 2004: с.125)

Qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra mütəxəssislər dövlət büdcədən bölgələrə maliyyə dəstəyinin təmin edilməsi üçün ilkin şərt olaraq hesabat ilində bölgənin (AR subyekti) büdcəsinin icrasına dair illik ixtisaslı audit rəyini təqdim etməyi təklif edirlər.

Başqa sözlə, müəyyən dərəcədə regional maliyyə nəzarət funksiyalarını audit təşkilatlarına həvalə etmək təklif olunur. Bu təklifi həyata keçirmək üçün ən azı dövlət maliyyə nəzarəti standartları sistemi lazımdır ki, bunun əsasında müstəqil auditorlar üçün işləmək mümkün olacaqdır. Eyni zamanda, özəl sektorun mütəxəssisləri kimi auditorların özləri də xüsusi hazırlıq və yenidən hazırlıq olmadan dövlət maliyyəsinə nəzarət edə bilməyəcəklər. Buna görə yuxarıda göstərilən təklifin icrası üçün bütün sistemi inkişaf etdirən (təşkil edən) Dövlət Maliyyə Nəzarəti Tənzimlənməsi Komitəsinin yaradılması təklifi var (və onun əsas elementləri: Rusiya Federasiyasının təsis qurumlarının fəaliyyət aspektləri üzrə vahid hesabat quruluşu, bu sahədə dövlət maliyyə nəzarət standartları, müstəqil istifadə

mexanizmi auditorlar). Diqqətə çatdırılmalı olan digər bir məsələ, müstəqil auditorların (audit təşkilatlarının) iri müəssisələrin maliyyə və biznesin idarəetmə sistemlərinin (o cümlədən idarəetmə prosedurlarını qiymətləndirmək və digər hallar) təhlil və rəylərin (hesabatların) təhlilində və verilməsində ən müstəqil və təcrübəli mütəxəssislər kimi cəlb olunmasıdır. Onların maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətlərinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi, müəssisənin cari maliyyə vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və meyllərinin müəyyənləşdirilməsi və s.) xüsusən iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətli ayrı-ayrı bölgələr üçün (məsələn, şəhər yaradan müəssisələr və s.) və bütövlükdə ölkə üçün (təbii inhisarlar və s.).

Beləliklə, dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının müstəqil audit orqanlarının səmərəli qarşılıqlı fəaliyyətinin daha bir tərəfi izah edildi. Bununla əlaqədar olaraq analiz və qiymətləndirmə üçün müvafiq standartların hazırlanması da tövsiyə olunur. Standartlaşdırma informasiya materiallarında və qiymətləndirmə metodlarında, habelə bu istiqamətdə dövlət maliyyə nəzarətini əhəmiyyətli dərəcədə aktuallaşdıran müvafiq hesabat formalarında birliyi təmin edəcəkdir.

Nəticə və Təkliflər

Təcrübə göstərir ki, dövlət maliyyə nəzarəti orqanları və müstəqil auditorlar, audit şirkətləri heç bir şəkildə rəqib deyillər, əksinə, ixtisaslı və səylə aparılmış audit dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının işində əhəmiyyətli kömək ola bilər və onların səmərəliliyini, dolğunluğu ilə yaxşılaşdırılmasına əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərə bilər.

Göründüyü kimi, bu problemləri həll etmək üçün dövlət maliyyə nəzarətinin ixtisaslaşdırılmış orqanlarının fəaliyyətində müstəqil audit institutundan daha geniş istifadə etmək məqsədəuyğundur. Həm mühasibat uçotu sahəsində, həm də maliyyə təhlili sahəsində yüksək səviyyəli mütəxəssislər olan auditorlar qərəzli nəticələr təqdim etdikdə peşəkar məsuliyyət daşıyırlar və nüfuzlarını risk altına alırlar. Bundan əlavə, audit təşkilatları, müxtəlif təşkilatların və onların birliklərinin ödəmə qabiliyyətinin vəziyyətini, maliyyə sabitliyini, iqtisadi səmərəliliyini araşdırmaq və təhlil etməklə, maliyyə problemlərinin qarşısının alınması baxımından çox vacib olan tendensiyaları və müəyyən nümunələri düzgün və vaxtında xəbərdar edə biləcəklər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Боди З. Мертон Р. Финансы: Учебное пособие / Пер. с англ. М., 2000.
2. Дубоносов Е. С. Судебная бухгалтерия: Учебно-практическое пособие. М.: Книжный мир, 2004
3. Макальская М. Л., Мельник М. В., Пирожкова Н. А. Основы аудита: курс лекций с ситуацион-ными задачами. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2002
4. Подольского В. И. Аудит: Учебник / Под ред. В. И. Подольского. М.: Экономистъ, 2004.
5. Румянцев А. В. Финансовый контроль: Курс лекций. М.: Дело и Сервис, 2003.

Xidmət Sferasının Müəssisələrində Material Ehtiyatlarının Uçotunun Təkmilləşdirilməsinin Bəzi Məsələləri

Cəmilə Mustafayeva
cama_mustafayeva@mail.ru

Xülasə

Xidmət sferası müəssisələrinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyatində əsas yeri alıcı və müştərilərə xidmətlərin göstərilməsi proseslərinə aid olan təsərrüfat əməliyyatları tutur. Bu proseslərin təşkilinin mühüm elementlərindən biri material ehtiyatlarıdır. Material ehtiyatları xidmət müəssisəsinin aktivləri içərisində yüksək xüsusi çəkiyə malik olur. Material ehtiyatları xidmət prosesinin təşkilinin əsas təminedici bazasıdır. Material ehtiyatları xidmət prosesinin təşkil edilməsi üçün lazım olan əmək əşyalarıdır. Onlar xidmət prosesində bir dəfə iştirak edir və öz dəyərini göstərilmiş xidmətin üzərinə tamamilə keçirirlər. Material ehtiyatlarına məhsul istehsalı xidmət göstərilməsi üçün istifadə edilməsi nəzərdə tutulan xammal, əsas və köməkçi materiallar, yanacaq, yarımfabrikatlar və bitməmiş istehsalat daxildir. Material ehtiyatları üzrə baş vermiş təsərrüfat əməliyyatları xidmət müəssisəsinin təsərrüfat proseslərinin mühüm hissəsini təşkil edir. Belə təsərrüfat əməliyyatları müxtəlif çeşidlərdən olan xammal və materialların tədarük edilərək, daşınıb gətirilməsini, onların xidmət müəssisəsinin material anbarlarında müəssisəyə mədaxil edilərək, xidmətin ahəngdar təşkili üçün lazım olan miqdarda material ehtiyatlarının yaradılmasını, orada təhlükəsiz şəraitdə saxlanmasını, xidmət proseslərinin xarakterik xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq çeşidlənməsini, buraxılmasını və digər bu kimi çoxşaxəli proses və hərəkətləri əhatə edir. Ona görə də ölkəmizin iqtisadi inkişafında xidmət müəssisələrinin rolunun mütəmadi şəkildə artmaqda olduğu müasir dövrdə material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun təşkil edilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bütün bunlar xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsinin aktual olduğunu qeyd etməyə əsas verir. Bu məqalədə xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun təkmilləşdirilməsinin bir sıra əhəmiyyətli məsələlərindən bəhs edilir.

Açar sözlər: xidmət müəssisələri, material ehtiyatları, xidmət prosesi.

Giriş

Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu müəssisənin mühasibat uçotu sistemində çox əmək tutumlu sahə olduğu üçün burada material ehtiyatlarının uçotunun həm mühasibat uçotunun, həm də maliyyə hesabatının beynəlxalq standartları tələblərinə uyğun təşkil edilməsi ciddi təqiqat tələb edən məsələlərdən biridir. Xidmət müəssisəsinin təsərrüfat fəaliyyətinin ardıcıl olaraq təşkil edilməsi və istehsal prosesinin fasiləsizliyinin təmin edilməsi material ehtiyatlarının mütəmadi qaydada tədarük edilməsini, müəssisənin anbarlarında lazımi miqdarda və çeşiddə material ehtiyatlarının saxlanmasını, onların mövcudluğu vəziyyətinə daimi nəzarət edilməsini və xidmət prosesinin gedişinə uyğun olaraq ahəngdar qaydada istehsala buraxılmasını zəruri edir. Bütün bu proseslərdə material ehtiyatlarının mühasibat uçotunun böyük rolu vardır. Müəssisədə materialların daxil olmasının, xidmətin təşkil edilməsi proseslərinə buraxılmasının, xidmət proseslərində sərf edilməsinin, onların yerlərini dəyişməsinin müntəzəm qaydada uçotu aparılmalı, müəssisəyə gətirilən materialların kəmiyyət və çeşidlərinin xidmətin cari tələbatına uyğun olmasına, onlardan düzgün istifadə olunmasına, anbarda lazımi ehtiyat normalarına, xammalların, köməkçi materialların və sair materialların xidmət prosesinə buraxılışı normalarına düzgün riayət olunmasına nəzarət edilməlidir. Bu məsələlərdə material ehtiyatları üzrə baş vermiş təsərrüfat əməliyyatlarının düzgün sənədləşdirilməsi, materialların sintetik və analitik uçotunun aparılması və digər mühasibat uçotu informasiyaları mühüm rol oynayır.

Material ehtiyatlarının uçotunun tənzimlənməsi məsələləri "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tələblərindən irəli gəlir. Qanunun tələblərinə görə, müəssisənin bütün növlərdən olan aktivlərinin, öhdəliklərinin və kapitalının uçotu bu Qanun əsasında qəbul edilmiş mühasibat uçotu standartları üzrə təşkil olunur (Qanun, 2004).

Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin tədqiqinin xarakterik xüsusiyyətləri

Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin bir çox iqtisadçı alimlər tərəfindən tədqiq edilməsinə baxmayaraq, mühasibat uçotunun bu vacib və əhəmiyyətli sahəsi mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlarının tələbləri konteksində kifayət qədər araşdırılmamışdır. Digər bir tərəfdən də mühasibat uçotu elminin maliyyə uçotu və idarəetmə uçotu kimi iki istiqamətə bölünməsi material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin də daha geniş anlamda tədqiq edilməsini gündəmə gətirmişdir. Bu nöqteyi-nəzərdən material ehtiyatlarının uçotunun maliyyə aspektləri və idarəetmə aspektləri həm ayrı-ayrılıqda olmaqla, həm də bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədə tədqiq edilməlidir.

Müəssisənin ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin tədqiqi bir çox iqtisadçı alimlərin əsərlərində yer almışdır. İstər material ehtiyatları olsun, istərsə də mal ehtiyatları, istehsal ehtiyatlarının digər növləri, müəssisənin aktivlərinin əhəmiyyətli xüsusi çəkiyə malik olan hissəsini təşkil edir. Material ehtiyatlarının uçotunun bu və ya digər özünəməxsus xüsusiyyətlərinin tədqiqi Azərbaycanın bir sıra məşhur iqtisadçı alimlərinin əsərlərində əks etdirilmişdir. Bunlardan Ş.Ə.Səmədzadə, Q.Ə.Abbasov, S.M.Səbzəliyev, E.O.Cəfərov, Ə.S.Salahov, S.M.Qasımov, S.M.Süleymanov, V.M.Quliyev, A.R.Kərimov və başqalarının əsərlərini göstərmək olar. Xarici ölkə alimlərindən T.N.Babçenko, Y.N.Qalanina, V.F.Paliy, Y.V.Sokolov, V.V.Kaçalin, Kondrakov N.P., E.P.Kozlova, V.M. Matveyeva, N.A.Naumova, Ç.T.Xornqren, D.Foster və başqalarını göstərmək lazımdır. Bunlarla yanaşı, xidmət müəssisələrində müasir mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlarının tətbiq olunması şəraitində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin heç də bütün elementləri kifayət qədər tədqiq olunmamışdır. Ona görə də xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartlarin tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsi məsələlərinin bir daha tədqiq olunmasına ehtiyac duyulur.

Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun vəzifələri

Material ehtiyatlarının mühafizə edilib saxlanmasında və düzgün istifadə olunmasında mühasibat uçotu informasiyalarından istifadə edilir. Bu işlərdə təsirli nəzarəti təmin etmək üçün müəssisələrdə marketinq işinin, logistika və təchizat proseslərinin düzgün təşkil edilməsi, anbar və çəki-ölçü təsərrüfatının lazımi vəziyyətdə saxlanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Müəssisədə materialların daxil olması, onların ayrı-ayrı xidmət sahələrinə buraxılması, xidmət proseslərində sərf edilməsi və yerini dəyişməsinin müntəzəm uçotu aparılmalı, müəssisəyə gətirilən materialların kəmiyyət və çeşidlərinin xidmətin cari tələbatına uyğun olmasına, onlardan düzgün istifadə olunmasına, anbarda ehtiyat normalarına, habelə xammal, köməkçi və sair materialların buraxılışı normalına düzgün riayət olunmasına nəzarət edilməlidir.

Müasir dövrdə xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu qarşısında bir sıra vəzifələr vardır ki, bunlardan da aşağıdakıları göstərmək vacibdir:

1. Müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətində iştiraketmə xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, müxtəlif çeşidli material ehtiyatlarının yaradılması və onların xidmət sahləri üzrə düzgün bölünməsi üzərində nəzarət etmək;

2. Material ehtiyatları normalarına düzgün riayət etmək və normadan artıq material ehtiyatlarının yaradılmasının qarşısını almaq;

3. Materialların anbar uçotunun düzgün aparılması və onların çeşidlənməsi və kodlaşdırılması üzərində nəzarət etmək;

4. Materialların anbardan buraxılmasını özündə əks etdirən ilk sənədlərdə hansı xidmət sahəsi üçün buraxılmasının qeyd edilməsi üzərində nəzarət etmək;

5. Materialların qiymətləndirilməsinin müasir üsullarının düzgün tətbiq edilməsi üzərində nəzarət etmək;

6. Material ehtiyatlarının kart uçotunun düzgün təşkili və kartotekalarda qruplar (istehsal sahələri və ya vahidləri) üzrə (binalar, dəzgahlar, nəqliyyat vasitələri və s.) yerləşdirilməsi üzərində nəzarət etmək;

7. Material ehtiyatlarının planlaşdırılmış inventarizasiyalarının vaxtlı-vaxtında aparılması və onların nəticəsində aşkar edilmiş kənarlaşmaların uçotda düzgün əks etdirilməsini təmin etmək;

8. Material ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olması, saxlanması və xidmət sahələrinə buraxılması üzrə baş vermiş bütün təsərrüfat əməliyyatlarının müvafiq qaydalara uyğun düzgün sənədləşdirilməsinə nəzarət etmək və bu əməliyyatların mühasibat hesablarında düzgün əks etdirilərək, uçot registrlərinə vaxtlı-vaxtında işlənməsini təmin etmək və digər bu kimi vəzifələr.

Material ehtiyatlarının uçotuna dair beynəlxalq standartların tələbləri

Müasir dövrdə xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun vacib həlledici məsələləri "Ehtiyatlar" adlı 2 №-li Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartı ilə tənzimlənir. Bu Standartın məqsədi müəssisədə ehtiyatların uçotu qaydalarının müəyyən edilməsindən ibarətdir. Standartın 1-ci maddəsində göstərilir ki, ehtiyatların uçotunda əsas məsələ, onlara çəkilən məsrəflərin aktiv kimi tanınmalı olan və gələcək dövrlərdə onların satışınadək aktiv kimi saxlanılan dəyərinin müəyyən edilməsidir. Standart ehtiyatlara çəkilən məsrəflərin mümkün xalis satış dəyərinə qədər azaldılması hallarını müəyyənləşdirərək, ehtiyatların ilkin dəyərinin müəyyənləşdirilməsi üçün istifadə edilən hesablama üsullarına dair göstərişləri özündə əks etdirir (2 №-li Standart, www.maliyye.gov.az).

Material ehtiyatlarına münasibətdə "aktiv kimi tanınmalı olan dəyər" dedikdə, material qismində tanınan aktivlərin tədarükü, malsatan hüquqi və fiziki şəxslərdən satın alınması, daşınıb gətirilməsi, saxlanması, komplektləşdirilməsi, çeşidlənməsi və istehsala Xidmət prosesinə) buraxılmasınadək baş verən bütün xərclərin məcmu məbləği başa düşülür. Fiziki cəhətdən və özünün xarici görkəminə görə ehtiyatların digər növlərinə, məsələn, mal ehtiyatlarına bənzədiyinə, lakin iqtisadi xassələrinə görə fərqli bir aktiv növü olduğu üçün material ehtiyatlarının standart xarakterli müəyyənləşdirici əlamətlərində də bir çox özünəməxsus fərqləndirici yanaşmalar mövcud olacaqdır. Standartda önəmli yer almış "gələcək dövrlərdə onların satışınadək aktiv kimi saxlanılan dəyəri" ifadəsi material ehtiyatlarına münasibətdə bir anlamda, mal ehtiyatlarına münasibətdə isə başqa bir anlamda təzahür edə bilər. Belə ki, material ehtiyatları satış üçün deyil, məhsul istehsalı üçün nəzərdə tutulduğu halda, mal ehtiyatları birbaşa satış məqsədi üçün saxlanılır. Son mərhələdə hər iki ehtiyat növünün satış prosesindən keçməklə pul aktivinə çevrilməsinə baxmayaraq, material ehtiyatları pul aktivlərinə çevrilənədək, mal ehtiyatlarına nisbətdə daha uzun yol qət etməli olur. O, satış mərhələsini keçməzdən əvvəl xidmətin yerinə yetirilməsi proseslərində iştirak edərək, bu prosesləri keçməli, burada göstərilən xidmətin dəyərinin tərkibində satış üçün yararlı olan vəziyyətə gətirilərək, öz dəyərini göstərilən xidmətin dəyəri ilə birləşdirməli və yalnız bundan sonra satış mərhələsinə daxil olmalıdır. Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının pul aktivinə çevrilməsi prosesində daha uzun yol qət etməsi

müəssisənin praktik təsərrüfat fəaliyyətində daha ciddi şəkildə nəzərə çarpır ki, bu da onların uçotu məsələlərinin bir sıra özünəməxsus xarakterik xüsusiyyətlərini şərtləndirir. Belə xüsusiyyətlərdən bir çoxu müəssisədə mövcud olan material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi ilə əlaqədardır. Çünki material ehtiyatlarına aid olan və Standartda verilmiş "gələcək dövrlərdə onların satışınadək aktiv kimi saxlanılan dəyəri" ifadəsi ilə qəbul edilən dəyərin tanınması prosesi həmin ehtiyatların qiymətləndirilməsi vasitəsi ilə yerinə yetirilir.

Qiymətləndirmənin iqtisadi məzmunu tam bir prosesi ifadə etməklə, mühasibat uçotunun müstəqil xarakterə malik olan, özünün bir sıra nəzəri və praktiki xüsusiyyətləri ilə fərqlənən bir metodu kimi məşhurdur. Ehtiyatların qiymətləndirilməsi məsələləri 2 №-li Standartda özünəməxsus yer almışdır. Burada göstərilir ki, ehtiyatlar müəssisənin maliyyə hesabatında real dəyərlə əks etdirilmək üçün onlar mühasibat uçotunda mümkün xalis satış dəyəri ilə qiymətləndirilməlidir. Ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin məzmunu Standartda belə ifadə olunmuşdur: "Mümkün xalis satış dəyəri – müəssisənin işinin normal gedişatı zaman nəzərdə tutulmuş satış qiymətindən işin tamamlanmasına çəkilməsi ehtimal edilən xərclər və satışın həyata keçirilməsi üçün ehtimal edilən xərclər çıxıldıqdan sonra qalan məbləğdir" (2 №-li Standart, www.maliyye.gov.az).

Peşəkar mühasib proqramının fundamental səviyyəsinə aid olan "Maliyyə uçotu" dərsliyində (F3, proqramın 3-cü fənni) ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin məzmunu aşağıdakı məzmunda verilir: "Mümkün xalis satış dəyəri dedikdə, müəssisənin gündəlik fəaliyyəti ilə bağlı gözlənilən satış qiyməti ilə bu satışın həyata keçməsi ilə əlaqədar çəkilən, gözlənilən tamamlama və digər birbaşa xərclərin fərqinə bərabər olan dəyər nəzərdə tutulur" (Maliyyə uçotu, 2013, s.182).

Bizim fikrimizcə, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin burada verilmiş məzmununa aid mənbələrin hər ikisində eyni yanaşma olsa da, onların təqdimatı tərzində müəyyən fərqli xüsusiyyətlər də nəzərə çarpır ki, bu da mühasibat uçotunda ayrıca bir ehtiyat növü kimi yer almış material ehtiyatlarına münasibətdə əhəmiyyətli ola bilər.

Material ehtiyatlarına münasibətdə mümkün xalis satış dəyəri və ədalətli dəyər kimi ifadə edilən dəyər növləri də müəyyən özəlliklərə malik ola bilər. Standartın ifadə tərzi istehsal proseslərindəki ehtiyatlardan daha çox xidmət və ticarət proseslərindəki ehtiyatlara yaxındır, lakin son nəticədə bu iki sferanın hər birinin yekun nəticəsi eyniləşdirilir. Məsələn, biz sənaye müəssisələrində mövcud olan material ehtiyatlarından söz açarkən, ilk növbədə onların satışı haqqında deyil, istehsala buraxılması və istehsal proseslərini keçərək, bu proseslərdən çıxan hazır məhsulun dəyərinin tərkibində təcəssüm etməsi barəsində düşünürük. Standartda isə ehtiyatların satışı zamanı meydana çıxan dəyərdən söhbət gedir. Qeyd edilir ki, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyəri müəssisənin işinin normal gedişatı zamanı ehtiyatların satışı nəticəsində əldə edilməsi ehtimal edilən xalis məbləğdir. Həmçinin, ehtiyatların ədalətli dəyəri ölçülmə tarixinə bazar iştirakçıları arasında həmin mal-material ehtiyatlarının onların əsas bazarında normal şərtlər çərçivəsində satıla biləcək qiymətini əks etdirir. Sözü gedən anlayışlardan birincisinin müəssisəyə xas olan dəyər olduğu, digərinin isə müəssisəyə xas olmadığı qeyd edilir və göstərilir ki, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyəri satış xərcləri çıxılmaqla, ədalətli dəyərə bərabər olmaya bilər. Eyni zamanda göstərilir ki, ehtiyatlar mövcud olan iki dəyərdən ən aşağı dəyərlə qiymətləndirilməlidir: ilkin dəyər və ya mümkün xalis satış dəyəri. Bütün bunlar material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsinə birbaşa təsir edən standart yanaşmalardır.

Standartın 25-ci maddəsində qeyd edilir ki, ehtiyatların ilkin dəyəri "ilk mədaxil – ilk məxaric" (FİFO) və ya orta çəkili dəyər düsturu əsasında hesablana bilər. Müəssisə, ehtiyatların ilkin dəyərinin

hesablanmasında tətbiq etdiyi eyni düsturu xüsusiyyəti və istifadə edilməsi baxımından eyni olan bütün ehtiyatlara tətbiq etməlidir. Müxtəlif xüsusiyyətlərə malik olan və müəssisə tərəfindən müxtəlif cür istifadə edilən ehtiyatların ilkin dəyərini hesablamaq məqsədilə müxtəlif üsullardan istifadə edilə bilər. Göründüyü kimi, ehtiyatların ilkin dəyərinin hesablanması metodları sırasında LİFO metodu kimi tanınan "son mədaxil – ilk məxaric" metodu Standartda göstərilməmişdir. Bu isə o deməkdir ki, müasir dövrdə müəssisənin praktik təsərrüfat fəaliyyətində "son mədaxil – ilk məxaric" metodunun (LİFO) tətbiq edilməsi halı Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartları tərəfindən dəstəklənmir və onların tələblərinə uyğun deyildir. Ehtiyatların digər növləri kimi, material ehtiyatları da FİFO metoduna əsasən qiymətləndirilməlidir. Bu metodun mahiyyətinə görə hesabat dövrünün əvvəlində əldə olunmuş ehtiyat vahidlərinin və hesabat dövrünün sonunda ehtiyatda qalan vahidlərin müvafiq olaraq, satılması və istehsal edilməsi və ya əldə olunması nəzərdə tutulur. Material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi üçün Standartın icazə verdiyi digər bir qiymətləndirmə metodu orta çəkili dəyər metodudur. Orta çəkili dəyər metodunun istifadəsi zamanı hər bir vahidin dəyəri hesabat dövrünün əvvəlinə mövcud olan analoji vahidlərin orta dəyəri və hesabat dövrü ərzində alınmış və ya istehsal edilmiş analoji vahidlərin dəyəri əsasında müəyyənləşdirilir. Orta rəqəm müəssisənin iş şəraitindən asılı olaraq, vaxtaşırı və ya hər növbəti tədarük alındıqca hesablana bilər (2 №-li Standart, www.maliyye.gov.az).

Material ehtiyatlarının uçotuna aid edilən əməliyyatların sənədləşdirilməsi

Material ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olması əməliyyatları malsatan müəssisənin yazmış olduğu hesab-fakturada əks olunur. Hesab-fakturaya daxil olan materialların spesifikası (spesifika bir şeyin dəqiqləşdirilmiş təsnifatı deməkdir), dəmir yolunun qaiməsi, avtomobil daşımaları zamanı mal-nəqliyyat qaiməsi və digər bu kimi sənədlər əlavə edilir. Müəssisəyə daxil olan material ehtiyatları onların saxlanmasına cavabdeh olan maddi-məsul şəxslər (material anbarının müdiri, sahə rəisi, sex nümayəndəsi, baş usta və digərləri) tərəfindən sayılır, ölçülür, çəkilir və qəbul edilir. Material ehtiyatları qəbul edildikdən sonra onları qəbul edən maddi-məsul şəxslər tərəfindən mədaxil qaimələri, qəbul aktları və digər bu kimi sənədlər tərtib edilir. Material ehtiyatlarının daxil olmasını əks etdirən hesab-fakturada və mədaxil sənədlərində materialların adı, ölçü vahidi, miqdarı, qiyməti və məbləği göstərilir.

Material ehtiyatları anbara təkcə malsatanlardan deyil, həm də təhtəlhesab şəxslərdən (məsələn, təsərrüfat və dəftərxana malları), eləcə də müəssisənin öz ehtiyacı üçün alətlər, xüsusi ştamplar, qəliblər, qurğular hazırlayan köməkçi istehsalatından da daxil olurlar.

Material ehtiyatlarının malsatan müəssisələrdən tədarük edilməsi və müəssisəyə mədaxil edilməsi bir sıra ardıcıl sənədləşdirmə prosesinin yerinə yetirilməsi ilə müşayiət olunur. Xidmət müəssisəsinə malsatan müəssisələr tərəfindən göndərilmiş material ehtiyatlarına aid malsatan müəssisə ödəniş tələbnamələri yazır, onlara materialların göndərilməsini təsdiqləyən hesab-fakturaları əlavə edərək, bu sənədləri ödəniş etmək üçün banka verir və eyni zamanda poçt ilə müəssisənin ünvanına göndərirlər. Ödəniş tələbnamələri qeydiyyatdan keçirildikdən sonra daxili nömrə ilə qeydiyyata alınır və ödəmək üçün müəssisənin mühasibatına verilir, hesab-faktura, qəbz və mal-material qaimələri isə yükləri almaq və çatdırmaq üçün logistika və ekspedisiya şöbəsinə verilir və sonra müəssisənin mühasibatı malsatanlarla hesablaşma aparır.

Material ehtiyatlarının anbardan xidmət sahələrinə və istehsalata buraxılması əməliyyatları limit-zabor kartları, aktlar, tələbnamələr, qaimə-tələbnamələr, komplektləşdirmə cədvəlləri, biçim kartları və digər

bu kimi sənədlər tərtib etməklə rəsmiləşdirilir. Burada dövrü olaraq lazım olan (təsərrüfat ehtiyaclarına, cari təmirə və başqa məqsədlərə) və yaxud müəyyən edilmiş limitdən artıq olan materialların buraxılışı iki nüsxədən ibarət tələbnamənin yazılması ilə sənədləşdirilir. Material ehtiyatlarının müəssisə daxilində hərəkətini, bir maddi-məsul şəxsdən digərinə verilməsini və kənar təşkilatlara buraxılmasını sənədləşdirmək üçün iki nüsxədən ibarət qaimə-tələbnamə tətbiq edilir. Bu sənədlər maddi-məsul şəxslərin hesabatlarına əlavə edilərək, müəssisənin mühasibat şöbəsinə təhvil verilir. Həmin sənədlərin əsasında isə material ehtiyatlarının həm sintetik, həm də analitik uçotu prosesləri təşkil edilir. Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının idarəetmə uçotu prosesləri də eyni sənədlərdən istifadə etməklə yerinə yetirilir. Bu isə göstərir ki, material ehtiyatlarının həm maliyyə uçotu, həm də idarəetmə uçotu eyni sənədlərdə əks etdirilmiş informasiyalar əsasında aparılır.

Material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğunlaşdırılması

Xidmət müəssisələrində müştəri və alıcılara xidmətin göstərilməsi prosesləri material ehtiyatlarının istifadə edilməsi ilə sıx bağlıdır. Xidmət proseslərində materialların istifadə edilməsinin əlverişli uçotunu aparmaq və onların sərf edilməsi üzərində nəzarəti səmərəli təşkil etmək məqsədi ilə, eləcə də xidmət nomenklaturasının xarakterik xüsusiyyətlərinə uyğun olan geniş çeşiddə material ehtiyatlarının mövcud olması ilə əlaqədar olaraq, burada material ehtiyatlarının iriləşdirilmiş iqtisadi təsnifatına uyğun olan ledcer hesablarından istifadə edilməsi məqsədəuyğundur. Bizim fikrimizcə, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu proseslərinin Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarının tələblərinə uyğun yerinə yetirilməsi üçün müəssisədə "Material ehtiyatları" adlanan ledcer hesabı yaradılmalıdır. Material ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olmasına dair bütün təsərrüfat əməliyyatları bu ledcer hesabının debetinə, xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması və digər məxaricinə aid olan əməliyyatlar isə kreditinə yazılmalıdır. Bununla yanaşı, bizim fikrimizcə, müasir dövrdə xidmət müəssisələrində mövcud olan material ehtiyatlarının mühasibat uçotunda optimal və dəqiq şəkildə əks etdirilməsi üçün "Material ehtiyatları" adlanan əsas ledcer hesabının tərkibində aşağıdakı təsnifat qruplarına uyğun olan alt-ledcer hesablarının, yəni subhesabların yaradılması məqsədəuyğundur:

1. Xammal və materiallar;
2. Satın alınmış yarımfabrikatlar, komplektləşdirici məmulatlar, konstruksiya və hissələr;
3. Kənara emala verilmiş xammal və materiallar;
4. Sosial-mədəni təyinatlı müəssisələrdə olan məhsullar;
5. Tikinti materialları;
6. Toxum və yem;
7. Yanacaq;
8. Ehtiyat hissələri;
9. Sair materiallar.

Bununla yanaşı, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının mühasibat uçotunda tədarük və istifadə prosesləri ilə kompakt şəkildə əks etdirilməsi üçün "Malsatan və podratçılara qısamüddətli kreditor borcları" ledcer hesabının, "Təhtəlhesab məbləğlər" ledcer hesabının və "Xidmət prosesinə məsrəflər" ledcer hesabının da yaradılması vacib hesab edilir. Müəssisədə material ehtiyatlarının tədarükü və xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması prosesləri bu ledcer hesablarında əks etdirilir. Malsatan

müəssisələrdən material ehtiyatlarının xidmət müəssisəsinə daxil olması və eyni zamanda onun material anbarına mədaxil edilməsi əməliyyatlarının "Material ehtiyatları" ledcer hesabının debetində və "Malsatan və podratçılara qısamüddətli kreditor borcları" ledcer hesabının kreditində əks etdirilməsi, təhtəlhesab şəxslər vasitəsilə alınmış materialların anbara mədaxil edilməsi əməliyyatlarının isə "Material ehtiyatları" ledcer hesabının debetində və "Təhtəlhesab məbləğlər" ledcer hesabının kreditində əks etdirilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Bu şəraitdə materialların xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması və sərf edilməsi əməliyyatları "Xidmət prosesinə məsrəflər" ledcer hesabının debetində və "Material ehtiyatları" ledcer hesabının kreditində, onların müəssisənin daxilində bir maddi-məsul şəxsdən digərinə buraxılması əməliyyatları isə "Material ehtiyatları" ledcer hesabının həm debetində həm də kreditində əks etdiriləcəkdir.

Burada göstərilən ledcer hesablarının yaradılması və onların material ehtiyatlarının uçotunda istifadə edilməsi məsələləri müəssisənin uçot siyasəti haqqında əsasnaməsində rəsmi şəkildə qeyd edilməlidir. Müəssisənin uçot siyasətinin bu hissəsinin məzmunu "Ehtiyatlar" adlı 2№-li Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartının tələbləri çərçivəsində formalaşdırılmalıdır.

Nəticə və təkliflər

Beləliklə, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunda beynəlxalq standartların tələblərinin nəzərə alınması ehtiyatların digər növlərinə nisbətdə bir sıra özünəməxsus xüsusiyyətlərə malik olsa da, son nəticədə maliyyə hesabatı informasiyalarının formalaşdırılmasına xidmət edir və onların müəssisədə düzgün tətbiq edilməsi mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsini təmin edir. Ona görə də ölkəmizdə mühasibat uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsi üçün bütün xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun müasir standartların tələbləri çərçivəsində aparılmasını və həmin tələblərin diqqətlə öyrənilərək, uçot proseslərində tətbiq edilməsini təklif edirik.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu. Bakı, 2004
2. "Ehtiyatlar" adlı 2 nömrəli Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartı. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin internet saytı. www.maliyye.gov.az.
3. Maliyyə uçotu. Peşəkar mühasib proqramı. Fundamental səviyyə, 3-cü fənn. "Get Through Guides Limited UK" şirkəti tərəfindən tərtib olunmuş və ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) tərəfindən tövsiyə olunmuş tədris vəsaiti. METM tərəfindən ingilis dilindən tərcümə. Bakı-2013, 680 səh.

Covid-19 Virusunun Şirkətlərin Mənfəət Və Zərər Hesabatında Etdiyi Təsir Və Şirkətlərin Fəaliyyətini Davam Etdirə Bilməsi üçün Görüləcək Tədbirlər

Elvin Qaffarlı

elvingaffarlı@gmail.com

Xülasə

Qloballaşan dünya böyük bir tibbi problemlə qarşı-qarşıyadır. Sürətli şəkildə dünyaya yayılmaqda olan Covid-19 virusu insanların sağlıqlarınına ciddi təsir etməklə yanaşı iqtisadiyyata da təsirləri danılmaz faktdır. Covid-19 demək olar ki, bütün fəaliyyət sektorlarına təsir edir. Bu təsirləri müsbət və mənfi istiqamətdə olmaqla ikiyə ayrılır. 2020-ci ili şirkətlərin maliyyə dövrü olaraq götürsək o zaman bu fəaliyyət dövründə mənfəət və zərər hesabatında Covid-19 virusunun etdiyi mənfi təsirləri nəzərə alacayıq və bu təsirlər bir çox şirkətdə xalis mənfəətin azalmasına gətirib çıxaracaqdır ki, bu da müəssisələrin illər üzrə fəaliyyət trendindəki xalis mənfəətin azalmasına və ya daha çox artması gözləntisi varkən daha az artımın olmasına gətirib çıxaracaqdır. Bu hal sahibkarlar üçün arzuolunan hal deyildir. Covid-19 virusu şikətlərin mənfəət və zərər strukturuna diqqət yetirdiyimiz zaman orda yer alan alt başlıqlardan satışlarda azalma müşahidə olunacaqdır ki, bunu bərpa etmək üçün müəssisələr bu fors-major hal keçdikdən sonra ya satış qiymətlərini artırmalıdırlar ki, bu infiliyasiyaya səbəb olacaqdır ya da xərclərin marjasını keçən ilki səviyyədə saxlamaq üçün bəzi azalmalara gediləcəkdir. Bu azalmalar işçilərin işdən çıxarılmasından tutmuş icarə haqqının daha az verilməsi üçün kiçilmələrə doğru istiqamətlənməkdədir. Müəssisələrin bu kimi dövürdən daha az zərərlə çıxması üçün bəzi fəaliyyət seqmentlərində özlərininin, bəzilərində dövlətin, bəzilərində isə hər ikisinin birlikdə əməkdaşlıq etməsi ilə fəaliyyətlərinin sürdürüləbilirliyini təmin etməlidirlər. Covid-19 virusu müddətində əsas diqqət məsafədən xidmətə yönəldilməldir və şirkətlər informasiya texnologiya bazalarını gücləndirməli, kuryer xidmətləri səviyyəsinin artırılmasını təmin etməlidir. Dövlət isə öz növbəsində genişləndirici iqtisadi siyasətə getməli, ya pul emissiya etməli ya da vergi güzəştləri edərək büdcə gəlirlərindəki azalmaları qəbul etməlidir

Açar sözlər : Covid-19 virusu, Mənfəət və zərər hesabatı, Xalis mənfəət, Dövlət müdaxiləsi

Giriş

Covid-19 virusunun dünyada getdikcə yayılması müşahidə edilir. Yayılan bu virus səhiyyə sektoru ilə yanaşı bir çox sektora, eyni zamanda iqtisadiyyat sektoruna da ciddi təsirləri görülməktədir. İqtisadiyyat sektoruna olan təsirləri araşdırmaq üçün bir çox faktorla yanaşı şirkətlərin maliyyə hesabatlarındaki dəyişiklikləri izləmək lazımdır. Bu dəyişiklikləri izləsək düşülən çətin vəziyyətdən çıxış yollarınının bir neçəsini axtarıb tapmaq mümkün olar. Covid-19 virusu bir çox şirkətlərə mənfi təsir etsə də, bəzi şirkətlərə müsbət təsirinin olması da danılmaz faktdır. Qeyd olunan virusun təsirlərini müəssisələrin mənfəət və zərər hesabatına baxaraq onun bu hesabatda qeyd olunan alt başlıqlara etdiyi təsirləri qeyd edəcəyik. Eyni zamanda dövlətin fəaliyyət istiqamətinin müəyyənləşdirməsi şirkətlərin fəaliyyət gedişatına bağlıdır ki, bunun da izlənilməsi yolu mənfəət və zərər hesabatındaki xərclərdəki dəyişilmələrdir.

Metod

Covid-19 virusunun müəssisələrin mənfəət və zərər hesabatlarına təsiri müəyyənləşdirmək üçün ilk öncə mənfəət və zərər hesabatı maliyyə ilə bağlı kitablar vasitəsi ilə öyrənilməlidir. Burada əsas olaraq mənfəət və zərər hesabatının strukturu, oraya daxil olan alt başlıqlara bəzi dəyişmələrin müsbət, bəzilərinin mənfi və bəzilərinin isə ümumiyyətlə təsir etməyəcəyini praktik və nəzəri bilgilərə müəyyən etmək lazımdır. Edilən təsirlərdən isə necə çıxılacağını analitik düşüncə və cari tarixədək bu kimi situasiyalarda dövlət müdaxilələrinin necə təsir etdiyini materiallardan oxuyaraq analitik düşünmək lazımdır

Araşdırma Modeli

Tədqiqatın məqsədi iqtisadiyyatın Covid-19 virusu şəraitində maksimum zərər alınması üçün sahibkarlıq fəaliyyətinə yardımlar etməkdir. İqtisadiyyatın çünki əsas istiqamətverici qüvvəsindən biri də sahibkalıq fəaliyyətidir. Bu araştırma modeldə əsasən praktik və analitik biliklər nəzəri biliklərlə sintezlənərək ön plana alınmışdır.

Analiz

Covid-19 virusunun təsirlərini aşağıdaki hissələrə bölmək olar:

1. Dərhal mənfi təsirə məruz qalanlar

2. Müsbət təsirə məruz qalanlar

1.Dərhal mənfi təsirə məruz qalan biznes sahələrinə nümunə olaraq restoran, kafe, ictimai iaşə obyektləri və insanların asudə vaxtlarını keçirdiyi obyektlərdir. Qeyd olunan fəaliyyətlərlə məşğul olan müəssisələrdə satışlarda ciddi şəkildə azalma müşahidə olunur və nağd vəsaitlərin idarə olunmasında problem yaşayırlar. Mənfəət və zərər hesabatının qısa dönəmdə necə dəyişildiyini təhil edəcəyik. Ölkədəki vəziyyətlə əlaqədar mal idxalı və ixracında problem olmadığına görə maya dəyərində yer alan material xərcləri stabil qala bilər istehsalat obyektlərinin fəaliyyətlərini dayandırmadığı müddətdə, ancaq neftin qiymətindəki kəskin düşüşü və bununla gələcək potensial devalvasiyanı nəzərə alsaq idxaldan asılı olan bizneslərin maya dəyərindən birbaşa olaraq artım müşahidə olunması gözləntisi vardır ki, qısa dönəmdə isə stabil qalacaqdır. Xidmət sahəsindəki işçilərin əməkhaqqıları maya dəyərində nəzərə alındığına görə satışların düşməsi sahibkarları xərclərin azaldılmasına görə işçi ixtisarlarına getməyə sövq edir. Satışlardaki azalmanın başlanğıc mərhələdə maya dəyərindəki azalmadan daha çox olduğunu nəzərə alaraq ümumi gəlirdə azalma müşahidə olunacaqdır. Satışların azalması bizneslərin əməliyyat xərclərinin də azalmasına gətirib çıxaracaqdır. Əməliyyat xərcləri daxilində yer alan icarə haqqı qısa müddətdə stabil qalır, uzunmüddətdə isə ya daha ucuz yer tapılır satışdaki marjasının artımın azaldılmasına görə ya da fəaliyyət tamam olaraq dəyandırılır. Satışın dəyandırılmasından dolayı fəaliyyət dayandırılır ki, bu da administrativ xərclərin olmamasına gətirib çıxaracaqdır və fəaliyyətin olmaması digər xərclərin də olmamasına səbəb olacaqdır. Mənfəət vergisi şirkətlərdən növbəti ildə əldə olunan mənfəətin 20% həcmində olacaqdır və ümumi gəlirin az olması mənfəətin də azalmasında gətirib çıxaracaqdır ki, bu müəssisənin əvvəlki il ilə müqayisədə daha az vergi verməsinə, eyni zamanda dövlətin büdcəsinə daha az vergi daxilolmasına səbəb olacaqdır. Baxmayaraq ki, şirkətin xərclərində azalmalar müşahidə olunur, lakin şirkətin satışlarının azalmasının daha çox olması onun il qısa dönəmdə keçmiş ilin eyni dövrü ilə müqayisədə daha az xalis mənfəətin əldə olunmamasına səbəb olacaqdır.

2. Müsbət təsirə məruz qalanlar kimi Covid-19 virusu şəraitində insanların daha çox ev şəraitində karantin vəziyyətində qalması və onların daha çox qida məhsulu istehlak etməsinə səbəb olur ki, bu da misal üçün qıda məhsulu satışı həyata mağazaların keçirən və yaxud evə qida məhsullarını çatdıran restoranların eyni zamanda internet üzərindən dərs keçən kursların satışlarında artış müşahidə olunacaqdır ki, bu kimi fəaliyyət sektorlarının xalis mənfəətlərində ciddi artım müşahidə olunacaqdır. Bu tipli biznes fəaliyyətlərinin misal üçün kuryer biznesinin restoran biznesi ilə əlaqəsini qurmaq lazımdır ki, hər iki sektor fəaliyyətini davam etdirsin.

Cədvəl 1: Cari vəziyyətdəki mənfəət və zərər hesabatında mənfi təsirə məruz qalanlar

№	Göstəricilər	Artım / Azalma / Stabil
1	Satış	Azalma
2	Maya dəyəri	Stabil
	Material xərcləri	Stabil
	İşçilik xərcləri	Stabil
3	Ümumi gəlir	Azalma
4	Əməliyyat xərcləri	Azalma
	İşçilik xərcləri	Stabil
	İcarə xərcləri	Stabil
	Administrativ xərclər	Azalma
	Digər xərclər	Azalma
5	Mənfəət vergisi	Azalma
6	Xalis mənfəət	Azalma

Mənbə: Gregory, M. (2008). Essentials of Financial Statement Analysis. Worthy and James Publishing, 68

Nəticə

Dövlət dəstəkli görüləcək fəaliyyətlər və nəticələrini aşağıdaki şəkildə qruplaşdırmaq olar:

1. Əgər dövlət pul emissiya edərək şirkətlərin fəaliyyətinin davam etdirilməsi üçün onlara vəsaitlər ayırarsa və bunu uzun müddətə müəssisələrə kredit kimi faizsiz və ya çox aşağı faiz ilə verərsə müəssilərin fəaliyyətləri davam edər və edilən bu yardımın qarşılığınını uzun müddətə işçilərindən və ya cuzi dərəcədə satışların qiymətini artıraraq sonraki dövrdə uzunmüddətə yayaraq hissə-hissə olaraq dövlətə geri qaytara bilər və bu iqtisadiyyatda infilyasiya cuzi miqdarda olsa belə və yaxud işçilərin əməkhaqqı ödənişlərində azalma olsa belə cuzi miqdarda ancaq iqtisadiyyatın fəaliyyətinin davam etdirilməsinə gətirib çıxaracaqdır (Egilmez, 2020).

2. Sahibkarlardan alınan vergi miqdarında azalmaya gedilərək şirkətlərin mənfəət və zərər strukturundakı xərclər sırasına daxil olan hissələrdən birinin azaldılması xalis mənfəətin dövlət müdaxiləsiz vəziyyətinə nisbətdə daha çox olmasına gətirib çıxaracaqdır ki, bu da sahibkarların fəaliyyətlərinin davam etdirilməsinə yol açacaqdır. (Liferenko,2010)

3. Xaricdən mal idxal edən şirkətlərə gömrük vergisi güzəştləri edərək sonraki dövrdə maya dəyərinin azalmasına və maya dəyərinin bir xərc ünsürünün olduğuna görə xalis mənfəətin daha az azalmasına gətirib çıxaracaqdır.

4. Ölkədəki kommunal xərclərin dövlət tərəfindən qarşılanması və yaxudda qiymətlərindəki azalmaya gedilmək müəssisələr müsbət təsir edəcək məqamlardandır ki, bunu da dövlət digər xərclərini azaldaraq vəsaiti bu istiqamətə yönləndirə bilər və yaxudda qeyd olunan kommunal ödənişləri təchiz edən qurumların vergisini azaldaraq ordan əldə olunacaq vergi müqabilində sahibkarlarına güzəştlərdə gedilə bilinər.

5. Uçot dərəcəsinin azaldılması nəticəsində depozit yatırımlarında faiz dərəcələri aşağı düşdüyünə görə əlində vəsaiti olan şəxslər investisyaya yönələcəkdir və sahibkarlıq fəaliyyəti davam etməkdə olacaqdır.

6. Şirkətlərin əsas vəsait alışına dövlət tərəfindən yardım edilə bilinər ki hansı ki, bu avadanlıqlar müəssisələrin satışını artıracaq və daha az əmək gücündən istifadə olunacaq, amma əvvəlki işçi ştatının sabit saxlanılması şərti ilə həyata keçirilməlidir.

Şirkətlərin daxili fəaliyyət dəyişiklikləri hesabında fəaliyyətlərinin davam etdirilməsinə cəhdlərdə ən əsası məsafədən xidmət və satış həyata keçirilməsinə yönəlinməlidir. Bu müəssisənin xidmət keyfiyyətinin artmasına və yaxud bank tipli biznes fəaliyyətində daha az obyektdən yəni filialdan, digər bizneslərdə isə satış məntəqələrindən istifadə edərək daha çox şəxsə ximət göstərilə bilinəcək. Covid-19 virusu olan bir muhitdə daha çox informasiya texnologiyalarından və kuryer xidmətlərindən istifadə edinilməlidir. Şirkətlərin satışını artıracaq daha az əmək tələb edəcək avadanlıqlar alınaraq fəaliyyətə əlavə investisiya qoyuluşu edilə bilinər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Liferenko, Q. T. (2010). Müəssisənin maliyyə təhlili. İqtisat Universiteti Nəşriyyatı, 25-42
2. 2.Thomas R. İ. (2009). Financial statements a step-by-step to understanding and creating financial reports. Career Press, 152-153
3. 3.Gregory, M. (2008). Essentials of Financial Statement Analysis. Worthy and James Publishing, 70, 64-68
4. 4.Erich A. H. (2001). Financial analysis tools and techniques. McGraw-Hill, 92-93
5. 5.Thomas R.R. Hannie V.G., Elaine H. ve Michael A.B. (2009). İnternational Financial Statement Analysis. John Wiley & Sons, İnc. 6-7
6. 6..https://fins.az/az/dunya/229453/dunya-iqtisadiyyati-ucun-koronavirusun-7-neqativ-tesiri/ (30.03.2020)
7. 7..http://www.mahfiegilmez.com/2020/03/ekonomik-daralmay-minimum-duzeyde.html (29.03.2020)

Kommersiya Təşkilatlarının İdarəedilməsində Maliyyə Vəziyyətinin Təhlili Anlayışı və Təməl Prinsipləri

Gülbahar Abdıyeva

qulu_abdiyeva@mail.ru

Xülasə

Müəssisələrin maliyyə vəziyyətinin və fəaliyyət effektivliyinin təhlilinin təməl məqsədi onlardan istifadə edilə bilməsi üçün istifadəçilərə (menecerlər, işçilər, hökumət, kreditorlar, investorlar və s.) maliyyə vəziyyəti, fəaliyyəti, gəlirliliyi və pul axını haqqında real məlumat verməkdir. Nəzərə alsaq ki, firmalarla əlaqəli bütün müəssisə və qurumlar qərar qəbul etməzdən əvvəl maliyyə hesabatlarını nəzərdən keçirirlər, bundan sonra maliyyə vəziyyətinin təhlilinin əhəmiyyəti daha da aydın olur. Maliyyə vəziyyətinin təhlili - müəssisənin fəaliyyətindəki effektivlik və müvəffəqiyyət dərəcəsini ölçmək, işin əsas və ikinci dərəcəli hədəflərinə çatıb-çatmadığını müəyyənləşdirmək və hədəfə çatmama səbəblərinin araşdırılmasının rəhbərlik baxımından nə qədər vacib olduğunu araşdırır. Maliyyə vəziyyətinin təhlili gələcək planların hazırlanmasında, istehsalın miqdarı, tərkibi və qiymət siyasətinə dair qərar qəbul edilərkən müəssisələrin idarə edilməsi baxımından vacib olur. Bazar iqtisadiyyatı mühitində sahibkar gözlənilmədən iflasa gedə bilər, yəni maliyyə aspektindən çətinliyə düşə bilər. Bu səbəbdən də, nəinki maliyyə vəziyyəti mürəkkəb olan, maliyyə ehtiyatları çatışmayan firmalarda, o cümlədən yetərli qədər nəğd vəsaiti olan, tədiyyə öhdəlikləri vaxtı-vaxtında icra edilən təsərrüfat subyektləri üzrə də maliyyə vəziyyətini analiz etməklə yaxın və yaxud uzun müddətli dövrdə gözlənilən maliyyə vəziyyətini müəyyən etmək tələb olunur.Tədqiq olunan maliyyə vəziyyətinin təhlili mövzusuna dair xarici ölkə alimlərindən Denison, D. R., Kovalev V.V., Savitskaya G.V., Sheremet A.D., və başqaları elmi tədqiqat işləri tərtib etmişlər. Azərbaycanın iqtisadçı-alimlərindən isə Cəfərli H.A., Müslümov S.Y., Kazımov R.N., Paşayev K.R., Məmmədov T.C. və digərlərinin adlarını çəkə bilərik. Maliyyə vəziyyətinin və maliyyə performasının qiymətləndirilməsi və təhlili mövzusunda imkluziv elmi araşdırmalar aparılmışdır. Lakin ölkəmizdə beynəlxalq maliyyə analizi metodlarının tətbiqi ilə bağlı perspektivlər bu işlərdə tam olaraq öz həllini tapmamışdır.

Açar sözləri: Maliyyə, kommersiya, bazar iqtisadiyyatı, sahibkarlıq

Giriş

Müəssisənin maliyyə vəziyyəti bir iqtisadi kateqoriyadır və kapitalın dövr etmə prosesi zamanı onun hansı vəziyyətdə olmasını göstərir. Biz maliyyə vəziyyəti dedikdə, təşkilatın öz fəaliyyətini maliyyə ilə təmin edə bilmək qabiliyyətini ifadə etmiş oluruq. O, kommersiya təşkilatının normal fəaliyyət göstərməsi üzrə maliyyə ehtiyatları ilə təminatı, onların məqsədli şəkildə yerləşdirilə bilməsi və effektiv istifadəsi, ödəmə qabiliyyəti və maliyyə stabilliyi ilə səciyyələnir. İstehsalın təşkili, təhcizat və satış, eləcə də maliyyə fəaliyyəti prosesi zamanı kapitalın durmadan dövranı prosesi meydana gəlir, vəsaitlərin strukturu və mənbələri, maliyyə ehtiyatlarının həcmi və onlara tələb dəyişir ki, nəticə etibarı ilə təşkilatın maliyyə vəziyyəti də transformasiya edir.

Səhm alanlar isə səhm buraxanların likvidlik dərəcəsi ilə, yəni səhmlər üzrə təməl borcun və faiz məbləğlərinin geri ödənə bilməsi ilə maraqlanırlar, səhm sahibləri səhm buraxan şirkətin kapital quruluşunu, fondların əsas mənbələrini və istifadə edilməsini, uzun bir period ərzində şirkətin strateji rentabelliyini və irəlidə rentabelliyin proqnoz səviyyəsini analiz etməklə onların maliyyə vəziyyətini tədqiq edirlər. Adi səhm alan və səhmləri özündə saxlayanlar isə hazırkı və gələcək dövr üzrə səhmləri yayan müəssisə və şirkətlərin rentabelliyini analiz etməklə müəssisə emitentin maliyyə vəziyyəti barəsində konkret bilgilər qazanırlar.

Müəssisənin maliyyə vəziyyəti stabil, qeyri-stabil və xaotik ola bilər. Müəssisə öz öhdəliklərini vaxtında yerinə yetirmək, geniş aspektdə öz fəaliyyətini maliyyə ilə təmin etmək və əlverişsiz mühitdə öz ödəmə potensialını saxlamaq imkanı onun maliyyə vəziyyətinin stabil olduğunu göstərir.

Maliyyə stabilliyini təmin etmək üzrə müəssisədə kapitalın dinamik strukturunun ərsəyə gətirilməsi, onun ödəmə qabiliyyətinin saxlanması, özünümaliyyələşdirmə üçün mühit yaratmaq məqsədi ilə gəlirlərin məsrəflərdən hər zaman üstün artımı və bu rakursda maliyyə resurslarının effektiv idarə olunması bacarığı təmin edilməlidir. Deməli, müəssisənin maliyyə stabilliyi təsərrüfat subyektinin fəaliyyət göstərmək, tərəqqi etmək, dəyişən xarici və daxili şəraitdə daimi ödəmə bacarığını və potensial risk səviyyəsinin məqbul sayılan çərçivəsində sərmayə cəlbediciliyinin təminatı olan aktiv və passivlərinin balansını saxlamaq qabiliyyətini ehtiva edir.

Kommersiya Fəaliyyəti və Maliyyə Təhlili Məzmunu

Maliyyə vəziyyətinin analizinin təməl hədəfi təməl strateji vəzifə qismində qurumun aktivlərinin artırılması ilə xarakterizə olunur. Bunun üçün müəssisə ödəmə bacarığını və mənfəətliliyini, balansın aktiv və öhdəliklərinin optimum strukturunu hər zaman saxlamalıdır. Maliyyə vəziyyətinin analizi daxili və xarici analizə bölünür (Lin, 2009):

Daxili analiz qurumların iqtisadi xidmət bölmələri tərəfindən aparılır, onun nəticələri əsasında maliyyə vəziyyətinin planlanması, cari yoxlanılması, dəyərləndirilməsi və proqnozlaşdırılması üzrə istifadə olunur.

Xarici analiz qurumun hesabatları təməlində onun fəaliyyətində marağı olan kommersiya bankları, sərmayədarlar, mal göndərənlər, monitorinq, yuxarı hədli və başqa orqanlar tərəfdən gerçəkləşdirilə bilər.

Xarici analizin aşağıdakı xarakterləri mövcuddur (İsmayılov, 2018):

- analiz subyektlərinin (qurumun fəaliyyəti haqda məlumatdan istifadə edənlərin) çoxluğu;
- analiz subyektlərinin hədəflərinin və motivlərinin çeşidliliyi;
- analizin yalnız xarici hesabatlara yönlənməsi;
- xarici hesabatlardan istifadə olunduqda analizin potensiallarının məhdudluğu.

Qurumun maliyyə vəziyyətinin analizinin təməl vəzifələri aşağıdakılardir (Tağıev, 2012):

1) maliyyə stabilliyinin obyektiv dəyərləndirilməsi;

2) maliyyə stabilliyinə təsir edən faktorların müəyyən olunması;

3) dövriyyə kapitalının idarə olunmasının effektivliyinin yüksəldilməsi resurslarının aşkar olunması;

4) maliyyə stabilliyinin möhkəmləndirilməsinə yönləndirilmiş idarəetmə qərarların işlənib tərtib edilməsi.

Bu məsələlər aşağıdakı təməl yönlər üçün analiz olunur (Tağıev, 2012):

- maliyyə müstəqilliyinin analizi;
- ödəmə bacarığı və likvidliyi (valyutaya çevrilə bilmə (satış) bacarığı);
- valyuta axınları;
- xalis aktivlər;
- müflisləşmə ehtimalının dəyərləndirilməsi üzrə vacib olan indikatorlar sistemi;

- maliyyə stabilliyinin:

- bölüşdürülməmüş xalis mənfəətdən;

- cəlb olunmuş borc kapitalının effektivliyindən;

- debitor-kreditor borclarından, hesablaşmalar və büdcənin vəziyyətindən;

- maliyyə vəziyyətinə təsir göstərən başqa faktorlardan asılılığı.

- dövriyyə aktivlərindən istifadənin effektivliyi;

- maliyyə vəziyyətinin inteqral formada (bütövlükdə) dəyərləndirilməsi.

Maliyyə analizi məzmunundan, indikatorlar sistemindən, məlumat təminatından və sair bağlı olaraq onun qarşısında aşağıda göstərilən vəzifələr qoyulur (Müslümov, 2017):

1. Konkret təsərrüfat subyekti həddində iqtisadi qanunların təsirinin xüsusiyyətinin öyrənilməsi, iqtisadi tərəqqinin qanunauyğunluqları və meyllərinin müəyyən olunması;

2. Təsərrüfat subyektlərində gerçəkləşdirilən maliyyə analizinin üsul və metodlarının müəyyən olunması;

3. Maliyyə analizi prosedurunda istifadə edilən indikatorlar sistemi və onların müəyyən olunub, dəyərləndirilməsi;

4. Bütövlükdə qurum üçün və onun daxili stukturu üçün mənfəət planın icra edilməsinin dəyərləndirilməsi;

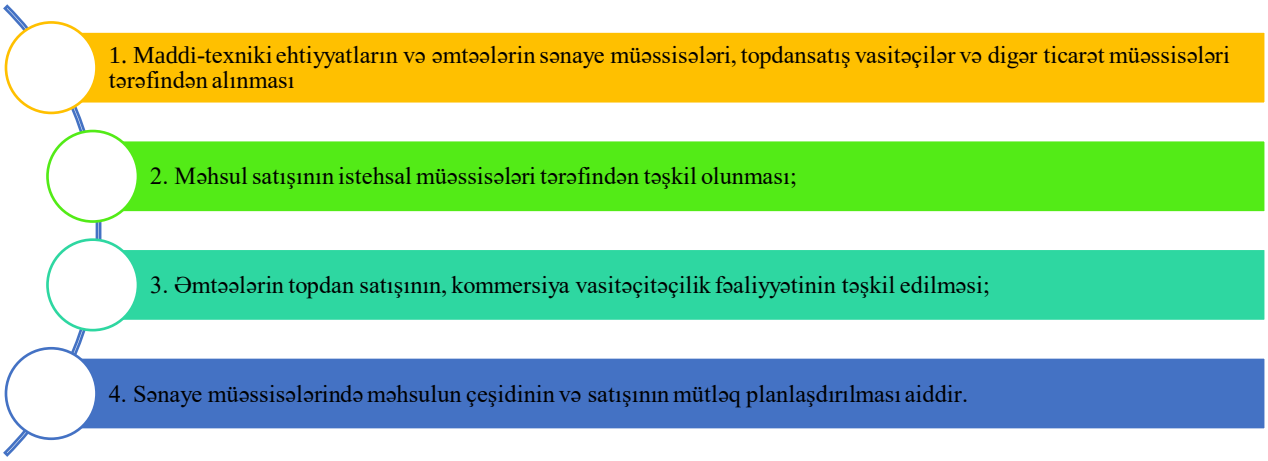
5. Maliyyə stabilliyi və ona təsir edən faktorların aşkar olunub, dəyərləndirilməsi;

6. Təsərrüfat subyektlərində dövriyyə kapitalının menecmentinin effektivliyinin yüksəldilməsi və ödəmə bacarığının təmin olunması;

7. Daxili ehtiyatlardan istifadə olunması, neqativ faktorların təsirinin aradan qaldırılması üçün tədbirlərin işlənib tərtib ediməsi və s.

Kommersiya sahibkarlıq fəaliyyətinin formalarından biri kimi nəzərdən keçirilir. (Feyzullabəyli , 2015):

Sxem 1. Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı ən yaxşı tərəfdaşların seçilməsi



Mənbə: Cəfərli H.A., (2009) "İqtisadi Təhlil". Dərslik. "Elm Və Təhsil" Nəşriyyatı, Bakı, Materialları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Kommersiya fəaliyyətinin əsas parametrlərini bunlar təşkil edir: birjalar, auksionlar, yarmarkalar, lizinq, faktoring və s. əməliyyatlar. Kommersiya fəaliyyəti ticarət müəssisələrinin və təşkilatlarının cəmiyyətin tələbatının ödənməsi və mənfəət əldə olunması məqsədinə uyğun olaraq əmtəələrin alqı satqı proseslərini həyata keçirmək üçün yönəldilən operativ təşkilati fəaliyyətlərin daha geniş olan sferalarını əhatə edən fəaliyyətdir. Komersiya fəaliyyətinin obyekti dedikdə əmtəə nəzərdə tutulur və buna uyğun olaraq əmtəəşünaşlıq sahəsi yüksək biliklərin olmasının daha təcrübəli ixtisaslı olan kommersantın hazırlanması baxımından zəruri həmçinin vacib hesab olunur. Kommersiya fəaliyyəti subyektləri dedikdə isə - kommersiya fəaliyyətini tənzimləyərək həyata keçirdən və həmin bu xidmətlərdən istifadə edən şəxslər başa düşülür.

Bazar iqtisadiyyatı yeni mülkiyyət münasibətlərinin mövcud olduğu bir şəraitdə təşkilat və müəsissələrin 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 ehtiyyatların aşkar edilməsi, dövriyyə kapitalının dövr sürəti, mənfəət, rentabellik və.s. kimi iqtisadi göstəricilər hesab olunur. Bu göstəricilərin müəyyən edilməsi, öyrənilməsi və qiymətləndirilməsi iqtisadi təhlilin məzmununu təşkil edir.

İqtisadi təhlilin növləri aşağıdakı əlamətlər üzrə təsnifləşdirilir (Cəfərli, 2009):

1. 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.

2. 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.

3. Vaxt əlamətlərinə görə - sonradan aparılan (retrospektiv) təhlil, qabaqcadan (perspektiv) təhlil və operativ (situasiya) təhlil fərqləndirilir.

4. 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.

5. 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.

6. İdarəetmə obyektinə görə isə - texniki iqtisadi təhlil, maliyyə-iqtisadi təhlil, sosial iqtisadi təhlil, iqtisadi statistik təhlil, marketinq təhlili növləri ilə fərqləndirilir. Təhlilin bu növləri içərisində ən geniş və əhatəliliyinə görə maliyyə iqtisadi təhlili daha çox fərqləndirilir.

Maliyyə vəziyyəti təşkilatın istehsal və kommersiya fəaliyyətinə, material və maliyyə ehtiyatları ilə təmin edilməsinə bilavasitə təsir göstərir. Qeyri-qənaətbəxş maliyyə vəziyyəti təşkilatın işçilərilə, büdcə ilə, büdcədənkənar fondlarla, mal göndərənlərlə, banklarla və digər borc verənlərlə vaxtlı vaxtında hesablaşmalara imkan vermir ki, bu da nəticədə təşkilatın müflis olmasına gətirib çıxara bilər.

Təşkilatın investisiya fəaliyyəti onun maliyyə vəziyyətindən asılıdır. Maliyyə ehtiyatları çatışmamazlığı əsas istehsal fondlarını yeniləşdirməyə, elmi-tədqiqat, təcrübə-konstruktor və texnoloji işləri həyata keçirməyə, yeni texnologiyaları tətbiq etməyə imkan vermir, bu isə buraxılan məhsulun rəqabət qabiliyyətinə mənfi təsir edə bilər.

Maliyyə təhlili müəssisənin cari və perspektiv maliyyə vəziyyətinin, onun maliyyə sabitliyinin və səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün zəruri olan maliyyə xarakterli informasiyanın toplanması, istifadəsi və transformasiyası üsuludur. Maliyyə təhlilinin xüsusiyyətlərinə əsasən aşağıdakılar aiddir (Müslümov, Kazımov, 2017):

- informasiya istifadəçilərinin çoxlu sayda olması,

- təhlil subyektlərinin məqsəd və maraqlarının müxtəlifliyi,

- uçot və hesabat standartlarının və təhlilin tipik metodikasının olması,

- təhlilin müəssisəinin daxili hesabatlılığına və açıqlılığına istiqamətliliyi,

- təhlilin nəticələrinin müəssisənin fəaliyyəti haqqında informasiya istifadəçiləri üçün maksimum açıq olması.

Daxili maliyyə təhlilinin əsas məqsədi müəssisənin normal fəaliyyətini, maksimum mənfəət əldə etməsini və müflisləşmə riskini minimumlaşdırmağa zəruri şərait yaradan planauyğun pul vəsaitlərinin daxil olmasını, xüsusi və borc kapitalının yerləşdirilməsini təmin etməkdir. Daxili maliyyə təhlilinin xüsusiyyətlərinə aşağıdakılar aiddir (Cəfərli, 2011):

- təhlil subyektlərinin məhdud dairəsinin olması;

- təhlilin nəticələrinin daxili istifadəyə (bir qayda olaraq müəssisə rəhbəri) istiqamətlənməsi;

- maksimum qapalılıq;

- məzmunlu və dərin təhlili həyata keçirmək üçün mövcud bütün məlumat mənbələrindən istifadə edilməsi;

- idarəetmə tələbatları ilə əlaqədar olaraq zəruri olduqca təhlilin aparılması və s.

Maliyyə təhlili məzmununa və tamlılığına görə tam və tematik, obyektin xarakterinə görə bütövlükdə təsərrüfat fəaliyyətinin, onun ayrı-ayrı struktur bölmələrinin, ayrı-ayrı maliyyə əməliyyatlarının, həyata keçirilmə dövrülüyünə görə əvvəlcədən, cari və ardıcıl fərqləndirilir. Maliyyə hesabatlarının təhlilinin obyekti təsərrüfat subyektləri (müəssisə, firma, təşkilat və s.), onların müxtəlif maliyyə hesabatları formalarıdır:

1. Balans;

2. Maliyyə nəticələri haqqında hesabat;

3. Kapitalda dəyişiklik haqqında hesabat;

4. Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat.

Maliyyə təhlilinin məqsədi bu və ya digər iqtisadi qərarların qəbulu məqsədilə istifadəçilər üçün müvafiq tövsiyyələrin işlənib hazırlanmasıdır.

Maliyyə hesabatları təhlilinin qarşısında duran yekun vəzifələr aşağıdakılardır (Zakharov, 2007):

- əmlak vəziyyətini qiymətləndirmək,

- maliyyə sabitliyini qiymətləndirmək,
- ödəməqabliyyətliyini və likvidliyini qiymətləndirmək,
- maliyyə nəticələrinin formalaşmasını təhlil etmək,
- mənfəətin bölgüsünü və istifadəsini təhlil etmək,
- işgüzar fəallığı göstəricilərini hesablamaq və təhlil etmək,
- maliyyə vəziyyətini kompleks qiymətləndirmək,
- maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılması və maliyyə nəticələrinin yüksəldilməsi istiqamətində kompleks tövsiyyələrin işlənib hazırlanması,
- maliyyə vəziyyətini və maliyyə nəticələrini proqnozlaşdırmaq.

Bu prinsiplər nəticəsində həm fəaliyyətin uğurunu və səmərəliliyini, həm də müflisləşmə təhlükələrini xarakterizə edən mühüm göstəriciləri müəyyənləşdirilir. Mühasibat hesabatlarının təşkilatın maliyyə vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsinə imkan verən ən məlumatlı forması mühasibat balansıdır. Balans, müəyyən vaxta təşkilatın əmlakı, xüsusi kapitalı və öhdəliklərinin vəziyyətini əks etdirir. Balans təşkilatın kapitalının yerləşdirilməsinin səmərəliyini, cari və perspektiv təsərrüfat fəaliyyəti üçün onun kifayətliliyini, borc vəsaitlərinin həcmini və quruluşunu, həmçinin onların cəlb edilməsinin səmərəliliyini qiymətləndirməyə imkan verir. Balansın təhlili xarici istifadəcilərə imkan verir (Müslümov, Kazımov, 2017: 246):

- Tərəfmüqabili kimi həmin müəssisə ilə işlərin həyata keçirilməsi şəraitinin məqsədəmüvafiqliyi haqqında qərar qəbul etmək,
- Borclu kimi təşkilatın kredit qabliyyətliyini qiymətləndirmək,
- özünün kapital qoyuluşunun mümkün risklərini, həmin təşkilatın səhmlərini və aktivlərinin əldə edilməsinin məqsədəmüvafiqliyini qiymətləndirmək və s.

Qurumun maliyyə vəziyyəti barəsindəki informasiyalarını əks etdirən mühasibat balansından ayrıca olaraq "Mənfəət-zərər hesabatı" hesabat periodunda onun fəaliyyətinin maliyyə nəticələrini əks etdirir. Bu hesabat qurumun aktivlərinin, satılmış əmtəənin rentabelliyinin analizi, qurumun sərəncamında qalan xalis mənfəət həcmini və başqa indikatorları müəyyən etmək üzrə labüd məlumat mənbəyidir. "Kapitaldakı dəyişmələr hesabatı" qurumun özəl kapitalının strukturunu nümayiş etdirir. Onun təməlində müəssisənin özəl kapitalının tərkibi və hərəkəti analiz olunur. "Nağd vəsaitlərin hərəkəti barəsində" hesabat qurumun hesabat ilinni öncəsinə və hesabat dövrünün sonuna olan valyuta vəsaitlərinin qalığını, cari, sərmayə və maliyyə fəaliyyətindən valyuta vəsaitlərinin axınını özündə ehtiva edir. "Önəmli uçot siyasətləri və qeydlər" də balansın bir sıra aktiv və passiv maddələri üçün izahedici qeydləri təmin edir.

Mühasibat hesabatlarının analizi nəticələrindən istifadə addımlarına mühasibat hesabatları, maliyyə analizi, maliyyə analizinin nəticələri, qurumun tərəqqi strtaegiyasının müəyyənləşdirilməsi, bütövlükdə qurumun və sahələrin tərəqqi meylinin aşkar olunması, məsrəflərin optimallaşdırılması və biznes prosedurlarının modelləşdirilməsi aiddir. Maliyyə hesabatları onların istifadəçilərini səmərəli məlumat ilə təmin etməsi üzrə bəzi keyfiyyət kriteriyalarına cavab verməlidir. Onlara hesabatların hər bir parametri üçün beynəlxalq standartlara müvafiqliyini, onların düzgün tərtibini, əks edilən informasiyaların etibarlılığının yoxlanmasını, müqayisəliliyini və sair şamil etmək olar.

Metod

İqtisadi təhlilin qruplaşdırma, müşahidə, müqayisə, zəncirvari yerdəyişmə, fərq, balans əlaqələndirmə və digər üsullarından geniş istifadə edilmişdir.

Analiz

Nəticədə işin ölçülməsi və yaxşılaşdırılması müəssisələr üçün vacibdir. Mənfəət ümumiyyətlə əməliyyat göstəricilərini qiymətləndirmək üçün istifadə olunsa da, təklikdə kifayət deyil. Firmalar performansı çox ölçüdə qiymətləndirməlidirlər. Mənfəətlilik, səmərəlilik, fond bazarının gəlirliliyi və böyüməsi iş fəaliyyətini çox ölçüdə qiymətləndirmək üçün istifadə edilə bilən göstəricilərdir. Çünki bunlar müəssisələrin əsas və əvəzedilməz hədəflərindən biridir. Müəssisələrin bu məqsədlərinə təsir edən çox sayda amili qeyd etmək olar; ölçüsü, yeniliyi, keyfiyyəti, firmanın maliyyə quruluşu, şans, idarəetmə bacarığı, şirkətin ətraf mühitə baxışı və s. Bu amillər birbaşa və ya dolayı yolla şirkətlərin fəaliyyətinə təsir göstərdiyindən, yaxşı bir performans üçün bu amillərdəki fəaliyyət əlaqələri quruluşunu idarə etmək aşkar etmək lazımdır.

Nəticə

Bu səbəbdən də təsərrüfat subyektlərində maliyyə analizini apararkən meydana gələn nöqsanların aradan qaldırılması üzrə aşağıdakı təkliflərə əməl edilməsini məqsədəmüvafiq sayıram:

1) Modern mühitdə qurumlarda maliyyə vəziyyətinin analizinin üsullarının tətbiqi mütləqdir, çünki təşkilatın maliyyə hesabatı informasiyalarının nə həddə düzgün və etibarlı olması, analizin nəticələrinin obyektivliyindən asılıdır. Əsaslandırılmış qərarlarla maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin idarə edilməsi, investisiyanın təməl prioritetlərinin qanuna müvafiq müəyyən olunması, son nəticədə milli iqtisadiyyatın inkişaf stabilliyini təmin edir. Bu aspektdən inflyasiya mühitində aşağıdakıların diqqətə alınması zəruri hesab olunur: bazar qiymətinin təşkil olunması və istehsal məsrəflərinin səviyəsinin monitorinqi; istehsalın avtomatlaşdırılması və təzə texnologiyanın tətbiq edilməsi üsulu ilə əmək məhsuldarlığının artırılması; marketinq tədqiqatları; aktivlərin effektiv idarə olunması; nağd valyutaların və debitor borclarının minimuma endirilməsi, kreditor borclarından istifadə olunması.

2) Maliyyə vəziyyətinin analizi kifayət qədər çətin yaradıcı iş olduğundan, ekspress-dəyərləndirmə, xarici və daxili analiz, operativ və intensiv tədqiqat üsullarını bilməyi, çoxsaylı sistemsiz təkliflər arasından vacib olan mümkün indikatorları seçmək, onlara sistematik ifadə vermək, normativləri istinadlandırılmış surətdə tətbiq etmək, çevik dəyişilmələri düzgün dəyərləndirmək, faktorlar üzrə analiz etmək qabiliyyətinin olması məqsədəmüvafiq hesab edilir.

3) Yuxarıda aparılan analizlə əlaqəli olaraq, indikatorların optimal sisteminin onların hesablanmasınıın istinadlandırılmış üsullarının işlənib tərtib edilməsi, eləcə də onların müxtəlif bölmələr üçün ayrı-ayrı və tərəqqi etmiş bazar iqtisadiyyatına sahib ölkələrdə onların normativ ölçülərini diqqətə alan normativ bazasının müəyyən olunması.

4) Müəssisənin ödəmə bacarığı olamamasının səbəblərini aşkar etmək, alıcılara satılmış əmtəələrə, mallara, işlərə, xidmətlərə əsasən hesablaşmaların müddətlərinin pozulması, satış həcminin əmtəə buraxılışı həcmindən az olması, mal-material sərvətlərinin həddən artıq resursların, yəni əmtəənin satışına dair var olan sazişlərin, sifarişlərin, tapşırıqların icra edilməsi üzrə tələb olunandan artıq resursların ərsəyə gətirilməsi.

5) Hesabat dövründə baza dövrünə nisbətdə satışdan valyuta gəlirinin bir manatına düşən məsrəflərin əmsallarının dəyişilməsinin təməl səbəblərini aydınlaşdırmaq üçün iqtisadi elementlərin tərkibinə müvafiq olaraq məsrəflərin detallaşdırılması tövsiyyə edilir.

Ədəbiyyatlar

1. Cəfərli H.A., (2009) "İqtisadi Təhlil". Dərslik. "Elm Və Təhsil" Nəşriyyatı, Bakı
2. Cəfərli H.A., (2011) "Təssərüfat Subyektlərində Maliyyə Sabitliyinin Amilli Təhlili". Metodik Vəsait. "Elm Və Təhsil" Nəşriyyatı, Bakı
3. Cəfərli H.A., Məmmədova L.V., (2013) İnflyasiya Və Onun Maliyyə Nəticələrinə Təsirinin Təhlili. Metodik Vəsait. Bakı
4. Feyzullabəyli I.A., (2015), "Bazar, Ticarət, Marketinq, Planlaşdırma". Azərnəşr, Bakı.
5. Feyzullayev I.Ə., (2005) "Ticarətin Iqtisadiyyatı" Bakı.
6. Xəlilov Ş.A., (2013), "Milli Ərzaq Təhlükəsizliyi :Bazar Transformasiyaları Və Iqtisadi Qloballaşma Amillərii" Bakı, "Adiloğlu".
7. Məmmədov T.A., (2013) "Ticarətin Təşkili Və Texnologiyası" Dərs Vəsaiti, Bakı.
8. Müslümov S.Y., Kazımov R.N., (2017) "Maliyyə Təhlili". Dərslik: Bakı, "Cbs"
9. Paşayev K.R, Məmmədov T.C., (2011) -Ticarətin Idarə Edılməsi - Dərs Vəsaiti, Bakı.
10. Tağıev A. H., (2012) "Bazar Iqtısadiyyatının Əsasları" Bakı.
11. Zakharov N., Motivating Resources of management // Public Service. 2007

Xarici İqtisadi Fəaliyyətin Gömrük - Tarif Tənzimlənməsi və Xarici İqtisadi Sektorun Formalaşması Məsələsi

Babək Muxtarov

babek.muxtarov.97@mail.ru

Xülasə

Azərbaycan Respublikası Şərqlə - Qərb, Şimalla - Cənub istiqamətində formalaşmış ticarət əlaqələrinin mərkəzində yerləşir. Ölkəmiz tranzit əhəmiyyətinə görə daim fərqlənmişdir.Belə ki, Qədim İpək Yolu, Avropanın Şimal ölkələrini Yaxın və Orta Şərqlə birləşdirən başlıca nəqliyyat dəhlizləri respublikamızın ərazilərindən keçir. Şərqlə Qərbin qovşağında yerləşən ölkəmiz əlverişli coğrafi mövqeyi ilə yanaşı zəngin təbii sərvətləri, gözəl iqlim şəraitinə görə dünya dövlətlərinin diqqətini cəlb edir. Hal-hazırda müasir qloballaşma şəraitində dünyada zəngin neft - qaz ehtiyatlarına malik olmaqla regional və qlobal iqtisadi proseslərə fəal təsir edir. 1991-ci ildə öz suverenliyini yenidən bərpa edən respublikamız beynəlxalq hüququn suveren subyektinə çevrilmişdir. Respublikamız Heydər Əliyevin ikinci dəfə hakimiyyətə qayıdışı və uzaqgörən siyasəti nəticəsində ardıcıl və dayanıqlı inkişaf yoluna qədəm qoymuşdur. Belə ki, son 15 ildə xarici investisiya qoyuluşları sahəsində Azərbaycanın əldə etdiyi nailiyyətlər iqtisadiyyatımızın inkişafı üçün vacib amillərdən biri hesab edilir. Belə ki, neft yataqlarının istismarı üzrə beynəlxalq kontraktların bağlanması ilə mövcud təbii ehtiyatlardan davamlı inkişaf üçün istifadə olunmağa başlanıldı. 1995-ci ildə London şəhərində "Azərbaycanda investisiya imkanları" mövzusunda keçirilən beynəlxalq konfransda Ümummilli Lideri Heydər Əliyevin məruzəsində göstərilir: "Azərbaycanın enerji potensialı son iki əsrdə Rusiyanın, son 70 ildə isə SSRİ-nin iqtisadiyyatına xidmət etmişdir. Hazırda həmin potensial bütün dünyada yeni iqtisadi inkişaf üçün həqiqi stimul ola bilər. Bu baxımdan, Qərb və Azərbaycan bir-birinə böyük ehtiyac hiss edir. Bu qlobal əməkdaşlıq tərəflərdən birinə dünya bazarına çıxmaq imkanı verirsə, o birinə enerji böhranından xilas olmağa imkan verir". Tədqiqatın məqsədi xarici iqtisadi əlaqələrdə gömrük-vergi məsələlərini təhlil etməkdir.

Açar sözlər: gömrük, vergi, tarif, iqtisadiyyat, inkişaf.

Giriş

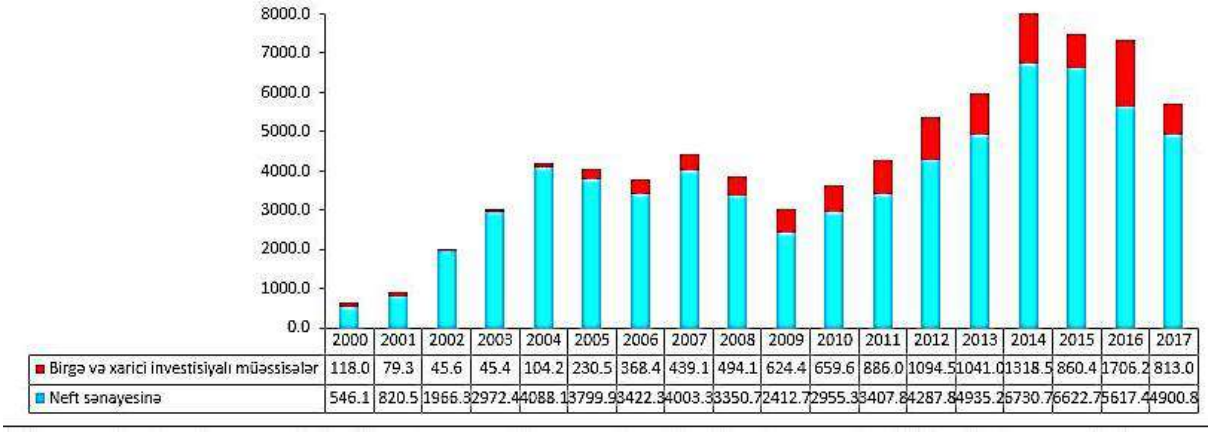
Aparılmış araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanın əsas neft və qaz ehtiyatları dənizdədir. Xəzər dənizinin Azərbaycan setkorunda 28 neft və qaz yatağı vardır.Bu yataqlardan 18-i hal-hazırda istismardadır, bundan başqa 2yataqda ilkin tədqiqat işləri başa çatmışdır, 8 yataq isə hələ tam öyrənilməmişdir. Hesablamalara görə təsdiq olunmuş neft ehtiyatları təxminən 12,5 milyard barel təşkil edir. Bu ehtiyatların böyük hissəsi -5,4 milyard Azəri - Çıraq - Günəşli yataqlarının payına düşür. Bütövlükdə təsdiq olunan neft ehtiyatlarının həcminə görə Xəzər hövzəsində Azərbaycan yalnız Qazaxıstandan geridir.Tədqiqatlara görə respublikamız Qazaxıstanın təsdiq olunan potensial neft ehtiyatının təqribən üçdə birinə bərabər neft ehtiyatına və potensial qaz ehtiyatının təqribən dörrdə birinə bərabər qaz ehtiyatlarına sahibdir. Aparılmış hesablamalara görə respublikanın təsdiq edilmiş neft ehtiyatları ən azı 15 milyard barrel, təsdiq edilmiş qaz ehtiyatları isə ən azı 2 trilyon kubmetrə bərabərdir.

Mövcud ehtiyatların respublikanın gələcək inkişaf strategiyasının bünövrəsinə çevrilməsi 1994-cü ilin sentyabrın 20-də Heydər Əliyevin rəhbərliyi ilə 10 dövlətin neft şirkətinin daxil olduğu konsorsium arasında Xəzər dənizinin Azərbaycan sektorundakı Azəri, Çıraq və Günəşli yataqlarının kəşfiyyatı, işlənməsi və hasilatın pay bölgüsü haqqında saziş)- "Əsrin Müqaviləsi" imzalandı. Ulu öndər Heydər Əliyevin müəllifi və memarı olduğu "Əsrin Müqaviləsi" müstəqil Azərbaycanın iqtisadi inkişafının əsasını təşkil edir və ölkə iqtisadiyyatının inkişafında müstəsna rol oynayır. lokomotiv rolunu oynayır.

Azərbaycan İqtisadiyyatına Yönəldilmiş Xarici İnvestisiyaların Təsnifatı

Hal-hazırda dünya geosiyasətində elə proseslər gedir ki, artıq birinci yerdə neft-qaz ehtiyatları üzərində nəzarət deyil, onların daşınma marşrutları üzərində nəzarət durur. Belə bir vəziyyətdə uğurlu neft strategiyası öz bəhrəsini artıq verir. Ümummilli liderimiz tərəfindən təməli qoyulan və hazırda ölkə Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən uğurla davam etdirilən bir sıra nəhəng proyektlər Azərbaycanı regionun iqtisadi güc mərkəzinə çevirmişdir. Artıq istifadəyə verilən Bakı - Tbilisi-Ceyhan neft və Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz boru kəmərləri Bakı - TbilisiQars dəmir yolu respublikanın karbohidrogen ehtiyatlarını dünya bazarlarına çıxarmaqla yanaşı, bu ehtiyatların əsas istehlakçısı olan Qərb ölkələrini Xəzəryanı ölkələrinin enerji mənbələrinə çıxaran şəbəkənin əsasında dayanır. Respublikamızda "Nabukko" və "Şimal-Cənub" layihəsi çərçivəsində infrastruktur şəbəkəsi ölkəməzi Şərqlə - Qərbi və Şimalla-Cənuba birləşdirən nəhəng nəqliyyat qovşağına çevrilmişdir. Bakı - Tbilisi-Axalkalaki - Qars dəmir yolu xəttinin Naxçıvanla birləşdirilməsi ideyası muxtar respublikanın blokada vəziyyətindən çıxmasına və regionun iqtisadi tərəqqisinə xidmət etməklə Asiya ilə Avropanı birləşdirən ən sərfəli layihə ola bilər. Bu layihə üzərində iş aparılır. Bu layihələrin həyata keçməsində ölkəmizin iqtisadiyyatına yönəldilmiş investisiyalar müstəsna rol oynayır (Həsənov, 2011, 230).

Diaqram 1: Azərbaycan iqtisadiyyatının neft və qeyri-neft sektorlarına yönəldilən birbaşa xarici investisiyaların dinamikası. Mln.ABŞ dolları



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birgə və xarici investisiyalı müəssisələr	118.0	79.3	45.6	45.4	104.2	230.5	368.4	439.1	494.1	624.4	659.6	886.0	1094.5	1041.0	1318.5	860.4	1706.2	813.0
Neft sənayesinə	546.1	820.5	1966.3	2972.4	4088.1	3799.9	3422.3	4003.3	3350.7	2412.7	2955.3	3407.8	4287.8	4935.2	6730.7	6622.7	5617.4	4900.8

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

Diaqramdan göründüyü kimi respublikamızda iqtisadi artımı öz növbəsində xarici iqtisadi siyasətin də dəyişməsinə təsir göstərir. Ölkənin iqtisadiyyatına investisiya qoyuluşlarında xarici və daxili resursların hərəkət istiqamətləri üzrə baş verən dəyişikliklər də bunun sübutudur. Qeyd etmək lazımdır ki, müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra Azərbaycanın iqtisadiyyatına qoyulan xarici investisiyalar ilk 10 il ərzində daxili investisiyaları üstələyirdi və yaranan maliyyə vəsaiti çatışmazlıqları xarici investisiya hesabına maliyyələşdirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə neft sektoruna investisiya qoyuluşları ilbəil dinamik templə artmışdır. Bu isə xarici investorların neft sahəsinə olan yüksək marağı ilə bağlıdır. Dünyada enerji təhlükəsizliyi məsələsinin aktuallığı və iqtisadi effektliyinin yüksək olması xarici investorların məhz neft sahəsinə marağının artmasına təminat yaratmışdır. Azərbaycanın neft sənayesinə xarici investisiya qoyuluşları 1995-ci ildə 139,1 milyon ABŞ dolları, 2005-ci ildə bu göstəricinin 29 dəfə artaraq 4074,4 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2016-cı ildə isə ölkə iqtisadiyyatına yatırılan xarici investisiyaların ümumi həcmi 20 mlrd.ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Ölkəmizin iqtisadi-coğrafi mövqeyi, maddi nemətləri və ixtisaslaşmış istehsal əmtəələri hesabına beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemində fəal iştirak edirlər. Hazırda qloballaşma dövründə isə bu sistemdən kənarda qalmaq istənilən inkişaf etmiş ölkə üçün vacibdir. Dünya təsərrüfatına inteqrasiya olunmadan heç bir inkişafdan söhbət gedə bilməz. Hər-hansı bir ölkə, o cümlədən Respublikanın daxili tələbatını yalnız yerli əmtəə istehsalı hesabına ödəmək iqtidarında deyil və 46 bu səmərəlilik baxımından sərfəli hesab edilmir.

Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafın nəticəsi olaraq əhalinin istehlak mallarına olan maraqları da dəyişilir. Belə ki, əhalinin həyat səviyyəsi aşağı olduqda əsasən gündəlik tələbat malları istehlakın çox hissəsini təşkil edir.Bundan başqa bu göstəricinin yüksəlməsi istehlakın strukturunu dəyişməklə uzunmüddətli istehlak əmtəələrinə olan tələbatı artırır. Ölkəmiz əhalinin istehlak mallarına olan tələbatının ödənilməsi, ixrac əmtəələrinin dünya bazarına çıxarılaraq realizə olunması, yerli istehsalın xammal və texnoloji yeniliklərlə təchiz olunmaqla təşkili, xarici investorların cəlbi, yerli iqtisadiyyatın inkişafının təmin edilməsi və s amilləri nəzərə almaq lazımdır.Bundan başqa, xarici iqtisadi, o cümlədən ticarət əlaqələrində yaxından iştirak olunur. Ölkəmizin xarici ticarət əlaqələrinin 1991-2016-cı illərdəki dinamsikası buna sübutdur (Şəkərəliyev, 2011).

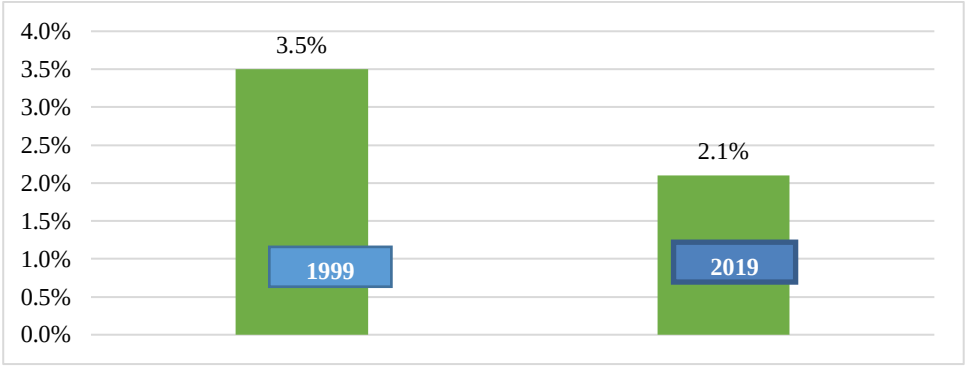
Xarici İqtisadi Əlaqələrin Təşkili Prinsipi

Tədqiqatlar göstərir ki, xarici iqtisadi fəaliyyətin düzgün təşkil edilməsi məsələsi mühüm məsələdir. Bu işdə bütün dünya ölkələri bu məsələyə xüsusi diqqət verirlər. Xarici iqtisadi fəaliyyətin köməyi ilə dövlət, bir tərəfdən özünün yerli iqtisadiyyatının dünya təsərrüfatına sərbəst çıxışını təmin edirsə, başqa tərəfdən, ayrı-ayrı əmtəələrin idxalı və ixracına, eyni zamanda lisenziyalaşdırma, kvotalaşdırma və başqa tədbirlərin həyata keçirilməsi yolu ilə yerli istehsalçılarının maraqlarının qorunmasına, iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə, insanların həyat və sağlamlığının qorunmasına yönəlmiş tədbirlər həyata keçirir,Bundan başqa dövlət büdcəsinin gəlir hissəsinin gömrük ödənişləri hesabına doldurulmasını həyata keçirir.

Gömrük ödənişləri eyni zamanda ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini qorumaq üçün xarici ticarət fəaliyyətinin operativ tənzimlənməsinə yönəlmiş dövlət həddindən artıq tarif və digər standartlar və qanunların vasitəçiliyi ilə bir ölkə ilə xarici iqtisadi əməliyyatların iştirakçıları arasında maliyyə münasibətləri kimi çıxış edir (“Azərbaycan Respublikasının ərazisinə gətirilən aksiz vergisinə cəlb olunan malların aksiz dərəcələrinin təsdiq edilməsi haqqında”, 2001: maddə 69).

Həyata keçirilən hesablamalar bir sıra aşağıdakı nümunələri aşkar etdi.

Qrafik 1 Gömrük vergisi səviyyəsinin dəyişməsi Azərbaycan Respublikası



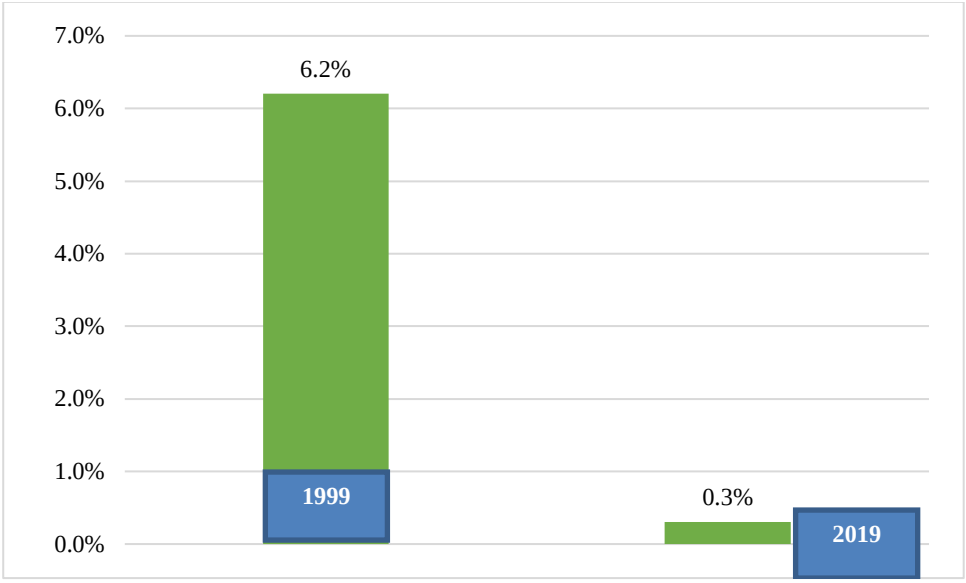
Mənbə: Link: www.az–customs.net - 2019

Gömrük vergisi səviyyəsində dəyişiklik fərqli şəkildə - 1999-cu ildəki 3.5% -dən 2019-cu ildə 2,1% -ə qədər baş verdi. Bu göstəricini respublikanın iqtisadi inkişafının rəsmi göstəricilər qrupuna daxil etməyi təklif edirik.

Respublikada ÜDM-ə gömrük ödənişlərinin elastiklik göstəricisinin (ixtiyari dəyişikliklər) dinamikası gömrük vergisi yükünün azalma tendensiyasından xəbər verir. Bu, gömrük qanunvericiliyinin liberallaşdırılması və Azərbaycanın inteqrasiya qruplarında fəal iştirakı ilə müəyyən edilir.

Hesablamalar gömrük dərəcəsinin maksimal səviyyəsinin dəyişdiyini göstərir. Respublikada onun azalması qeyd olunur: 1999-cu ildəki 6.2% -dən 2019-cu ildə 0.3% -ə qədər (www.az–customs.net - 2019).

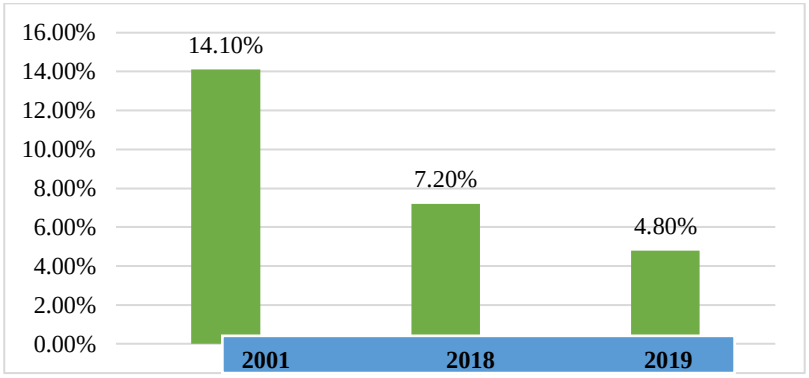
Qrafik 2. Azərbaycan Respublikasında gömrük dərəcəsi



Mənbə: Link. http://www.customs.gov.az/az/dgks1106.html - (25.12.2019)

Bu tendensiya beynəlxalq iqtisadi birliklərin əməkdaşlığı, həmçinin gömrük ödənişlərinin yenidən qurulması prosesi ilə əlaqəli gömrük qanunvericiliyinin birləşdirilməsi ilə müəyyən edilir. Hesablanmış əmsallar respublikada gömrük və tarif tənzimlənməsinin artan səmərəliliyini təsdiqləyir. (http://www.customs.gov.az/az/dgks1106.html - 2019)

Qrafik 3. Azərbaycan Respublikasında tarif dərəcələrinin orta səviyyəsi



Mənbə: Link. taxes.gov.az – (20.12.2019)

Bu gün bütün dünyada, o cümlədən Azərbaycan Respublikasında tarif dərəcələrinin orta səviyyəsində azalma müşahidə olunur. Əgər 2001-ci ildə Azərbaycan Respublikasında vergitutmanın ümumi məbləğində orta tarif 14.1% idisə, 2019-cu ildə bu dəyər 7.2% -ə enmişdir. Bu gün onun dəyəri 4.8% -dir.

Baş verən gömrük ödənişlərinin yenidən qurulması prosesi inteqrasiyanın inkişaf etdirilməsi və respublikanın gömrük ərazisinə məhsul idxalı zamanı ƏDV və aksizlərin tutulması prosedurunun tətbiqi ilə əlaqədardır.

Buna baxmayaraq, bir tərəfdən xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi və Rusiya bazarının qorunması zərurəti şəraitində, digər tərəfdən xüsusi gömrük rüsumları, ölçülərindən asılı olmayaraq xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimləyicisi olaraq xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

İdxal gömrük rüsumlarından vəsaitlərin alınması üçün büdcə tapşırıqlarının əhəmiyyətli dərəcədə yerinə yetirilməsi aşağıdakı səbəblərlə müəyyən edilə bilər: yeni idxal tarifində məhsul çeşidi əhəmiyyətli dərəcədə artırılmış, ona görə də bir sıra birləşdirilmiş rüsum dərəcələri tətbiq edilmişdir. Bu, idxal strukturundakı dəyişikliyə səbəb oldu ki, bu da orta rüsum dərəcəsinin artmasına və nəticədə büdcə gəlirlərinin artmasına səbəb oldu.

İdxal olunan sənaye və ərzaq məhsullarına tələbatın bir qədər artması cari ildə ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə xarici ölkələrdən idxal həcminin artmasına müsbət təsir göstərmişdir.

Bundan əlavə, xarici və Azərbaycan bölgələri arasında sərhədyanı ticarətin canlanması idxal həcminin artmasına müsbət təsir göstərmişdir. Tarif siyasətinin struktur komponentinin aşağı səmərəliliyinin səbəbi, ehtimal ki, istehsalın struktur və texnoloji yenidən qurulması və milli iqtisadiyyatın beynəlxalq əmək bölgüsündə dərinləşən ixtisaslaşması üçün uzunmüddətli təlimatların qeyri-müəyyən şəkildə formalaşdırılmasıdır.

Tarif sisteminin davamlı "tənzimlənməsi" (bu və ya digər məhsula idxal rüsumlarının artırılması və ya azalması) ümumiyyətlə sənaye maraqlarının təzyiqi altında həyata keçirilir və bu, əlbəttə ki, bazar iqtisadiyyatında maliyyə siyasətinin formatını təhrif edir.

Nəticədə, tarif sistemi bu gün əsas struktur və tənzimləmə funksiyalarını tam yerinə yetirmir.

Ədalət naminə qeyd etmək lazımdır ki, son vaxtlar hökumət sektor inhisarçılığına qarşı mübarizə və diqqəti funksional və texnoloji, eləcə də iqtisadi inkişafın regional prioritetlərinə yönəltmək üçün bir sıra səylər göstərmişdir.

Müasir şəraitdə ödənişlərin gömrük tənzimlənməsinin ən əhəmiyyətli problemləri, ÜTT-yə üzv olmaq və ya hazırlıqla izah olunur.

Bunun əsasında Avropa İttifaqı, yerli istehsalçıları qorumaq üçün məhsul idxalına gömrük vergisi tətbiq edilməsinə dair yanaşmaları diqqətə layiqdir. Xüsusilə, Aİ-nin müsbət təcrübəsi respublikada kifayət qədər miqdarda istehsal olunan idxal olunan məhsullara əlavə idxal rüsumları və gömrük rüsumlarının tətbiq edilməsinin məqsədəuyğunluğunu göstərir.

Bu məhsulları sadalayırıq: kartof, kətan, ət, süd məhsulları, mebel, soyuducu, xalça və digər mallar. Bu, daxili bazarın perspektivli sektorlarını xarici iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi kontekstində qoruyacaqdır. Ən əsası, bu cür tədbirlər ÜTT-nin əsas prinsiplərinə zidd deyil (Эфендиев, Алиев, 2007).

Azərbaycanın ÜTT-yə daxil olması çox vacibdir, çünki bu ölkə açıq və keçid iqtisadiyyatı olan, xarici ticarətdən daha çox asılı olan kiçik bir ölkədir. Bu, iqtisadiyyatını qlobal məhsul və xidmət axınının təzyiqinə qarşı olduqca həssas edir.

Şübhəsiz ki, AR-nin ÜTT-yə üzv olması üçün bir sıra şərtlər üzrə məsləhətləşmələrin və danışıqların uzun mərhələsində bu hallar nəzərə alınır.

Tarif güzəştləri ilə bağlı danışıqlarda Azərbaycan tərəfinin müdafiə etdiyi son və ilkin səviyyəli məsələlər ən vacib məsələlərdən biridir. Rəsmi məlumata görə, Azərbaycan Respublikası üçün irəli sürülən ilkin şərtlər sənaye məhsulları üçün tarif bağlamasının ilkin və son səviyyələrini bugünkü 5.7% ilə müqayisədə müvafiq olaraq 14.2 və 9.7% səviyyəsində təmin edir.

Başqa sözlə, idxal tarifini məcburi dərəcələr çərçivəsində dəyişdirmək üçün "dəhliz" olduqca genişdir. Bu vəziyyətdə, "dəhliz" daxilində Azərbaycan istehsalçıları üçün zəruri proteksionist siyasətlərin formalaşdırılması artıq ÜTT-yə daxil olmaqla əlaqəli bir məsələ deyil, keçid dövründə daxili siyasətin problemi yerli istehsalın qorunması tədbirləri ilə çox bağlıdır. Öz rəqabət qabiliyyətlərini artırmaq üçün Azərbaycan biznes proqramları.

Beləliklə, iqtisadiyyatın struktur tənzimlənməsi və milli istehsalçıların rəqabətqabiliyyətli sənayelərin, o cümlədən qeyri-tarif və tarif alətlərinin böyüməsi potensialına sahib olan metodları və kredit və makroiqtisadi siyasətinin adekvat tədbirləri ilə qorunması üçün bütün arsenaldan enerjili şəkildə istifadə etmək lazımdır.

Eyni zamanda, geniş miqyaslı iqtisadi təşkilatlara qoşulmağa tələsməyə imkan verməmək və ÜTT-yə üzv olmamaqdan sonra qlobal maliyyə və əmtəə bazarlarına inteqrasiyanın müsbət təsirindən maksimum yararlanmaq lazımdır.

Valyuta ehtiyatlarını və neft fondu fondlarını artıraraq iqtisadiyyata investisiya qoyaraq, Azərbaycan Respublikası mütləq və müqayisəli üstünlüklərdən optimal istifadə, ixrac potensialının artırılması və rəqabət səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün xarici ticarətin tənzimlənməsi üçün tamamilə müstəqil, elmi cəhətdən sınaqdan keçmiş siyasət həyata keçirmək üçün hər cür imkanlara malikdir (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, 2016).

Respublikanın gömrük siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi gömrük ərazisində əmtəə mübadiləsinin tənzimlənməsi və tənzimlənməsi vasitələrindən daha səmərəli istifadə olunmasına, daxili bazarın qorunması üçün ticarət və siyasi vəzifələrin icrasında iştirak etməyə imkan verəcək və respublika iqtisadiyyatının daha da inkişafına təkan verəcəkdir.

Təcrübədə xarici ticarət fəaliyyətində aşağıdakı alət qrupları fərqlənir;

- iqtisadi tənzimləmə metodları, bir sıra gömrük rüsumları, gömrük rüsumları, sərhəd vergiləri, milli istehsalçılara müəyyən subsidiyalar,

- İnzibati tənzimləmə vasitələrinə aşağıdakılar daxildir: idxal və ixraca qoyulan qadağalar və məhdudiyyətlər, lisenziyalaşdırma, habelə idxal şərti, bir sıra könüllü ixrac məhdudiyyətləri;

- texniki vasitələrin, standartların və texniki normaların, müəyyən edilmiş standartlara, təhlükəsizlik standartlarına və qaydalarına, malların sertifikatlaşdırılmasına, bir sıra sanitariya və baytarlıq standartlarına və sağlamlıq standartlarına, habelə insan mühitinin qorunması ilə əlaqədar tədbirlərə uyğunluğunu müəyyənləşdirmək üsulları;

- milli ixracatçılara və ixrac üçün məhsul istehsalçılarına kömək etmək üçün tədbirlər

- pul və maliyyə tədbirlərinin məcmusu: bank dərəcəsi və kredit faizləri ilə manevr etmək, milli valyutaların məzənnəsinə təsir göstərmək.

Bu gün dövlət tənzimlənməsi və xarici ticarətin idarə olunması sahəsində əldə olunan təcrübə aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- Respublikada vahid xarici ticarət siyasətinin həyata keçirilməsini təmin etmək və onun həyata keçirilməsi üçün tədbirlər görmək;

- milli xarici ticarətin inkişafı proqramı yaratmaq;

- Azərbaycanın daxili bazarını qorumaq üçün vaxt məhdudluğu ilə tədbirlər görmək;

- ixrac və idxala bir sıra kəmiyyət məhdudiyyətləri tətbiq etmək.

Yuxarıda göstərilən bütün tədbirlər beynəlxalq hüququn müəyyən edilmiş tədbirlərinə uyğun olaraq və respublikanın iqtisadi maraqlarının effektiv qorunması üçün zəruri olan çərçivədə həyata keçirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, XİF gömrük xidməti ilə sıx bağlı olub, dövlətin gömrük sərhəddindən əmtəələrin və nəqliyyat vasitələrinin keçirilməsi şərtləri, qaydaları ilə bilavasitə bağlı olan məsələləri əhatə edir..

Metod

Tədqiqat prosesində iqtisadi-statistik, statistik-qruplaşma, müqayisəli iqtisadi təhlil, sistemli təhlil, ekspert qiymətləndirmə metodu, proqram-məqsədli yanaşma, müşahidə və balans metodlarından istifadə olunmuşdur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Respublikamızın gömrük-tarif siyasəti xarici ticarətin tənzimlənməsi, yerli iqtisadiyyatın xarici təsirdən qorunması və digər maliyyə məsələlərinin həll edilməsi məqsədi ilə dövlətin iqtisadi metodlar vasitəsilə həyata keçirdiyi xarici ticarətin tənzimlənməsi başa düşülür. Burada gömrük – tarif siyasəti dövlətin daxili və xarici siyasətinin tərkib hissəsi olmaqla xarici iqtisadi fəaliyyətin və dünya ölkələrinin maraqlarının möhkəmləndirilməsində əsas vasitə kimi özünü büruzə verir.

Nəticə

Müasir beynəlxalq təcrübə göstərir ki, ölkələrin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasında xarici iqtisadi fəaliyyətin tarif və qeyri-tarif tənzimlənməsi xüsusi qarşılıqlı əlaqədə götürülməli və təhlil olunmalıdır. Lakin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya ölkələrarası əməkdaşlığın genişləndirilməsi üzrə fritderçilik siyasətinin formalaşdırılması və daha da inkişafını nəzərdə tutsa da, milli iqtisadiyyatın inkişafı və onun müdafiəsi zamanı proteksionist tədbirlərin tətbiq edilməsi zəruriyyəti meydana çıxır.Ölkədə gömrük-tarif siyasətinin elmi əsaslara söykənərək reallaşdırılması xarici iqtisadi fəaliyyətin effektliyini artırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, dünya ölkələri ilə inteqrasiya əlaqələrinin genişlənməsi respublikanın xarici iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsinin üsul və vasitələrinin xarakteri müəyyən edir.Belə ki, xarici ticarət fəaliyyəti təcrübəsində iqtisadi tənzimləmə vasitələri, inzibati tənzimləmə vasitələri, texniki

tənzimləmə vasitələri, yerli istehlakçılara əmtəə ixracı üçün edilən müxtəlif yardım tədbirləri mühüm əhəmiyyət kəsb edirlər. Ölkədə normal iqtisadi inkişaf şəraitində xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi inzibati və iqtisadi vasitələr arasındakı nisbətin iqtisadi tənzimlənmənin xeyrinə olması ilə özünü göstərir.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikasının ərazisinə gətirilən aksiz vergisinə cəlb olunan malların aksiz dərəcələrinin təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 19 yanvar 2001-ci il tarixli 20 nömrəli qərarı, "Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu" 31 yanvar 2001-ci il, № 1, maddə 69
2. "Gömrük tarifi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı 1994 . "Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi" Hüquq ədəbiyyatı", Bakı, 2003 .
3. Həsənov Ə.M. (2011), Azərbaycan Respublikasının milli inkişaf və təhlükəsizlik siyasəti. Bakı: Letterpress, 440 s.
4. Pearce D.W., Barbier E., Markandya A. (2010), Sustainable Development: Economics and Environment in the Third World. Sylva, or A Discourse of Forest-Trees and the Propagation of Timber in His Majesty's Dominions.
5. Şəkərəliyev A.Ş. (2011), Dövlətin iqtisadi siyasəti: Dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi. Bakı: İqtisadiyyat Universiteti, 542 s
6. Şəkərəliyev A.Ş., (2016), Şəkərəliyev Q.A. Azərbaycan iqtisadiyyatı: Reallıqlar və perspektivlər. Bakı: Turxan NPB, 536 s.
7. Şəkərəliyev A.Ş., Şəkərəliyeva Z.A. (2015), Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi, dərs vəsaiti. Bakı: İqtisadiyyat Universiteti, 168 s.
8. Эфендиев О., Алиев Э., (2007) Внешнеэкономическая деятельность современного Азербайджана. Баку, 486 стр.
9. Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/
10. http://www.az–customs.net - Dövlət Gömrük Komitəsi
11. http://www.taxes.gov.az - Vergilər Nazirliyi

Azərbaycan Respublikasının gömrük siyasətin müasir vəziyyəti və effektiv nəticələrə nail olunmasında ÜTT-yə üzvlüyün rolunun qiymətləndirilməsi

Məlikova Münəvvər

mmelikova863@gmail.com

Xülasə

Gömrük işi beynəlxalq ticarətdə mühüm rol oynayır. Hər hansı xarici ticarət sövdələşməsində gömrük ən azı iki dəfə iştirak edir: bir dəfə ixrac; bir dəfə də idxal zamanı. Bu səbəbdən aydındır ki, gömrük işi xarici ticarətin effektiviiyinə əhəmiyyətli təsir göstərir. Gömrük orqanlannın effektiv işi, gömrük nəzarəti gedişində zamanın və maddi vəsaitlərin əsassız itkisinin olmaması hər hansı ölkənin ixracatçılarının , idxalçılarının xarici ticarətinin xarakterini və yekunlarını az dərəcədə müəyyən etmir və çox zaman xarici ticarət əməliyyatlarında uğurun yaxud uğursuzluğun başlıca səbəbi olur(Əliyev, 2003).

Gömrük işinin uğurlu həyata keçirilməsi də öz növbəsində dövlətin iqtisadi siyasətinin mühüm tərkib hissəsi olan gömrük siyasətinin necə həyata keçirilməsindən birbaşa asılıdır.

Bu tədqiqat işində ilk olaraq Azərbaycan Respublikasının gömrük işinin müasir vəziyyəti bir sıra statistik göstəricilər əsasında ötən illərlə müqayisəli təhlil edilmişdir.Belə ki, 2019-cı ildə Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət əməliyyatlarının həcmi, gömrük orqanlarının fiskal fəaliyyəti nəticəsində büdcəyə daxil olan vergi və rüsumlar, idxal və ixrac olunan malların çeşid sayı, ixracatın əmtəə strukturunda xam neftin, neft məhsullarının və təbii qazın payı və ötən illə müqayisədə azalan tempi və bunda Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə ”Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”təsdiq edilməsinin mühüm rolu və s. məsələlər tədqiqat işində öz əksini tapmışdır.

Eyni zamanda, Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsində əsas strateji istiqamətlərdən biri olaraq son illər informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə həyata keçirilən layihələr,onların müsbət təsirləri barədə məlumatlar verilmişdir.

Sonda gömrük siyasətinin effektivliyinin artırılmasında ÜTT-yə üzvlüyün rolu,empirik olaraq, üzv olan dövlətlərin ÜTT-yə qoşulmaqla əldə etdikləri bir neçə nəticə qeyd edilmişdir.

Açar sözlər : **gömrük siyasəti;ÜTT;informasiya kommunikasiya texnologiyaları;ixrac;idxal**

Giriş

Hər bir ölkədə gömrük işinin təşkili gömrük siyasətinin məqsədindən, iqtisadiyyatın vəziyyətindən, coğrafi mövqeyindən və sairədən asılıdır. Azərbaycan Respublikasında,hər bir ölkədə olduğu kimi, dövlətin həm daxili həm də, xarici siyasətinin tərkib hissəsi olan vahid gömrük siyasəti həyata keçirilir ki,onun da əsas məqsədi respublikanın gömrük ərazisində gömrük nəzarəti və mal dövriyyəsinin tənzimlənməsi vasitələrindən daha səmərəli istifadənin təmin olunması; Azərbaycan Respublikasının daxili bazarının qorunması; milli iqtisadiyyatın inkişafının stimullaşdırılması; dövlətin iqtisadi siyasətindən irəli gələn vəzifələrin yerinə yetirilməsinə köməklik edilməsi; Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına, bu Məcəlləyə həmçinin, Azərbaycan Respublikasının digər qanunvericilik aktlarına uyğun olaraq müəyyən edilən digər məqsədlərə nail olmaqdan ibarətdir(Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi,2011).

Metod

Bu tədqiqat işində AR- nın gömrük siyasətinin müasir vəziyyəti araşdırılmış və bir sıra statistik göstəricilərə əsaslanaraq dərindən əsaslı şəkildə təhlil edilmiş,eyni zamanda müqayisəli təhlilə əsaslanaraq ötən illərin göstəriciləriylə müqayisə olunmuşdur və həmçinin gömrük fəaliyyətinin

effektivliyini artırmaqda başlıca rol oynayan Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvlüyün zəruriyəti məsələləri ələ alınmışdır.

Və bu məsələlərin tədqiqi zamanı empirik tədqiqatların nəticələrinə istinad olunmuş, statistik materiallardan istifadə edilmişdir.

Analiz

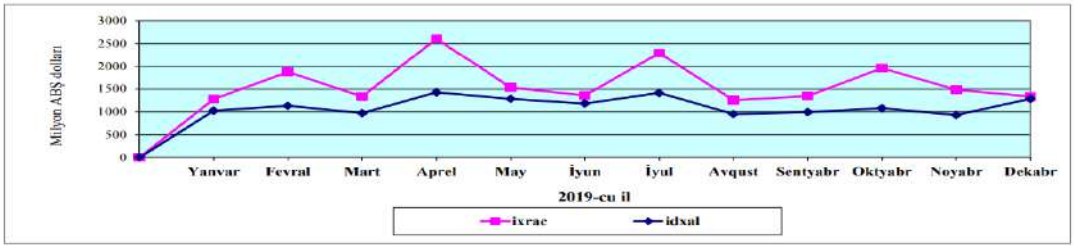
AR-nın gömrük siyasətinin müasir vəziyyəti və görülən tədbirlər

Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatına görə 2019-cı ildə Azərbaycan Respublikasının ticarət əməliyyatlarının həcmi 33 302 818.24 min, idxal əməliyyatlarnın həcmi 13 667 237.83 min, ixrac əməliyyatlarının həcmi 19 635 580.41 min, xarici ticarət saldosu 5 968 342.58 min ABŞ dolları olmuş və ticarət əməliyyatlarının ümumi həcmi ötən ilə nisbətən artım göstərmişdir.

2019-cı ildə ixrac və idxalı aylar üzrə müqayisəli təhlil etsək, görərik ki,bütün aylar ərzində ixracın həcmi idxalın həcmindən üstün olmuşdur.

Şəkil1. İxrac və idxal əməliyyatlarının dinamikası

	Yanvar	Fevral	Mart	Aprel	May	İyun	İyul	Avqust	Sentyabr	Oktyabr	Noyabr	Dekabr	Cəmi
İxrac	1 279 406.90	1 872 332.82	1 332 523.42	2 605 399.27	1 531 175.50	1 358 562.44	2 288 202.78	1 252 166.77	1 346 334.31	1 955 254.84	1 481 966.12	1 332 255.24	**19 635 580.41**
İdxal	1 024 976.43	1 132 654.51	970 233.44	1 425 910.46	1 283 923.57	1 180 834.63	1 412 727.05	950 256.33	993 432.77	1 077 744.77	929 344.33	1 285 199.53	**13 667 237.83**
Saldo	254 430.47	739 678.31	362 289.99	1 179 488.81	247 251.92	177 727.81	875 475.73	301 910.44	352 901.53	877 510.07	552 621.79	47 055.71	**5 968 342.58**
Dövriyyə	2 304 383.33	3 004 987.33	2 302 756.86	4 031 309.72	2 815 099.07	2 539 397.07	3 700 929.83	2 202 423.10	2 339 767.08	3 032 999.62	2 411 310.45	2 617 454.77	**33 302 818.24**
İxracın aylıq artımı	-	592 925.92	-539 809.40	1 272 875.84	-1 074 223.77	-172 613.06	929 640.33	-1 036 036.01	94 167.54	608 920.54	-473 288.72	-149 710.88	-
İdxalın aylıq artımı	-	107 678.08	-162 421.08	455 677.02	-141 986.88	-103 088.94	231 892.42	-462 470.72	43 176.45	84 312.00	-148 400.44	355 855.20	-



Mənbə : Azərbaycan Respublikasının Dövlət Gömrük Komitəsi, www.custom.gov.az (31.12.2019)

2019-cu ildə gömrük orqanları dövlət büdcəsinə cəmi 4 408 624.84 min manat, o cümlədən, 1 109 478.47 min AZN gömrük rüsumları, 3 004 082.15 min manat ƏDV, 249 632.58 min AZN aksiz və 45 431.64 min manat yol vergisi ödənilməsini təmin etmişlər. 2018-ci ildə bu göstəricilər belə olmuşdur: Cəmi 3 434 062.00 min AZN, gömrük rüsumları üzrə 883 150.80 min AZN, ƏDV üzrə 2 340 784.50 min AZN, aksizlər üzrə 169 964.90 min AZN, yol vergisi üzrə 40 161.80 min AZN büdcəyə vəsait ödənilməsi təmin olunmuşdur.

2017-ci ildə gömrük orqanlarının fiskal fəaliyyəti nəticəsində büdcəyə 2 608 779.61 manat məbləğində vergi və rüsum ödənilməsi təmin olunmuşdur.

Bu rəqəmlərin müqayisəsi nəticəsində gömrük vergi və rüsumlarından büdcəyə daxilolmaların artmasını görə bilərik. Bu artım isə ticarət dövriyyəsinin azalması fonunda baş verir. Nəzərə alsaq ki, gömrük vergi və rüsumları əsasən idxal olunan mal və xidmətlərə tətbiq olunur bu artmın səbəbinin həmin əmtəələrin xarici valyuta ilə ifadə olunmuş gömrük dəyərinin ciddi şəkildə artması nəticəsində baş verdiyini deyə bilərik.

Azərbaycan iqtisadiyyatı dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olunur. Hal hazırda Azərbaycanın 44 554 fiziki və hüquqi şəxsi 195 xarici ölkədə yerləşən partnyorlarla ticarət fəaliyyəti həyata keçirirlər. Bu sövdələşmələrin baş tutması və genişlənməsi üçün isə gömrük siyasətinin daim təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var.

Gömrük sahəsində hüquqpozma halları ilə mübarizə daim dövlətin diqqət mərkəzində olan məsələlərdəndir.Bu məqsədlə, "AR Gömrük Məcəlləsinə" görə gömrük orqanları təhqiqatının və istintaqının aparılması səlahiyyətlərinə aid edilmiş cinayətlərin qarşısının alınması, aşkar edilməsi və açılması, onları hazırlayan, həmçinin törədən və ya törətmiş şəxslərin müəyyən edilməsi məqsədi ilə əməliyyat-axtarış fəaliyyətini həyata keçirirlər. Gömrük orqanlarının, onların vəzifəli şəxslərinin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün gömrük orqanları qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş qaydada digər hüquq mühafizə orqanları, eləcə də başqa dövlətlərin gömrük xidmətləri ilə əməkdaşlıq edərək tədbirlər həyata keçirirlər.

2019-cu ildə baş vermiş gömrük hüquqpozmaları barədə məlumatlara görə ümumilikdə aşkar edilmiş cinayət xarakterli faktlar 866, inzibati xəta faktları 12 577 olmuşdur (ARDGK, 2019).

2019-cu ildə Azərbaycan Respublikasına ildə idxal olunan malların çeşidlərinin sayı 7 503 ədəd, ixrac olunan malların çeşidlərinin sayı 3 124 ədəd olmuşdur. Rəqəmlərdən göründüyümüz kimi, ölkənin xarici ticarət saldosu müsbətdir. Lakin, ixracatın əmtəə strukturunda xam neftin, neft məhsullarının və təbii qazın payı 89,86% təşkil edir. 2018-ci ilin göstəriciləri ilə müqayisədə, 2019-cu ildə ixracatda xam neftin, neft məhsullarının və təbii qazın payı 1,31% azalmışdır(Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi, 2018).

İxracatda qeyri-neft məhsullarının xüsusi çəkisinin ildən-ilə artması bir sıra səbəblərlə bağlıdır ki,bunlardan biri də bu mövzuda Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi"təsdiq edilməsidir. Bu sənəd ilk növbədə Azərbaycan iqtisadiyyatının dünya neftinin koyunkturasından asılılığını aradan qaldırmaq, iqtisadiyyatı şaxələndirmək və qeyri-neft sektorunun inkişafını təmin etmək məqsədi ilə qəbul olunmuşdur.Ancaq bununla yanaşı bir sıra başqa məqsədlərə də xidmət edir: iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyini daha da artırmaq, əhalinin sosial rifahını yaxşılaşdırmaq, əlverişli investisiya mühiti yaratmaq, azad rəqabət mühiti, bazarlara çıxış və insan kapitalının inkişafına yardım etmək.

Bu sənədə görə, qeyri-neft sektoru üzrə ixracın 2015-ci ildə adambaşına 170 ABŞ dollarından 2025-ci ildə 450 ABŞ dollarına qaldırılması, eyni zamanda turizm sektorunda 150 min əlavə iş yerinin yaradılması nəzərdə tutulmuşdur(Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi,2016).

Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsində əsas strateji istiqamətlərdən biri olaraq son illər informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə həyata keçirilən layihələr nəticəsində gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi və ticarətin asanlaşdırılması sahəsində mühüm addımlar atılmışdır.

Gömrük işində tətbiq olunan İKT layihələri əsas etibarilə aşağıdakı sahələri əhatə edir:

- gömrük nəzarəti;
- gömrük rəsmiləşdirilməsi;
- gömrük hüquqpozmalarına və qaçaqmalçılığa qarşı mübarizə;
- maliyyə fəaliyyəti;

- statistik təhlil;
- müəssisənin resurslarının idarə olunması;
- riskin idarə olunması;
- sənəd dövriyyəsi və kargüzarlıq.

İKT-nin inkişafı "Azərbaycan Respublikası gömrük sisteminin 2007-2011-ci illərdə inkişafına dair Dövlət Proqramı" əsasında həyata keçirilir və bu proqramda inkişaf strategiyası öz əksini tapmışdır. Azərbaycanda informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının geniş miqyasda və planlı şəkildə gömrük xidmətlərində tətbiqinə isə 1995-ci ildən sonra başlanmışdır.Gömrük xidmətinin İKT-strategiyası 1999-cu ildən etibarən artıq beynəlxalq standartlara uyğun səviyyədə qurulmağa başlamışdır.

BMT-nin İnkişaf Proqramı(İP) və Azərbaycan Hökuməti arasında həyata keçirilən "Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin Potensialının Gücləndirilməsi və Məlumatların Ötürülməsi Şəbəkəsinin Yaradılması" layihəsi avtomatlaşdırılmış idarəetmə sisteminin yaradılması sahəsində gömrük xidmətinin inkişafına kifayət qədər müsbət təsir göstərmişdir. Layihənin icrası nəticəsində "on-line" rejimdə Dövlət Gömrük Komitəsi və gömrük orqanları arasında birbaşa informasiya mübadiləsi, həmçinin sərhədyanı postların şəbəkə ilə əhatə olunması təmin edilmiş, eyni zamanda radiokanallar və "frame-relay" texnologiyaları tətbiq edilmişdir.

Korporativ şəbəkənin qurulması ümumilikdə 1995-1999-cu illərdə əsas prioritet istiqamətlərdən biri kimi müəyyən olunmuşdur.

Dövlət Gömrük Komitəsi İKT sahəsində 2009-cu ildən etibarən yeni bir mərhələyə yəni,gömrük işinin avtomatlaşdırılmış idarəetmə sisteminin WEB texnologiyası əsasında qurulması mərhələsinə keçmişdir. Dövlət Gömrük Komitəsinin korporativ şəbəkəsi bu illər ərzində yeni texnologiyalar əsasında fiberoptik rabitə xətləri əsasında qurularaq server sistemi tam yenidən formalaşmış, "Gömrük xidmətinin Vahid Avtomatlaşdırılmış İdarəetmə Sistemi " layihəsi işlənmiş və tətbiq edilmişdir.

VAİS gömrük işində gömrük prosedurlarının avtomatlaşdırılması və elektron gömrük xidmətinin təşkil edilməsi üçün hazırlanmış, hazırda gömrük işinin əsas sahələri üzrə bütün gömrük orqanlarında fəaliyyət göstərən və gömrük rəsmiləşdirilməsi, gömrük təmizlənməsi və digər gömrük prosedurlarını tam əhatə edən idarəetmə sistemidir.

Bundan başqa , Azərbaycan Respublikasının gömrük işində atılmış ən mühüm adımlardan biri də "Yaşıl Dəhliz" buraxılış sisteminin tətbiqi olmuşdur ki,bu layihənin də tətbiqində əsas məqsəd qanunvericiliyə riayət edən xarici ticarət iştirakçıları üçün daha əlverişli bir şərait yaratmaq, biznesin dövlət tənzimləmə mexanizmlərinin effektivliyinin artırılmasına nail olmaq, risk qiymətləndirilməsi və gömrük auditi əsasında gömrük nəzarətini və rəsmiləşdirilməsini daha çevik və şəffaf olaraq həyata keçirməklə fiziki gömrük yoxlamalarını minimallaşdırmaq, ölkənin ixrac potensialını daha da gücləndirmək, məmur-sahibkar münasibətlərini müasir idarəçilik prinsiplərinə müvafiq olaraq inkişaf etdirmək və eyni zamanda mövcud resurslardan optimal şəkildə istifadəni təmin etməkdən ibarətdir.

"Yaşıl dəhliz" buraxılış sisteminə buraxılış proseduru 3 pillədə həyata keçirilir.

Əvvəlcə şəxslər elektron qaydada Dövlət Gömrük Komitəsinə müraciət ünvanlayır,daha sonra Dövlət Gömrük Komitəsi müraciəti 1 ay müddətində yoxlayır və ən nəhayət şəxsə "Yaşıl dəhliz" buraxılış sistemindən daimi istifadə hüququ verilir.

Bu sistem xarici ticarət iştirakçılarına idxal olunan malların şəxsin anbarına birbaşa götürülməsi və gömrüyə gəlmədən malların boşaldılması,gömrüyə gəlmədən malların ixracının birbaşa öz anbarından həyata keçirilməsi və ümumi yəni, sərhəd buraxılış məntəqələrindən prioritet keçid,gömrük xidmətlərindən istifadə zamanı prioritetlik,mimimal fiziki yoxlamalar,gömrük ekspertizasının prioritet qaydada həyata keçirilməsi,gömrük rəsmiləşdirilməsinin iş yerindən və vaxtından kənar aparılması,xarici ticarət üzrə təlimlərdə iştirak kimi müəyyən üstünlüklər verir.

"Bir pəncərə" prinsipinin tətbiqi ilə əlaqədar,hansı ki, dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən keçirilən malların və nəqliyyat vasitələrinin yoxlanılmasında 2008-ci il tarixində Dövlət Gömrük Komitəsində Komissiya yaradılmışdır.

Komissiyanın əsas funksiyası kimi qüvvədə olan qanunvericilik aktlarının uyğunlaşdırılması;Dövlət Gömrük Komitəsinin sərhəd gömrük orqanlarının tərkibində dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən keçirilən mallara baytarlıq, fitosanitar və sanitariya nəzarətinin həyata keçirilməsinin təşkili və tələb olunan avadanlıqlar, texniki və digər vasitələr, habelə beynəlxalq avtomobil daşımalarını yerinə yetirən nəqliyyat vasitələrinə sərhəddə "İcazə" blanklarının verilməsi ilə bağlı məsələlərin həlli;Komitənin Mərkəzi Laboratoriyasının regional bölmələrinin yaradılması eyni zamanda,laboratoriyanın sərhəd gömrük orqanları və Azərbaycan Respublikası Səhiyyə və Kənd Təsərrüfatı Nazirlikləri ilə qarşılıqlı məlumat mübadiləsini həyata keçirmək məqsədiylə lokal şəbəkənin yaradılması;sərhəd-gömrük buraxılış məntəqələrində "Bir pəncərə" prinsipinin həyata keçirilməsinin texnologiyasının işlənməsi kimi müəyyən edilmişdir (ARDGK, 2018).

Gömrük siyasətinin səmərəliliyinin artırılmasında ÜTT-ə üzvlüyün rolu

Milli gömrük sisteminin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, bu sahədə iqtisadi əməkdaşlığın genişləndirilməsi və inteqrasiya proseslərinin inkişafı baxımından beynəlxalq sahədə əməkdaşlıq mühüm rol oynayır.

Bu sahədə əməkdaşlıq isə beynəlxaq təşkilatlara – habelə,Ümumdünya Gömrük Təşkilatı (ÜGT), MDB Gömrük Rəhbərləri şurası və eyni zamanda, ikitərəfli münasibətlər çərçivəsində özünü göstərir(Mehrəliyev və Abduləzimov,2008).

Bu gün ÜGT, dünya ticarətinin təxminən 98% -ni birlikdə emal edən dünyanın 183 gömrük idarəsini təmsil edir. Gömrük ekspertizasının qlobal mərkəzi olaraq, ÜGT gömrük məsələlərində səriştəli yeganə beynəlxalq təşkilatdır və özünü haqlı olaraq beynəlxalq Gömrük Birliyinin səsi adlandıra bilər. Milli gömrük idarələrinin daha effektiv və səmərəli çalışmasınıı təmin etmək və inkişaf etdirmək məqsədiylə qurulan beynelxalq bir təşkilatdır(Ekonomik Sorunlar Dergisi,2007).

Gömrük fəaliyyətinin effektivliyini artırmaqda başlıca rol isə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına məxsusdur. Hazırda beynəlxalq ticarətin ümumlikdə götürüldükdə 95 %-ə qədəri ÜTT-yə üzv ölkələrin payına düşür. Xarici ticarət fəaliyyətinin konvensial tənzimləmə və milli gömrük xidmətlərinin modernləşdirilməsi sistemi dünya ticarətinin inkişafına mümkün qədər müsbət təsir edir.O, xarici ticarət əməliyyatlarını reallaşdırmaq üzrə "oyun qaydaları"nı tərtib etmişdir. Ancaq, bu qaydaların məqsədi ÜTT-na qoşulan ölkələrin əl-qolunu bağlamaq deyil, xarici ticarət tənzimlənməsini unifikasiya etməkdir. Eyni oyunu müxtəlif qaydalarla oynamaq mümkün deyil, bu səbəbdən, ÜTT-nın rolu yüksək qiymətləndirilir.ÜTT ilə danışıqlara Azərbaycan məhz bu təskilata üzv olmaq üçün müraciət etdiyi vaxtdan,yəni 1997-ci ildən baslamışdır(Azərbaycanın ÜTT-ə Üzvlük Prosesinin Qiymətləndirilməsi üzrə Siyasət Sənədi,2010).

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 22 avqust 2003-cü il tarixli 175 saylı Sərəncamı ilə ÜTT-yə üzvolma prosesini sürətləndirilmək məqsədilə Azərbaycan Respublikasının ÜTT-yə üzv olmasına hazırlıq işləri üzrə Komissiyası yaradılmışdır(Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi,2020).

Bununla belə, ikitərəfli danışıqlarda ABS, Avropa Birliyi, Avstraliya kimi bir sıra aparıcı ölkələr ilə razılıq əldə etmək hələ də mümkün olmayıb. Çoxtərəfli danışıqlar da eyni zamanda "divara dirənib": aqrar, xidmət sektorları üzrə işçi qrupla ÜTT rəsmillərinin fikirləri üst-üstə düsmür. Bu baxımdan, Azərbaycanın bu təskilata nə zaman üzv olacağını proqnozlasdırmaq bir qədər çətindir.

Xarici iqtisadi münasibətlər sahəsində bir sıra təhlillər investorların əsas etibarilə investisiya mühiti daha əlverisli olan və investisiya siyasəti proqnozlasdırıla bilən ölkələri axtardıqlarını müəyyənləşdirmişlər.Səffaflıq isə ÜTT-nin əsas prinsiplərindən biri hesab olunduğundan ÜTT-yə üzvolma xarici investisiyaların cəlb edilməsinə kifayət qədər müsbət təsir göstərir.

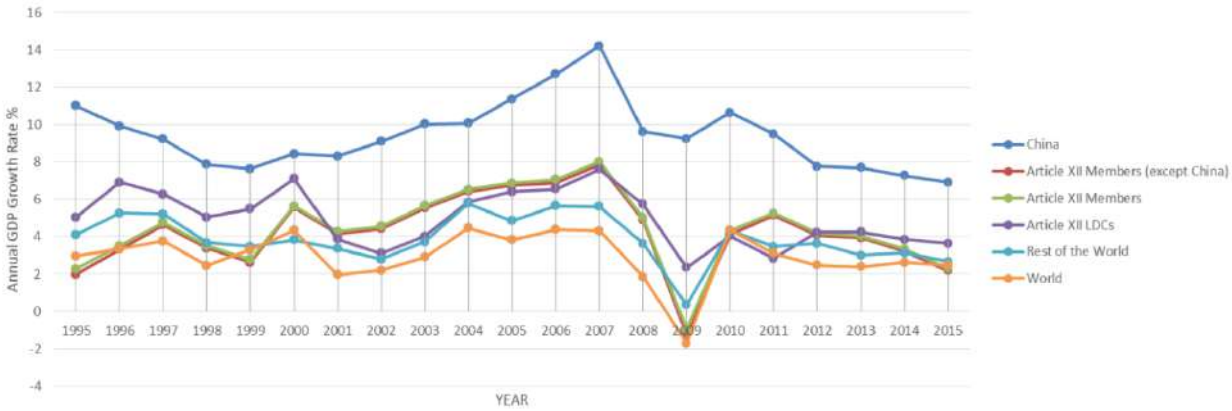
Bundan başqa, xarici sahibkarlar ÜTT-nin digər əsas prinsipinin,hansı ki, "milli rejim" adlandırılan, tətbiq olunduğu ölkələrə ehtiyat etmədən investisiya yönəldir. Bu prinsipə əsasən xarici və yerli sahibkarlar arasında ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi üstün tutulur.

Empirik olaraq, üzv olan dövlətlərin ÜTT-yə qoşulmaqla əldə etdikləri bir neçə nəticə mövcuddur ki,bunlar da aşağıdakılardır:

1)İqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılması və ticarətdə artım:

Empirik göstəricilərə əsaslanaraq qeyd edə bilərik ki, son illərdə üzvolma prosesi ilə əlaqədar çətin islahatlar prosesi keçən 12-ci maddə əsasında qoşulan 12 üzv,ümumilikdə bir qayda olaraq,digər dünya dövlətləri ilə müqayisədə ÜDM artımı və ticarət göstəriciləri də daxil olmaqla,daha yaxşı nəticələr göstərmişlər.

Şəkil 2. İqtisadi göstəricilər və ticarətdə artım



Mənbə: World Trade Organization,www.wto.org

2) İqtisadiyyatın struktur dəyişikliyi:

ÜTT üzvü ölkələrin öhdəliklərinin dərinliyi və genişliyi elə bir səviyyədədir ki, üzvolma prosesindəki ölkələrin iqtisadiyyatının dəyişikliyi qaçılmazdır və ÜTT Sazişləri üzrə öhdəliklər,eyni zamanda üzvolma prosesində götürülən öhdəliklər yerinə yetirilərkən, daxili tənzimləyici və iqtisadi islahatlar əsas etibarilə möhkəmləndirilir.

ÜTT-də baxılan mübahisələrin məhdud sayı,üzvlərin Ticarət Siyasətinə baxışların nəticələrinə əsasən onu da qeyd edə bilərik ki, üzvolma prosesində aparılan struktur dəyişiklikləri üzvolmadan sonrakı mərhələdə də saxlanılır və ya daha da dərinləşir.

3)İqtisadiyyatın diversifikasiyası :

Empirik məlumatlara əsaslanaraq qeyd edə bilərik ki, ÜTT-yə üzvlük bir çox hallarda ixracın diversifikasiyasına yardım göstərir. Belə ki, ÜTT tərəfindən həyata keçirilmiş təhlildə təşkilata daxil olmuş hər bir dövlət üzrə üzvolma zamanı ixracın ümumilikdə 60%-dən daha artığını təşkil edən HS yəni,uyğunlaşdırılmış tarif cədvəli bölmələrin sayı diqqətə alınaraq, 2014 və 2015-ci illər üzrə HS bölmələrin sayı ilə müqayisəsi aparılmışdı və aparılan təhlil bu dövrdə üzv dövlətlərin HS bölmələrinin sayının orta hesabla 4-dən 6-dək artım göstərdiyini müəyyən etmişdir.

4)Artan rəqabət:
ÜTT-yə üzvolma üzrə aparılan danışıqların əsasını müxtəlif yollarla ticarətin liberalaşdırılması təşkil edir.Buna nail olmaq üçün mallara tətbiq olunan idxal tariflərinin azaldılması,ləğv edilməsi yaxud xidmətlərin həyata keçirilməsi üçün maneələrin aradan qaldırılması kimi vasitələrdən istifadə edilir.Üzvlük prosesində rəqabətin artması qaçılmazdır və bunun özlüyündə həm müsbət ,həm də mənfi təsirləri ola bilər.

Ən mühüm təsir yerli mal və xidmət istehsalçılarından öz rəqabət qabiliyyətlərini artırmaq məqsədilə aktiv işləmələrinin tələb olunmasıdır. Rəqabətin mənfi təsiri isə yuxarıda qeyd olunan baş vermədiyi təqdirdə, yerli istehsalçıların istehsal həcmini azaltmalı və ya ümumiyyətlə, istehsalı dayandırmalı olmaqlarıdır.

5)İşgüzar mühitin gücləndirilməsi:
ÜTT-yə üzvolma işgüzar mühitin gücləndirilməsinə aşağıdakılar vasitəsilə yardım edir:

şəffaflığın təkmilləşdirilməsi; daxili hüquqi çərçivənin aydınlaşdırılması;qaydaların icrası, tribunalların yaradılması və qərəzsizlik; daxili iqtisadi iştirakçıların müəyyən edilməsi və məsuliyyəti; ticarəti məhdudlaşdıran qaydaların minimallaşdarılması; özəl sektorun qanunvericilik prosesinə cəlb olunması; bərabər biznes imkanları.

6)İdarəetmənin inkişafı və ya bazara əsaslanan inkişaf:

İnsan faktorunu saxlayan istənilən sistemdə olduğu kimi gömrük sistemində də idarəetmənin böyük əhəmiyyəti vardır. Gömrük orqanları əməkdaşlarının hamılıqla vahid orqanizm kimi təşkil edilməsi gömrük orqanları sistemində idarəetmənin əas məqsədidir.

Yaxşı idarəetməni əsas etibarilə səciyyələndirən cəhətlərə iştirakçılıq, şəffaflıq, hesabatlılıq, qanunun aliliyi, səmərəlilik və bərabərlik daxildir. Dövlət sahəsində yaxşı idarəetmə isə sui-istifadə və eyni zamanda korrupsiyadan azad formada dövlətin idarə edilməsini və qanunun aliliyinin rəhbər tutulmasını nəzərdə tutur.

ÜTT-yə üzvolma birmənalı olaraq qanunun aliliyi prinsiplərinə əsaslanan sistemin qəbul və tətbiq edilməsini tələb edir. Beynəlxalq Şəffaflıq Təşkilatının Korrupsiya İndeksi və Ümumdünya Ədliyyə Layihəsinin Qanunun Aliliyi İndeksi arasında əlaqə açıq şəkildə göstərir ki, aşağıda sadalanan prinsiplərə daha ciddi və səmərəli riayət edən ölkələrdə korrupsiya səviyyəsi aşağıdır: İştirakçılığa və şəffaflığa əsaslanan alətlər mövcud və operativ olmalıdır; Səlahiyyətli qurumlar öz fəaliyyətlərini faktlar,həmçinin hesabatlılıq əsasında qurmalı və müstəqil inzibati orqanlar və ya məhkəmə orqanları

tərəfindən yoxlanılabilən olmalıdır və eyni zamanda qərəzsiz olmalıdırlar(Ümumdünya Ticarət Təşkilatı,2018).

Nəticə

Bu gün xarici ticarətdə neft və neft məhsullarından əldə olunan gəlir əhalinin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynamaqdadır,lakin bu eyni zamanda milli iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi baxımından bir sıra problemlərə yol açа bilər.Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, enerji daşıyıcılarının, xüsusən xam neftin qiyməti obyektiv və subyektiv səbəblərdən artıb-azala bilər. Belə ki, biz özümüzü beynəlxalq konyukturanın neqativ təsirlərindən qorumaq məqsədiylə başqa vasitələrdən də istifadə edərək «idxal edilmiş» inflyasiyanı təkcə enerji daşıyıcıları hesabına deyil, sənayenin digər sahələrinin və kənd təsərrüfatının xarici ticarətdə dövriyyəsini təkmilləşdirməklə də ala bilərik.

Gömrük fəaliyyətinin effektivliyini artırmaqda bir digər məsələ də Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvlükdən keçir. İstər ÜTT fəaliyyətini bəyənənlər, istərsə də onun isindən razı qalmayanlar da bir məsələdə ortaq fikrə gəlirlər:Azərbaycanın ÜTT üzvlüyünün heç bir alternativi yoxdur. Əsas məqsəd isə aydındır ki,Azərbaycan qlobal iqtisadi və ticari inteqrasiyadan kənarda qalmaq niyyətində deyil və bu inteqrasiyanın möhkəmləndirilməsinin yolu isə ÜTT üzvlüyündən keçir. Səffaflıq ÜTT-nin əsas prinsiplərindən biri hesab olunduğundan ÜTT-yə üzvlük xarici investisiyaların cəlb edilməsinə də əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərir.Lakin buna nail olmaq üçün kifayət qədər qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsinə ehtiyac vardır.

ÜDM-in ümumi həcmində neft sektorunun xüsusi çəkisinin yüksək olması, ixracatın əmtəə strukturunda xam neftin, neft məhsullarının və təbii qazın payının 89,86% təşkil etməsi, torpaqların 20%-nin işğal altında olması, hər səkkiz nəfərdən birinin qaçqın yaxud məcburi köçkün olması kimi bir çox faktlar Azərbaycanın ÜTT-yə İEOÖ status ilə üzv qəbul olunmasını əsaslandıran arqumentlər kimi istifadə oluna bilər(ÜTT,2018).

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əliyev A.Ə, (2003)"Gömrük işi və dünya iqtisadiyyatının inkişafı",Bakı,Çaşıoğlu,240 səh.
2. Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016
3. https://mida.gov.az/.
4. "World Trade Organization", https://www.wto.org/.
5. "Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi", http://customs.gov.az/.
6. "Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi" Bakı,2011.
7. Azərbaycanın ÜTT-ə Üzvlük Prosesinin Qiymətləndirilməsi üzrə Siyasət Sənədi,2010.
8. " Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi", https://www.economy.gov.az/.
9. "World Custom Organization",https://www.wcoomd.org/.
10. Mehrəliyev İ.İ, Abduləzimov Ə.B,(2008) "Gömrük fəaliyyətinin iqtisadiyyatı",Bakı, Adiloğlu,320 səh.
11. "Türkiyə Cümhuriyyəti Xarici İşlər Nazirliyi",http://www.mfa.gov.tr/.
12. "Ekonomik Sorunlar Dergisi",2007.

Dəniz nəqliyyatı yükdaşımaları , riskləri və onların tənzimlənməsi.

Ağalar Əliyev

aqalar.aliev30@gmail.com

Xülasə

Bu gün dünya iqtisadiyyatında hər bir ölkənin əsas maraq dairəsi idxal və ixrac proseslərinin daha səmərəli həyata keçirməsidir. İnkişaf etmiş ölkələrdən başlayaraq inkişafda olan ölkələrə qədər hər bir dövlət bu prosesi daha ucuz , səmərəli etməyə çalışır. Su yollarına çıxışı olan ölkələr üçün ən yaxşı vasitə isə dəniz nəqliyyatıdır. Bu nəqliyyat növü digər nəqliyyat növlərindən fərqli olaraq ilk növbədə çox ucuz , digər tərəfdən iri məmulatların idxalı və ixracı üçün çox əlverişlidir. Dəniz nəqliyyatının fəaliyyəti ən əsas limanların sayından və inkişafından asılıdır. Statistikalara nəzər yetirsək hər il limanların sayı 1% artmaqdadır. Yalnız dünya ölkələrində deyil həmçinin Azərbaycan Respublikasında da dəniz nəqliyyatı xeyli inkişaf edib. Belə ki, Azərbaycan Respublikasının dəniz kənarında yerləşməsi bunun üçün əlverişli şərait yaradır. Azərbaycan Respublikasının keçmiş inkişaf tarixinə nəzər yetirsək, bütün dövrlərdə, həmçinin onun dəniz nəqliyyatının inkişafını müharibə dövrlərində belə görmək mümkündür. Müasir dövrdə yük daşımalarının 60% dən çoxu dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə həyata keçirilir buna baxmayaraq , dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə yükdaşımalar bəzən riskli ola bilər. Bəzi gəmi qəzaları nəticəsində tonlarla neft və ya kimyəvi maddələr suya axıdılır və bu suyun tərkibinin dəyişməsinə, minlərlə dəniz canlıların məhvinə gətirib çıxarmışdır. Bir sözlə desək, ekologiyanın məhvi baş verir. Buna görə də dəniz yükdaşımaları zamanı bir sıra normalara riayət etmək lazımdır. Məhz bu səbəbdən belə nəqliyyat vasitəsi ilə yükdaşımaları və onların riskləri məqalənin əsas məzmunudur.

Açar sözlər : Dəniz Nəqliyyatı, Yükdaşımaları, Yükdaşımanın Riskləri.

Giriş

Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində nəqliyyat sektoruna müstəqilliyin qorunmasının mühüm faktoru kimi hələ də baxılmaqdadır. Ona görə də bu sahənin inkişafı ilə bağlı ciddi araşdırmalar aparılır , müxtəlif konsepsiyalar , proqnozlar hazırlanır.

20- ci əsrin sonunda 21-ci əsrin əvvəllərində dünya ölkələrində iqtisadi əlaqələrin daha çox inkişaf etməsi nəqliyyat sahəsində yeni qlobal problemlərin yaranmasına səbəb oldu. Bunu da qeyd etmək lazımdır ki, 20-ci əsrin sonunda dünyanın siyasi xəritəsinə yeni qrup müstəqil dövlətlərin daxil olması və həmin dövlətlərin müstəqil olaraq dünya iqtisadiyyatına qarışması müasir şəraitdə ölkələrarası yük axınlarının intensivləşməsinə gətirib çıxartdı. Azərbaycan Respublikası , Qazaxıstan , Özbəkistan , Ukrayna, Belarusiya , Macarıstan, Baltikyanı ölkələr və s, kimi ölkələr 20- ci əsrin sonunda müstəqillik qazanmış və nəqliyyatın bütün sahələri sürətli şəkildə inkişaf etmişdir. Bununla da nəqliyyatın inkişafının sürətlənməsi artmışdır.Ölkələrarası iqtisadi əlaqələrin inkişafının yüksəldilməsi və yük daşımalarının tənzimlənməsi bunların hər biri nəqliyyat sahəsində beynəlxalq normalara uyğun təkmilləşdirmə işlərinin görülməsini tələb edir. (Солнцев А.М., Копылов С.М.2010).

Nəqliyyat vasitələrinin ən vaciblərindən biri dəniz nəqliyyatıdır. Hər bir ölkənin tarixində bu nəqliyyat vasitəsinin inkişaf mərhələləri fərqləndirilir. İl ərzində gəmilərin sayı 1200 ədəd artır. Statistikalara nəzər yetirsək 2006- cı ildən başlayaraq dünya ölkələri üzrə gəmilərin sayı 98269- dan 120000-ə çatmışdır. Qeyd etdiyimiz kimi hər bir ölkənin dəniz nəqliyyatının inkişafı onun limanlarının inkişafı ilə əlaqəlidir. Xəzər dənizi ətrafında ən böyük liman Bakı limanıdır. Dünya üzrə isə 2004-cü ilə kimi birincilik Rotterdam limanında olmasına baxmayaraq daha sonra həm yük daşımasının miqdarına görə , həm də iriliyinə görə Şanxay ilk yerdədir. İnkişaf etmiş ölkələr isə öz məhsullarını daha ucuz ixrac

etmək üçün gəmilərini öz bayraqları altında deyil daha ucuz ölkələrin bayraqları altında fəaliyyətə buraxıllar. Statistikalara nəzər yetirsək son illərdə dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə Azərbaycan Respublikasında idxal və ixracın artdığı məlumdur.(Конференция Организации Объединенных Наций По Торговле и Развитию ЮНКТАД, 2016).

Metod

Məqalə yazılarkən həm internet resurslarından istifadə olunmuş, həm də ədəbiyyatlar araşdırılmışdır. Bu məqaləni yazarkən əsasən analiz , sintez və məntiqi metodlardan istifadə olunmuşdur. Analiz zamanı bu mövzu ilə bağlı hər bir anlayış ayrı ayrılıqda araşdırılmış , nəticələri qeyd olunmuşdur. Sintez vasitəsi ilə araşdırdığımız bütün anlayışlar yenidən ortaq həcmə gətirilir. Məntiqi metod vasitəsi ilə müxtəlif inkişaf mərhələləri araşdırılmışdır.

Analiz

Son illərdə dəniz nəqliyyatı ilə yük dövriyyəsi xeyli artmışdır. Yük dövriyyəsi – nəqliyyatın işinin iqtisadi göstəricisidir və müəyyən müddət ərzində daşınan yükün miqdarı ilə yükün daşınacağı məsafənin hasilinə bərabərdir. Yük dövriyyəsi yükün uzaqlığından və yükün miqdarından asılıdır.(Məmmədov Z.S,2002).

Dünya üzrə dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə il ərzində ən çox yük dövriyyəsi həyata keçirən dövlət Çindir. Amerika Birləşmiş Dövlətləri hərbi donanma gücünə görə dünyada birinci olmasına baxmayaraq ticarət gəmiləri üzrə birincilik ÇXR-dədir.Statistikalara nəzər yetirsək təkcə Azərbaycanda Xəzər dənizində dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə , 2019 cu ilin yay aylarında 162 min 9 ton yük daşınıb. Bu zaman dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə daşınan yüklərin ümumi dəyəri isə 93 milyon dollar olmuşdur. Dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə ölkəmizə idxal olunan yükün miqdarı 147 min 930 min , ixrac olunan yükün miqdarı isə 14 min 89 ton dəyəri isə 7 milyon 690 min dollar idi. (www.mincom.gov.az).

Dəniz nəqliyyatının yük dövriyyəsi 1950-ci ildən 52 % dan 90-cı illərin sonunda 62 %-ə çatmışdır. 20-ci əsrin ortalarında dəniz yükdaşımaların ümumi dövriyyəsi 525 milyon ton olmuşdur və 2000-ci ilə qədər təxmini 10 dəfə artmışdır. Dəniz yükdaşımalarının bir sıra müsbət cəhətləri vardır. Buna görə də bir çox ölkələr yük daşımanı dəniz nəqliyyat vasitələri ilə yerinə yetirirlər. Dünya üzrə dəniz nəqliyyatında ən güclü hərbi donanmaya malik olan ölkə ABŞ-dır. Amma dəniz ticarətinə görə birinciliyi Çin Xalq Respublikası tutur.(Анцалевич Г.А. 2004,).

Dəniz nəqliyyatının inkişafı dəniz limanlarından da asılıdır. Dünyada fəaliyyətdə olan limanların sayı 3 minə çatır. Dünyanın ən iri limanı Rotterdam limanı hesab olunur.

Rotterdam limanı 1962-ci ildən 2004- cü ilə qədər dünyanın ən çox istifadə olunan limanı adını almışdır. 2012-ci ildə isə illik tonnaj baxımından ən çox konteyner daşımaq üzrə birinci yeri tutdu. (Конвенция Организации Объединенных Наций о морской перевозки грузов от 31 марта 1978 года. Международное частное право: Сборник нормативных документов).

Dünyanın ən iri limanlarından il ərzində 50 milyondan çox yük daşınır. İndi isə qısaca olaraq keçən 50 il ərzində dəniz yükdaşımalarının statistikasına nəzər yetirək.

Cədvəl 1: Beynəlxalq dəniz yükdaşımalarının statistikası (mln.ton)

İl	Neft və qaz	Əsas yük növü (dəmir,kömür,buğda)	Digər quru yüklər	Cəmi
1970	1440	448	717	2605
1980	1871	608	1225	3704
1990	1755	988	1265	4008
2000	2163	1295	2526	5984
2005	2422	1709	2978	7109
2006	2698	1814	3188	7700
2007	2747	1953	3334	8034
2008	2742	2065	3422	8229
2009	2642	2085	3131	7858
2010	2772	2335	3302	8409
2011	2794	2486	3505	8785
2012	2841	2742	3614	9197
2013	2829	2923	3762	9514
2014	2825	2985	4033	9843
2015	2947	2951	4150	10047

Mənbə: Конференция Организации Объединенных Наций По Торговле и Развитию ЮНКТАД , Обзор Морского Транспорта , www.unctad.org (2016)

Dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə yüklərin 60 %-dən çoxu daşınmasına baxmayaraq bəzən bu yük daşımaları riskli ola bilər. Belə ki dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə yalnız quru maddələr deyil , həm də maye maddələr : neft, müxtəlif kimyəvi maddələr daşınır. Hər hansı gəmi qəzası nəticəsində isə 10 minlərlə ton neft və ya kimyəvi maddələr suya axıdılır. Bu isə həm içməli suyun azalmasına səbəb olur, həm də dəniz və okeandakı canlı aləmin zəhərlənməsinə və məhvinə gətirib çıxarır. Bundan əlavə təkcə ekologiyay deyil həmçinin ölkənin özünə də xeyli ziyan dəyir. Buna görə də dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə təhlükəli yüklərin daşınmasında bəzi normalara əməl olunmalıdır. (Скаридов А.С. 2006).

Respublikamızda bu normaların hər biri "Nəqliyyat haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1999-cu il 27 iyul tarixli, 165 nömrəli Fərmanında qeyd olunmuşdur.

Dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə aparılan təhlükəli yüklərin təsnifatına baxaq.

Bu növ yüklər əsasən partlayıcı maddələr , sıxılmış , mayeləşdirilmiş və ya təzyiqlə məhlula çevrilmiş qazlar , tez alışan mayelər , tez alışan bərk maddələr , radioaktiv materiallar və s. dir. Əgər bu cür maddələr dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə daşınırsa hansı normalara əməl olunmalıdır?

1. İnsan həyatı üçün təhlükəli yüklərin daşınması və qablaşdırılması üçün aşağıdakılar nəzərdə tutulur :

a) qablar keyfiyyətli və etibarlı olmalıdır;

b) qabın daxilindəki yük hər hansı bir qəza nəticəsində zərər görməməlidir ;

c) yüklərin boşaldılması və yerləşdirilməsi zamanı adi zərərlərə tab gətirməlidir.

2.Maye ilə dolu yüklərin qablaşdırılması üçün istifadə olunan materiallar , yəni hopdurucu qatlar :

a) mayenin törədə biləcəyi zərərlər ən aşağı səviyyəyə salmağa qadir olmalıdır ;

b)yükün hərəkətinin qarşısının alınması məqsədi ilə onun hər tərəfi xüsusi hopdurucu qatla bərkidilməlidir ;

c)yükün , qabın zədələndiyi halları nəzərə alaraq mayenin daşmasının qarşısını alacaq qədər hopdurucu qat olmalıdır.

3. Müəyyən bir temperaturda daşınması nəzərdə tutulan təhlükəli mayelərlə doldurulmuş yüklərin və ya qabların normal daşınma zamanı daha yüksək temperatur üçün kifayət edən sərbəst boşluğu olmalıdır.

4. Maye və qazlar üçün yüklər , qablar, tələb olunan qaydalara əsasən hazırlanmalı, hər hansı bir təhlükə yaranması zamanı tələblərə cavab verməlidir.

5.Müxtəlif təhlükəli yüklərin və mayelərin daşınması üçün istifadə olunan qablar xüsusi qaydalara əməl olunaraq istifadə olunmalıdır.("Nəqliyyat haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1999-cu il 27 iyul tarixli, 165 nömrəli Fərmanı).

Təhlükəli yükləri yerləşdirmək üçün aşağıdakılara əməl edilməlidir:

1.Təhlükəli yüklər öz xassələrinə əsasən müəyyən qaydalara əməl olunaraq yerləçdirilməlidir.Yaxın məsafədə müəyyən qəza nəticəsində təhlükə yaradacaq yüklər uzalaşdırılmalıdır.(Yadigarov.T.A.2018).

2. Döyüş sursatlarından başqa digər partlayıcı maddələr xüsusi baölanmış şəkildə xüsusi otaqlarda saxlanılmalıdır. Belə partlayıcı maddələr detonatorlardan kənarda yerləşdirilməlidir.Partlayıcı maddələrin saxlandığı yerlərdə elektrik cihazları, kabellər elə qurulmalıdır ki yanğına və ya partlayışa səbəb olmasın.

3. Qablaşdırılmış halda təhlükəli buxar ifraz edən təhlükəli yüklər süni ventilyasiyası olan otaqda və ya göyərtədə yerləşdirilməlidir. Həmçinin qabsız şəklində təhlükəli buxar ifraz edən təhlükəli yüklər, yaxşı ventilyasiya olunan otaqda, anbarda və ya xüsusi yerlərdə yerləşdirilməlidir.

4. Tez alışan mayelər və ya qaz daşıyan gəmilərdə lazım olarsa partlayış, yaxud yanğına qarşı xüsusi ehtiyat tədbirləri görülməlidir

5. Öz- özünə alışa bilən maddələr isə qəza zamanı partlayışın , yanğının qarşısını minimuma endirmək üçün müəyyən tədbirlər görülmədən daşına bilməz. (.Yadigarov T.A. 2015,Azərbaycan Respublikasının dəniz nəqliyyatının təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması yolları// Azərbaycan Dövlət Dəniz Akademiyasının Elmi əsərləri) .

Dəniz nəqliyyatının ən müsbət cəhəti minlərlə ton neftin uzun məsafələrə çatdırılmasıdır. Ammam çox kiçik nasazlıq üzündən qəza baş verə bilər . Dünyada belə hallara tez tez rast gəlinir. Dünya tarixinin ən böyük neft qəzası İngiltərə ölkəsinə mənsub olan “Torrey Canyon” tankerinin qəzaya uğraması zamanı baş vermişdir. Qeyd etmək lazımdır ki,“Torrey Canyon” tankeri ilk dövrlərdə inşa edilmiş ən böyük tanker idi və müasir dövrdə baş vermiş ən böyük fəlakətli qəzalardan biri kimi sayılır.(Лукьянович Н.В. 2009).

Bu tanker ilk olaraq 60 min ton neft daşınması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Lakin tankerin inşa etmiş şirkət daha sonradan bütün normalardan kənara çıxaraq daşınan neftin həcmini 120 min tona çatdırır. Bu da 1967-ci ildə ən böyük qəzalardan birinin baş verməsinə səbəb olur.

Tanker Britaniyanın cənubunda riflə toqquşur və nəticədə təqribən 110 min neft dənizə tökülür və 270 kvadrat mil məsafədə neft ləkəsi yaranır. Təxminən 180 mil sahil xətti neftlə çirklənmişdi. Bu neft ləkəsi təmizlənənə qədər 15 minə yaxın quş və dəniz canlılarının böyük bit kütləsi həlak olmuşdu. Digər iri həcmli neft qəzalarından biri isə Cənubi Koreyanın Sea Star super tankeri 1972-ci ilin 19 dekabrında Braziliyanın Horta Barbosa tankeri ilə toqquşur.Bu qəza nəticəsində tankerdə yanğın baş verir və gəmi heyəti tankeri tərk etməli olur. Horta Barbosa-dakı yanğını gün ərzində söndürmək olur.Amma bu partlayışdan sonra Cənubi Koreyaya məxsus olan gəmini xilas etmək mümkün olmur. Sea Star tankeri yanğından sonra ardıcıl baş vermiş partlayışlar nəticəsində 5 gün sonra 24 dekabrda batır. Bundan əlavə 1990-cı ildə məğlubiyyətə uğramış İraq Küveytdə anti-iraq qüvvələrin daha tez məğlubiyyətə uğraması üçün neft terminallarının qapaqlarını açmış və bir neçə neft tankerini boşaltmışdılar. Nəticədə Fars körfəzinin suyuna 1,5 – 4 milyon tona yaxın neft axıdılır. Hərbi fəaliyyət davam etdiyi müddətcə fəlakətin qarşısını almağa çalışmadıqlarından böyük fəlakətə səbəb oldu. Neft təxminən suyun üst hissəsinin min kvadrat kilometrini əhatə etmiş və sahil ərazilərinin 600 km-ni çirkləndirmişdi. Növbəti neft sızmalarının qarşısını almaq üçün ABŞ qüvvələri bir neçə Küveyt neft borularını bombalamışdı.(www.banker.az)

Stelios Hacı İohanna milyarder ailəsinə məxsus Haven tankeri Genuya yaxınlığında qəzaya uğrayır . Heyətin 5 üzvü baş vermiş qəza nəticəsində həlak olur , 126 ton neft isə suya dağılaraq böyük bir neft ləkəsi əmələ gətirir. Faciənin baş vermə səbəblərindən biri tankerin nasaz vəziyyətdə olması idi , çünki tanker İran-İraq müharibəsi zamanı bombardmana məruz qalmış və həmin hadisədən sonra təmir olunmamışdır.

Nəticə Və Təkliflər

2019-cu ilin qış və yaz aylarında dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə daşınmış yüklərin ümumi həcmi 2 146,1 min ton təşkil edib və əvvəlki illərin həmin aylarına nisbətən 24,5% azalmışdır və bunu da qeyd etmək lazımdır ki, daşınmış yüklərin 32,8%-dən çoxunu neft yükləri təşkil edib. (www.asstra.com , 2019)

Bundan başqa, dəniz limanları vasitəsi ilə 2 774,1 min ton həcmində idxal-ixrac işləri həyata keçirilib,həmin yüklərin 2 518,1 min tonu və ya 90,8%-dən çoxunu tranzit yükləri təşkil edib.

Statistikalara əsasən , 2019-cu il may ayının 1-i vəziyyətinə limanlardakı qalan yüklərin həcmi 79,2 min ton təşkil edib.

Statistikalara fikir yetirsək , dəniz nəqliyyatı ilə daşınmış sərnişinlərin sayı 2018-ci ilə nisbətən 22,2% artaraq 5,5 min nəfər olub. Statistikalara nəzər yetirsək, 2019 cu ilin yay aylarında 165 min tondan çox yük daşınmışdır.. Bu yüklərin dəyəri isə 93 milyon 213 min ABŞ dolları olub. Dəniz nəqliyyatı vasitəsi ilə ölkəmizə idxal olunan yükün miqdarı 147 min 930 min , ixrac olunan yükün miqdarı isə 14 min 89 ton dəyəri isə 7 milyon 690 min dollar idi.

Dəniz nəqliyyatı gündən –günə daha da inkişaf etməkdədir. Bu nəqliyyat vasitəsinin çox müsbət cəhətləri olması ilə bərabər onun mənfi və riskli xassələrini də göstərdik. Azərbaycan Respublikası dəniz sahilində yerləşdiyi üçün respublikamızda dəniz nəqliyyatı xeyli inkişaf edə bilər. Dəniz nəqliyyatının inkişaf etdirilməsi üçün ekoloji standartlara əməl olunmalıdır. Belə ki, yuxarıda saydığımız qəzaların baş verməməsi üçün normalara mütləq əməl olunmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. "Nəqliyyat haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1999-cu il 27 iyul tarixli, 165 nömrəli Fərmanı
2. Məmmədov Z.S. XXI əsr: İqtisadi inkişafın nəqliyyat faktoru.Bakı: 2002, 298 s
3. Yadigarov.T.A.2018, Azərbaycanda Dəniz Nəqliyyatı:problemlər və perspektivlər,pp.35-56
4. Yadigarov T.A. 2015,Azərbaycan Respublikasının dəniz nəqliyyatının təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması yolları// Azərbaycan Dövlət Dəniz Akademiyasının Elmi əsərləri .
5. Анцалевич Г.А. 2004,Международное морское торговое право, pp.340-350
6. Солнцев А.М., Копылов С.М.2010 , Международное морское право ,56-74
7. Скаридов А.С. 2006 , Морское право , 350-365
8. Конвенция Организации Объединенных Наций о морской перевозки грузов от 31 марта 1978 года. Международное частное право: Сборник нормативных документов, 290 с.
9. Конференция Организации Объединенных Наций По Торговле и Развитию ЮНКТАД, 2016,Обзор Морского Транспорта, pp.8-23
10. Лукьянович Н.В. 2009, Морской транспорт в мировой экономике. Москва: Моркнига. 162
11. Dünya üzrə yükdaşımalar və onların həcmi www.mincom.gov.az/az/view/pages/99
12. Azərbaycan Respublikasında yükdaşımalar statistika https://www.asstra.com/az/dəniz
13. Neft tarixində baş vermiş ən böyük fəlakətlər https://banker.az/neft-tarixində-bas-vermis-ən-boyuk-fəlakətlər/
14. Конференция Организации Объединенных Наций По Торговле и Развитию ЮНКТАД www.unctad.org

Xarici Ticarət Əlaqələri və Azərbaycana Təsiri

Valid Kişizadə

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Beynəlxalq Magistratura və Doktrantura Mərkəzi, Magistr

validkisizada530@gmail.com

Xülasə

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ənənəvi və ən inkişaf etmiş forması xarici ticarətdir. Ticarət beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ümumi həcminin təxminən 80% -ni təşkil edir. Hər hansı bir ölkə üçün xarici ticarətin rolunu çox qiymətləndirmək çətindir. Ceffri Saksın fikrincə, "dünyanın istənilən ölkəsinin iqtisadi uğuru xarici ticarətə əsaslanır.

Hələ heç bir ölkə qlobal iqtisadi sistemdən təcrid olunmuş sağlam iqtisadiyyat yaratmağa müvəffəq olmamışdır." Müasir şəraitdə ölkənin dünya ticarətində fəal iştirakı əhəmiyyətli üstünlüklərlə əlaqələndirilir: bu, dünya miqyasında elm və texnikanın nailiyyətlərinə qoşulmaqla, ölkədə mövcud olan resurslardan daha səmərəli istifadəyə, iqtisadiyyatının struktur yenidən qurulmasını həyata keçirmək, habelə əhalinin tələbatını daha dolğun və dəyişkən şəkildə ödəmək üçün imkan verir. Bu baxımdan, milli iqtisadiyyatların beynəlxalq ticarətdə optimal iştirak prinsiplərini, ayrı-ayrı ölkələrin dünya bazarında rəqabətqabiliyyətliliyinin amillərini və dünya ticarətinin inkişafının obyektiv nümunələrini ortaya qoyan hər iki nəzəriyyənin öyrənilməsi böyük maraq doğurur. Bu problemlər dünya ticarətində fəal iştiraka yönəlmiş inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı yoluna qədəm qoymuş Azərbaycan və digər ölkələr üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Beynəlxalq əmək bölgüsünün mübahisəsiz üstünlüklərindən istifadəyə əsaslanan Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının yeni dünya iqtisadi münasibətlər sisteminə daha bərabər şəkildə inteqrasiyası önümüzdəki dövrlərdə ölkənin xarici iqtisadi siyasət sahəsində əsas istiqamətidir. Davam edən iqtisadi islahatlar çərçivəsində həyata keçirilən xarici ticarət əməliyyatlarının liberallaşdırılması üçün görülən tədbirlər Azərbaycan Respublikasının xarici ticarətinin dövlət tənzimlənməsinin real vasitəsinə çevrilməsində konkret dəyişikliklər tələb edirdi. Azərbaycanda aparılan iqtisadi, siyasi və sosial islahatlar xarici ticarət və iqtisadi əlaqələrinə yeni bir istiqamət verdi.

Açar sözləri: ticarət, dünya, ölkə,iqtisadi,MBD,xarici,neft

Giriş

Azərbaycan bu günə qədər Rusiya, Belarusiya və Qazaxıstan Gömrük İttifaqının iştirakına maraq göstərmədiyini nümayiş etdirdi və hətta MDB azad ticarət zonası haqqında hələ rəsmi bir müqavilə imzalamadı. İndi Azərbaycanın Aİ ilə iqtisadi inteqrasiya cəhdləri etməməsinə və hətta rəsmi ritorikada özünü Qərbdən uzaqlaşdırmasına baxmayaraq vəziyyət keçmiş SSRİ respublikalarından olan ticarət və siyasi tərəfdaşların xeyrinə deyil.

Xarici Ticarətin Ölkə İqtisadiyyatındakı Rolu

Müstəqillik əldə etdikdən sonra Azərbaycanın xarici ticarətinin dinamikası zəif böyümə templəri ilə xarakterizə olunurdu və onun ölkə iqtisadiyyatındakı rolu nisbətən aşağı idi. 1995-1999-cu illərdə. xarici ticarətin maya dəyəri göstəriciləri cəmi 1,5 dəfə artdı və xarici ticarətin Azərbaycanın ÜDM-ə nisbəti (mövcud qiymətlərlə) 38-54% arasında dəyişdi (ixracın ÜDM-ə nisbəti cəmi 14-26% idi). Bu dövrdə Azərbaycanın xarici ticarət balansı davamlı mənfi olmuşdur və idxalı ixracla əhatə etmə əmsalı 56-98% təşkil etmişdir.

Nisbətən aşağı həcm (9-14 milyon ton) və əsasən neft hasilatının artım templərinin azalması, məhdud maliyyə mənbələri və əhalinin az gəlirləri ölkənin xarici ticarət əlaqələrinin inkişafına mane oldu. Halbuki artıq bu dövrdə respublikanın ixrac potensialını artırmaq üçün addımlar atılmışdır. Beləliklə, 1997-ci ildə (ildə 7 milyon ton gücü olan) Bakı-Novorossiysk magistral ixrac neft kəmərini bərpa etmək mümkün oldu. Bir qədər sonra, 1999-cu ildə Bakı-Supsa neft kəməri tikildi (ildə 5,7 milyon ton). 1995-ci ildə

Azərbaycan ixracının əmtəə strukturu daha çox şaxələndirildi, bunun əsasını mineral yanacaq (58.4%), pambıq (18.3%), maşın və avadanlıqlar (6.2%), içkilər (1.7%), meyvə və qoz-fındıq (1,6%) təşkil edirdi. Respublikanın əsas idxalı ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalı (41,5%), o cümlədən piylər və yağlar, şəkər, süd məhsulları, ət və dənli bitkilər, həmçinin mineral yanacaq (13,2%), maşın və avadanlıqlar (12,5%), nəqliyyat vasitələri (5,5%) idi.

1990-cı illərdə Azərbaycan xarici ticarət əlaqələrinin coğrafiyasını sürətlə diversifikasiya edə bildi. Beləliklə, 1995-1999-cu illər üçün. Azərbaycanın ixracatında MDB-nin payı əsasən Azərbaycan karbohidrogenlərinin Avropaya tədarükü hesabına 44,7% -dən 22,7% -ə düşdü. MDB ölkələrinin respublikanın idxalındakı payının geniş miqyaslı azalması 1995-ci ildə - 34,2% -ə (bir il əvvəl 62.5% -ə qarşı), 1999-cu ildə isə 31.4% -ə düşmüşdür. dxaldakı dəyişikliklər əsasən Azərbaycanın Türkiyə və ABŞ-dan mallara yenidən yönəldilməsi ilə əlaqədardır.

2000-2013-cü illərdə Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələri karbohidrogen hasilatının artımının intensivləşməsi və xarici bazarlara çatdırılması üçün yeni böyük boru kəmərlərinin yaradılması, habelə dünya bazar qiymətlərinin artması ilə əlaqədar ciddi dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Bütün bu meyllər, xüsusilə sıfır ilin ikinci yarısında açıq şəkildə ortaya çıxdı. Azərbaycan iqtisadiyyatının yüksək artım tempi əhalinin və müəssisələrin gəlirlərinin artması ilə müşayiət olundu ki, bu da yüksək keyfiyyətli idxal mallarına tələbi stimullaşdırdı.

Azəri - Çıraq - Günəşli (AÇG) dəniz yataqlarında neft hasilatının intensiv artması daha böyük neft boru kəmərlərinin inşasını önə çəkdi. 2006-cı ildə isə ildə 50 milyon ton tutumu olan Bakı - Tbilisi - Ceyhan (BTC) əsas ixrac neft kəməri istismara verildi. 2008-ci ilin noyabrından BTC boru kəməri ilə Qazaxıstan neftinin nəqlinə, 2010-cu ilin iyunundan isə Türkmənistan neftinin nəqlinə başlanıldı. Həyata keçirilməsi xüsusiyyətləri üçün qaz təchizatı sistemi istifadə etməlidirlər. 2007-ci ildə Şahdəniz yatağından Türkiyəyə qaz tədarük etmək üçün Cənubi Qafqaz Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz kəməri (illik gücü 20 milyard kubmetr) tikildi və ölkə qazın ilk xalis ixracatçısına çevrildi. GTS-in məlumatına görə, 2012-ci ildə Azərbaycan qazı dörd ölkəyə - Rusiya (68,8%), Gürcüstan (26,8%), İran (2,8%) və Türkiyəyə (1,7%) tədarük edilmişdir. (Azərbaycanm Statistik Göstəriciləri. 2008, s, 39)

Azərbaycanın idxalı daha çox şaxələndirilir. 2017-ci ildə Azərbaycanın əsas idxalı maşın və avadanlıqlar (25,7%), nəqliyyat vasitələri (13.4%), metal və onlardan olan məhsullar (12.1%), qiymətli və ya yarı qiymətli daşlar, hazırlanmış qidalar, içkilər, tütün (7,6%), kimyəvi məhsullar (7.0%).metallar (8.7%) olmuşdur.

2004-2018-ci illərdə Azərbaycanın ümumi əmtəə dövriyyəsi təqribən 11 dəfə, o cümlədən ixrac 12,5 dəfə, idxal isə 8 dəfə artmışdır. Diqqətə çatdırmaq yerinə düşər ki, 2008-ci ildə xam neft tədarükünün kəskin artması səbəbindən ixracın dəyəri əhəmiyyətli dərəcədə artmış və maksimum 47,8 milyard dollar səviyyəsinə çatmışdır ki, bu da əvvəlki ilə nisbətən demək olar ki, 8 dəfə çoxdur. 2009-cu ildə qlobal böhran şəraitində neftin dünya bazar qiymətlərinin aşağı düşməsi fonunda Azərbaycanın ixrac həcmi 3 dəfədən çox azalaraq 14,7 milyard dollara çatdı. Gömrük statistikasına görə, növbəti iki ildə ixracatda artım, sonra isə azalma və ya durğunluq müşahidə edildi. 2014-cü ildə dünya bazarında neft qiymətlərinin əhəmiyyətli dərəcədə aşağı düşməsi ixrac dəyərinin 9.0% azalmasına səbəb oldu. Qeyd etmək lazımdır ki, 2014-2018-ci illərdə Azərbaycanın ixracının azalması ölkədə neft hasilatının fiziki həcminin davamlı azalması ilə əlaqədardır, 2014-cü ilin nəticələrinə görə 42.0 milyon tona qədər azalmışdır ki, bu da 2010-cu ilə nisbətən 17.3% azdır. (50,8 milyon ton). Nəticədə ixracın dəyəri

böhrandan əvvəl ən yüksək həddə çatmadı və 2018-cü ildə cəmi 21,8 milyard dollar təşkil etdi.. (cədvəl 1).

Cədvəl 1 2000-2014-cü illərdə Azərbaycanın xarici ticarəti, milyon dollar

Göstəricilər	2004	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İxrac	1745,2	47756,2	14701,4	21360,2 (26560,1)	26570,9 (34405,7)	23908,0 (34160,6)	23975,4 (32838,7)	21828,6
İdxal	1172,1	7170,0	6123,1	6600,6	9756,0	9652,9	10712,5	9187,7
Dövriyyə	2917,3	54926,2	20824,5	27960,8 (33160,7)	36326,9 (44161,7)	33560,9 (43813,5)	34687,9 (43551,2)	31016,3
Balans	573,1	40586,3	8578,2	14759,6 (19959,5)	16814,9 (24649,7)	14255,1 (24507,7)	13262,9 (22126,2)	12640,9
qarşılama nisbəti,%	148,9	666,1	240,1	323,6 (402,4)	272,4 (352,7)	247,7 (353,9)	223,8 (306,5)	237,6

Mənbə: Əliyev T.Q., (2019) "Azərbaycanın iqtisadi inkişafında xarici sərmayələrin rolu" 512 səh., materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Qeyd etmək vacibdir ki, 2014-2017-cü illərdə Azərbaycanın ixracına dair rəsmi statistika. fərqlənir: gömrük statistikası faktiki statistika ilə üst-üstə düşmür. Bu məqalədə gömrük statistikasının məlumatlarından istifadə olunur, çünki bunlar ən detallıdır: Azərbaycanın xarici ticarətinin əmtəə və coğrafi quruluşu üzrə statistik göstəricilər yalnız gömrük statistikası əsasında qurulur.

Bununla yanaşı, karbohidrogen istehsalı və ixracının sürətlə böyüməsi Azərbaycana sabit müsbət ticarət balansını təmin etdi: 2004-2012-ci illərdə. idxalı ixracla əhatə etmə əmsalı böyük dərəcədə dəyişmiş və son beş ildə orta hesabla 261.5% olmuşdur (Əliyev, 2009: s, 114)

2004-2018-ci illər arasında regional ölçüdə Aİ-nin (63,7%-dən 51,6%-ə) və MDB-nin (13.5%-dən 6.3%-ə) Azərbaycanın ixracındakı payı azalmışdır. Əsasən Azərbaycanın Asiya bazarlarına çıxması hesabına digər bölgələrin payı xeyli artmışdır (22,8% -dən 42.1% -ə qədər).

Eyni zamanda, Azərbaycan neftinin yeni satış bazarlarının axtarışı əsasən böhran dövründə Aİ-yə ixracatın kəskin azalması ilə əlaqədardı. İdxalda, xüsusən də son bir neçə ildə MDB ölkələrindən gətirilən mallardan (onların payı 32,0% -dən 23,7% -ə qədər azalmışdır) daha keyfiyyətli Avropa investisiya və istehlak mallarına (Ai payı 23,5-dən 100-ə qədər artmışdır) diqqətəlayiq bir istiqamətləndirmə müşahidə edilmişdir. 33,7%). İdxalda digər bölgələrin payı bir qədər azalıb (44.5% -dən 42.6% -ə qədər) (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Azərbaycanın ixrac və idxalının ölkələrə görə bölgüsü,%

Ölkələr	2004		2009	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İxrac										
MDB-12	13,5		20,8	3,4	10,4	11,2	13,0	7,6	8,5	6,3
TS-3	6,1		7,0	1,8	6,1	3,9	7,2	4,3	4,8	3,1
Aİ-27	63,7		51,7	56,5	43,6	47,3	59,4	46,8	47,1	51,6
Digər regionlar	22,8		27,5	40,1	46,0	41,5	27,6	45,6	44,4	42,1

Mənbə: Əliyev T.Q., (2019) "Azərbaycanın iqtisadi inkişafında xarici sərmayələrin rolu" 512 səh., materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 3. Azərbaycanın ixrac və idxalının ölkələrə görə bölgüsü,%

Ölkələr	2004	2009	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İdxal									
MDB-12	32,0	34,4	31,9	29,8	31,1	27,1	26,0	25,1	23,7
TS-3	26,8	19,7	22,9	20,8	23,5	19,7	18,5	17,7	17,6
Aİ-27	23,5	29,9	28,4	26,7	25,3	32,3	27,7	35,0	33,7
Digər regionlar	44,5	35,7	39,7	43,5	43,6	40,6	46,3	39,9	42,6

Mənbə: Əliyev T.Q., (2019) "Azərbaycanın iqtisadi inkişafında xarici sərmayələrin rolu" 512 səh., materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

MDB və TS-CES ölkələri Azərbaycanın ixracında kifayət qədər məhdud rol oynayırlar, çünki Azərbaycan karbohidrogenlərinin böyük hissəsi (95% -dən çox) uzaq xarici ölkələrin bazarlarına çıxır. Eyni zamanda, Azərbaycan və üçlük ölkələri (Qazaxıstan və Rusiya) qlobal neft və qaz bazarında təbii rəqibdir və bu, qismən inteqrasiya proseslərinə qarşı çıxmağa səbəb olur. Bununla belə, MDB ölkələri ilə Azərbaycanın ən çox şaxələnmiş ixrac strukturu var. 2016-ci ildə Azərbaycanın MDB ölkələrinə ixracında mineral yanacağın payı cəmi 59,0% (ölkənin ümumi ixracının 93,4% -i qarşı), tərəvəz, meyvə və qoz-fındıq - 13,9%, dərman məhsulları - 4,2%, qara metal məhsulları - 2,8%, şəkər və şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatları - 2,7%, qeyri-üzvi kimya məhsulları (alüminium oksidi və hidroksid) - 2,4%, maşın və avadanlıqlar - 2,3% olmuşdur. Üstəlik, yuxarıda göstərilən bütün qeyri-neft ixrac məhsulları (şəkər istisna olmaqla) demək olar ki, tamamilə MDB bazarına yönəldilmişdir (Əliyev, 2009: 123).

Azərbaycan MDB Ölkələrində

Nisbətən daha çox, Azərbaycan MDB ölkələrindən idxaldan asılıdır, baxmayaraq ki, bu asılılıq son illər azalmaqdadır. 2016-ci ildə Azərbaycanın MDB ölkələrindən idxalının tərkibində dənli bitkilər (buğda və meslin) üstünlük təşkil etmişdir - 14,6%, qara metallar - 13,7%, tütün - 8,8%, qara metaldan məhsullar - 8,5%. , taxta və ağac məhsulları - 8,3%, maşın və avadanlıqlar - 8,0%, yerüstü nəqliyyat vasitələri (avtomobillər və yük maşınları) - 6,8%.

1. 2004-2018-cü illər arasında Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsində MDB ölkələrinin payı

əhəmiyyətli dərəcədə azalıb - 20,9% -dən 11.4% -ə, Aİ ölkələrinin payı bir qədər azalaraq 47.6% -dən 46.3% -ə, digər bölgələrin payı isə 31.5% -dən 42.3% -ə yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/source/trade/ -2019).

Azərbaycan Cənubi Qafqazın xarici ticarətdə böyük kəsiri olmayan yeganə respublikadır. ÜDM-nin 43% -ni və ixracın 95% -ni təmin edən mineral ehtiyatlarının kütləvi ixracı sayəsində müsbət xarici ticarət balansı təmin edilir. Bununla birlikdə, ölkə öz istehsalından öz ehtiyaclarını ödəyə bilmədiyi üçün sənaye mühəndisliyi məhsulları, dərman vasitələri, avtomobillər və bir sıra digər mallar daxil olmaqla xeyli sayda malın ixracına ehtiyac duyur. Təbii ki, intensiv xarici ticarət iqtisadi həyatda və ölkənin xarici siyasətində müəyyən bir iz buraxır, buna görə də bu məqalədə Azərbaycanın xarici ölkələrlə ticarətinə dair məlumatları diqqətlə nəzərdən keçirəcəyik.

Rəsmi məlumatlara görə, 2017-ci ildə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 34,7 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bunun da yalnız 11.7% -i MDB ölkələrinə, digər xarici mal dövriyyəsi isə uzaq xarici ölkələrə düşmüşdür. Üstəlik, Birlik ölkələrinin, o cümlədən Rusiyanın da respublikanın xarici ticarət dövriyyəsindəki payı 2015-2016-ci illərdən bəri davamlı olaraq azalmaqdadır.

Cədvəl 4. 2011-2018-ci illərdə Azərbaycanın xarici ticarəti Rusiya və digər MDB ölkələri ilə (%)

	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018** (3) *
MDB ölkələrindən idxal	38,9	32,9	31,9	29,8	31,1	26,1	24,6	-
-qiymətləndirir Rusiyadan	22,4	17,6	18,8	17,5	17,4	16,8	14,3	12,9
MDB ölkələrinə ixrac	10,1	12,5	2,4	7,7	9,3	11	5,2	-
-qiymətləndirir Rusiyadan	5,4	8,7	1,2	5,1	3,6	4,4	4	4,2

Mənbə: Qafarov Ş.S., (2018) Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma. Bakı.: BDU., - 632 s

2018-cü ilin yanvar-noyabr ayları üçün məlumatlar.

Təqdim olunan məlumatlardan göründüyü kimi, MDB ölkələri ənənəvi olaraq 2004-ci illərin ortalarına qədər ölkəyə idxal olunan malların üçdə birindən çoxunu tədarük edərək, Azərbaycan idxalçıları arasında böyük rol oynamışlar. Rusların tədarükü ənənəvi olaraq Azərbaycan neft və qaz məhsulları ilə rəqabət etdiyi üçün onların milli ixracdakı payı daha az, 13% -dən çox deyildi.

Azərbaycan iqtisadiyyatının uzaq xarici ölkələrinə kəskin şəkildə yönəldilməsi 2008-2009-cu illərdəki iqtisadi böhranla eyni vaxta təsadüf edir və Rusiya ilə ticarət əlaqələrinin zəifləməsi müəyyən edilmişdir. Sonuncunun Azərbaycan ixracındakı payı 2012-ci ildəki 8,7% -dən 2017-ci ildə 4% -ə kəskin şəkildə azalır. Rusiya mallarının respublikaya idxalı da əhəmiyyətli dərəcədə azalır (Qafarov, 2005. 37).

Rəsmi statistikaya görə, idxal olunan malların böyük əksəriyyəti (təxminən 90%) "dərin emal məhsullarıdır", Rusiyanın respublikadakı səfirliyindən verilən məlumata görə, "Rusiya ixracatının əsas malları maşın, avadanlıq və nəqliyyat vasitələri, qida, qara və əlvan metallar, metal, ağac və pulpa və kağız məhsulları, kimya məhsulları, elektrik enerjisidir".. Azərbaycanın Rusiyaya ixracı mineral məhsulların 53% -ni, kənd təsərrüfatı məhsullarının təxminən 20% -ni təşkil edir.

Tədqiq olunan dövrdə iki ölkə arasında mütləq ticarət həcmində azalma olmadığını vurğulamaq lazımdır. Rusiyadan Azərbaycan idxalı 2012-ci ildəki 1 milyard dollardan 2018-ci ildə 1,3 milyard

dollara yüksəldi. İxrac isə - 527-dən 1 milyard dollar arasındadır (2018-ci ilin 11 ayı üçün məlumatlar). Bununla yanaşı, respublikanın digər xarici tərəfdaşları ticarət dövriyyəsini daha sürətlə artırdılar ki, bu da xarici ticarət strukturunun olduqca sürətli bir şəkildə yenidən qurulmasına səbəb olur.

Respublika ixracının strukturu çox müxtəlif deyil. Onun əsas məqaləsi, neft ixrac edən ölkələrlə ticarətdə üstünlük təşkil edən mineral məhsullar - dənli bitkilər, əsasən buğda. İxracın ümumi dəyəri 24 milyard dollardır.

Xarici ticarətin coğrafiyasındakı dəyişiklik neft hasilatının artması və yeni regional boru kəmərlərinin inşası ilə əlaqəli bir təkamül prosesinin nəticəsi idi. Xüsusilə, 2006-cı ildə Azərbaycan neftini Türkiyə üzərindən Qərbə nəql etmək üçün hazırlanan Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft kəməri işə başladı. 2007-ci ildə açılan Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz kəməri oxşar problemləri həll edir (Qafarov, 2005: 52).

İkitərəfli ticarət və işgüzar əlaqələrin inkişafı ölkəyə xarici sərmayələrin cəlb olunmasına kömək edir. Xüsusilə, Hindistanla ticarətin böyüməsi Azərbaycanda hind investorların meydana çıxmasına səbəb oldu. Beləliklə, ONGC Videsh Bakıda öz ofisini açdı və BTC boru kəmərində pay əldə etdi və Azəri-Çıraq-Günəşli yataqlarının bir hissəsinin işlənməsi layihəsini həyata keçirdi.

İndiki mərhələdə xarici ticarətin şaxələndirilməsi Azərbaycanın xarici ticarət manevr imkanlarını genişləndirir, çünki ayrı-ayrı ticarət tərəfdaşlarından asılılığı azalır.Однако структурные изменения также затронули и импорт.

Cədvəl 5. 2006-2012-ci illərdə Azərbaycanın bəzi xarici ticarət tərəfdaşlarının idxal statistikası. (illik idxalın%).

	2012	2016	2018
Almaniya	7,6	9,1	8,1
ABŞ	3,7	3,1	7,4
İtaliya	2,1	1,7	2,7
Türkiyə	7,3	11,6	15,7
Cin	4,2	8,9	6,5

Mənbə: Sadıqov K.F. , Qafarov K.S., Bədirov N.V. (2010). "Xarici iqtisadifəaliyyətin makroiqtisadi tənzimlənməsi". 145 səh.

2018-ci ilin məlumatlarına əsasən əsas idxal maddələri sənaye maşınları və avadanlıqları (valın 27,2% -i), metal və metal kütüklər (15,2%), nəqliyyat vasitələridir (14,7%). 2018-ci il üçün idxalın ümumi dəyəri 10.7 milyard dollardır və son illərdə yüksəliş tendensiyasını göstərməkdədir.

İlham Əliyev deyib ki,:

- Əlbəttə, koronavirus ölkə iqtisadiyyatına da böyük zərbədir. Bizim iqtisadiyyatımız yanvar-fevral aylarında çox yüksək templərlə inkişaf edib. Təkcə onu demək kifayətdir ki, qeyri-neft sektorunda iqtisadi artım 6,7 faizdir. Bu, dünya miqyasında ən yüksək göstəricilərdən biridir. Qeyri-neft sektorunda sənaye istehsalı isə 21,7 faiz artıb. Mən düşünürəm ki, bu, rekord göstəricidir. İnflyasiya 2,8 faizdir, əhalinin gəlirləri 9 faiz artıb. Yəni, bu artım inflyasiyanı böyük dərəcədə üstələyir. Orta əməkhaqqı əhəmiyyətli dərəcədə artıb. Azərbaycana gələn turistlərin sayı yanvar-fevral aylarında 18 faiz artıb. Onu da nəzərə almalıyıq ki, son 5 il ərzində turistlərin sayı ardıcıllıqla artıbdır. Yəni, bütün bunlara indi elə bil ki, ara verilir. Əlbəttə ki, indiki şəraitdə bütün ölkələr böyük iqtisadi çətinliklərlə

üzləşirlər. İnkişaf etmiş ölkələrin dövlət, hökumət başçıları artıq açıq bəyan edirlər ki, bu xəstəlik çox ciddi böhrana gətirib çıxaracaq. Eyni zamanda, aparıcı beynəlxalq maliyyə qurumları da artıq açıq şəkildə bəyan edirlər ki, bu xəstəlik və onun törətdiyi və törədə biləcəyi fəsadlar 2008-2009-cu illərin böhranından daha da ağır olacaqdır. Dünya iqtisadiyyatına böyük zərbə vurulubdur. Üstəgəl neftin qiyməti iki dəfədən çox düşdü və 24 dollar səviyyəsindədir. Bu, əlbəttə ki, bizim üçün böyük itkilərə gətirib çıxaracaq. Ancaq bizim əvvəlcədən qəbul edilmiş qərarlar əsasında gördüyümüz işlər hesab edirəm imkan verəcək ki, biz bu sınaqdan da şərəflə çıxa bilək.

Metod

Sistemli analiz metodu tətbiq olunur, buna uyğun olaraq, problem iqtisadi inkişafla əlaqəli tarixi inkişaf baxımından təhlil edilir. Dissertasiyada, tədqiqatın hər mərhələsində həm ümumi elmi analiz və sintez metodları, həm məntiqi analiz, həm də ekspert qiymətləndirmə metodu, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodlarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Nəticədə, Azərbaycan ixracatının əmtəə tərkibindəki mineral yanacağın xüsusi çəkisi 2000-ci ildəki 85,1% -dən 2013-cü ildə 92,7% -ə qədər artmışdır. Belə ki, 2013-cü ildə xam neft 84,4%, neft məhsulları 5,0%, təbii qaz 2,9%; tərəvəz, meyvə və qoz-fındıq - 1,1%, ondan şəkər və qənnadı məmulatları- 1,1%, heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar - 1,0%, qara metallar və onlardan hazırlanan məhsullar - 0,5%, alüminium və ondan hazırlanan məhsullar - 0,3%, kimyəvi məhsullar və rezinlər- 0,7Əvvəlki illə müqayisədə təbii qazın ixrac dəyəri 8,2% artmış, xam neft isə eyni səviyyədə qalmışdır. Bununla yanaşı, neft məhsullarının ixracında 8,5%, tərəvəz, meyvə və qoz-fındıq ixracında 5,0% azalma müşahidə edilmişdir.

Nəticə

Xarici ticarət dövriyyəsinin cari dinamikasını qoruyarkən, yaxın 3-5 ildə Azərbaycan iqtisadiyyatının xarici ölkələrə son istiqamətləndirilməsi baş verə bilər. Gürcüstan idxalında AB və Türkiyənin payının artması fonunda ölkənin qərbyönümlü bir yönümünün formalaşdığı Gürcüstan nümunəsini xatırlatmaq mənasızdır.

Əlbəttə ki, Azərbaycan xarici tərəfdaşlardan daha az asılıdır, çünki müstəqil valyuta mənbələrinə malikdir və istehlak mallarının, o cümlədən ərzaq məhsullarının idxalından Gürcüstana nisbətən daha az asılıdır. Lakin ticarət mühitindəki dəyişikliklər Hindistan və Çin də daxil olmaqla bölgədəki "qeyri-ənənəvi" geosiyasi oyunçuların aktivləşməsinə şərait yarada bilər. Bunun Azərbaycanın dərhal öz təsir zonasına daxil olmasına səbəb olacağı ehtimalı azdır, lakin müasir siyasətin məntiqi belədir ki, investisiyalar mallara, o şəxslər üçün isə öz işlərinin maraqlarını qorumaq istəyən xarici dövlət qurumlarına gəlir.

Ədəbiyyatlar

1. "Azərbaycan Respublikasında ixrac-idxal əməliyyatları üzrə gömrük rüsumlarının dərəcələri, gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə alınan yığımların miqdarı haqqında" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı,12 aprel 2001-ci il;
2. Əliyev T.Q., (2009) "Azərbaycanın iqtisadi inkişafında xarici sərmayələrin rolu" 512 səh.
3. https://www.stat.gov.az/source/trade/
4. https://www.stat.gov.az/source/trade/
5. https://www.stat.gov.az/source/trade/
6. Qafarov Ş.S., (2008) Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma. Bakı.: BDU., - 632 s

7. Məmmədov X.Ə., Mirzəyev S.Q. (2007) Tətbiqi xarici ticarət əməliyyatları . Bakı:, 237 səh.
8. Sadıqov K.F. , Qafarov K.S., Bədirov N.V. (2010). "Xarici iqtisadifəaliyyətin makroiqtisadi tənzimlənməsi". 145 səh.
9. Səmədov A.H., (2008). Xarici-iqtisadi fəaliyyətin əsas kateqoriyalarına sistemli yanaşma Bakı, 204 səh.

Logistika Məhsulu Olaraq – Reklam İnformasiya Materialları

Sərxan İsmayilov

ismayilov_sarxan@mail.ru

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi ölkəmizdə fəaliyyət göstərən təşkilatların marketinq strategiyalarından baza kimi istifadə edərək müəssisənin səmərəli reklam fəaliyyətinin planlaşdınlmasının, reklam informasiya axınlarının logistik üsullarla idarə edilməsi nəzəri və metodiki əsaslarını işləyib hazırlamaq və elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyyələr formalaşdırmaqdan ibarətdir. Məqalədə reklam informasiya materiallarının növlərinin tətqiq olunması, reklam informasiya axınlarının idarə edilməsinin logistik üsullarının müəyyənləşdirilməsi, reklam informasiya axınlarının effektivliyinin göstəricilərinin araşdırılması məsələlərinə toxunulmuşdur. Mövcud yanaşmalarla eyni vaxtda reklamın idarəedilməsinə xüsusi informasiya (ünsiyyət) axını kimi logistik yanaşmanın da tətbiq edilməsi, reklam informasiya və maddi axınların qarşılıqlı əlaqəsinin tədqiq edilməsi, bu qarşılıqlı əlaqəyə təsir edən şərtlərin və amillərin müəyyən edilməsi, reklam informasiyasının formalaşması, yayımı və əldə edilməsinin texnoloji prosesinin optimallaşdırılmasında lazımi üsul və modellərin təyin edilməsi daha məqsədəuyğun olardı.Reklam informasiya sisteminin idarəedilməsində bu cür vacib məsələlərin (maddi axın parametrlərinin reklamın intensivliyindən analitik asılılığının müəyyən edilməsi və əsaslandırılması, bu asılılığa təsir edən amillərin təyin edilməsi, reklam təsirinin effektinin və effektivliyinin qiymətləndirilməsi, reklamın idarəedilməsində strateji və taktiki həllərin müəyyən edilməsi) fundamental tədqiqinin olmaması logistik yanaşmanı, həm reklam axınının idarəedilməsində, həm də onun əsasında nəticələrin əldə edilməsində bir yenilik olaraq təyin etdi. Məqalədə həmçinin reklamın material axını, paylama kanalları və təbii material tərkibinin inkişaf növlərinə görə reklam məlumat axınının parametrlərinin (həcmi, intensivliyi, dəyişiklik dərəcəsi) strukturundan asılı olaraq strateji cəhətdən optimal dəyərlərinin müəyyənləşdirilmişdir.

Açar sözlər: Reklam, Logistika, İnformasiya

Giriş

Reklamın tarixi ictimai şüurun bir forması kimi bir neçə min illər əvvələ gedib çıxır. Reklam öz inkişafının əvvəllərində yalnız fərdi və qrup şüurunu əks etdirirdi, bu səbəbdən də onun əsas funksiyası identifikasiya idi, yəni mürəkkəb və hələ başa düşülməmiş bir dünyada bir fərdin (qrupun) yerini və təyinatını müəyyən etmək idi. Reklamın təkamülünün ilkin mərhələsi bir neçə min əvvəl başlayıb.

Hazırda əksər alimlər reklamı marketinqdə ünsiyyət siyasətinin bir elementi kimi nəzərdən keçirirlər. Ünsiyyət siyasətinin elementi dedikdə cəmiyyətdə hərtərəfli ünsiyyət əlaqələrinin qurulması, saxlanması və inkişaf etdirilməsi başa düşülür. Bununla yanaşı, qeyd etmək lazımdır ki, reklamın yaranması və təkamülünün əhəmiyyətli dövrü, marketinqin müasir cəmiyyətin ehtiyacları və onların təmin edilməsinin ən yaxşı üsulları haqqında bir elm olmasından öncə baş verib və həmçinin reklam bir çox digər elmlərin də tədqiq obyekti olmaqdadır (ünsiyyət nəzəriyyəsi, sosiologiya, sosial psixologiya, informasiya texnologiyaları və s.) Bütün bunlar reklam fenomeninin müasir dünyada həqiqi rolu və elmi idrakda onun yeri barədə düşünməyə vadar edir.

Metod

Tədqiqat zamanı statistik təhlil, müqayisəli yanaşma və analiz-sintez təhlil metodlarındfan istifadə edilmişdir. Tədqiqatın metodoloji bazasını Azərbaycan Respublikası hökumətinin qəbul etdiyi müvafiq qanunlar, mühüm logistik problemlər üzrə qərar və sərəncamlar, digər normativ hüquqi aktlar, habelə reklam, logistika, menecment, marketinq, bazar iqtisadiyyatı problemləri üzrə yerli və xarici ölkə alimlərinin dəyərli elmi əsərləri təşkil edir.

Analiz

Reklam informasiya materiallarinin növləri

Reklam haqqında müasir təfəkkürlər onu, ictimai şüuru formalaşdıran və əks etdirən mürəkkəb bir təzahür kimi nəzərdən keçirir. Reklam, ictimai psixologiyanın, sosiologiyanın, ünsiyyət nəzəriyyəsinin, marketinqin, politologiyanın və s. tədqiqat obyekti rolunda çıxış edir. Bu elmlərin hər biri reklamı, öz metodiki vasitələrinin əsası kimi öyrənir, buna görə də onun cəmiyyət və onun ayrı-ayrı subyektləri (fərdlərin, sosial qrupların, müəssisələrin) ilə qarşılıqlı əlaqəsinin qanunauyğunuqlarını araşdırır. Reklam fenomeni barədə vahid təsəvvürü hələ formalaşdırmaq lazımdır. (Poster M.E., 2017: s.201).

Şəkil 1. Reklam ünsiyyəti prosesi

Kodlaşdırma	
1	Reklamın hədəflərinin təsdiqi. Reklam müraciətinin yaradılması
Ötürmə	Məlumat vasitələrinin seçimi. Məlumat vasitələrinin yayımı. Məlumat vasitələri ilə əlaqə. Reklam müraciəti ilə əlaqə.
Qavrama	Reklam müraciətinə diqqət. Məlumatın qavranması və hazırlanması.
Təsir	Reklamın yadda saxlanması. Üstünlüklərin dəyişdirilməsi və stabilləşdirilməsi. Davranışın dəyişdirilməsi və stabilləşdirilməsi.

Mənbə: Plotkin B.K., (2016), s.93

Bu prosedurların hər birində məlumat itkisi mövcuddur. Məlumat bir sıra filtrlərdən keçir. Artıq reklamın məqsədinin reklam müraciətinə köçürülməsi çətinləşir. Bu mərhələdə reklam yaradıcılarının istedadından və yaradıcı yanaşmalarından çox şey asılıdır. Reklamın yayımında da informasiya vasitələrinin istifadəsinin idarəedilməzliyi səbəbindən məlumat axınının bir hissəsi itirilir. Ümumilikdə hədəf qrupunun yalnız bir hissəsi müraciətə diqqət edəcək və bu hissənin də yalnız bir hissəsi həmin müraciəti qəbul edəcək. Buna görə də reklam yayımlayıcısı müraciətin bir dəfə paylanması ilə qənaətlənmir, insanların unutqanlığını nəzərə alaraq, müraciəti bir neçə dəfə mümkün ki müxtəlif məlumat vasitələrində yayımlayacaqdır .(Dichtl E., Heripen X., 2016:s. 177).

Mikroiqtisadiyyatda reklamın, malların qiymətləri haqqında bazarı məlumatlandırmaq kimi bir funksiyasının olması da qeyri aşkar şəkildə izlənilir.Nəzərdə tutulan reklam modellərinin hər biri, onu, bu elmin idarə etdiyi, reklamın mürəkkəb və çoxşaxəli bir təzahür (proses) kimi vahid qəbulunu məhdudlaşdıran və zəiflədən qanunauyğunluqlar, kateqoriyalar və anlayışlar baxımından təqdim edir.Beləliklə, reklamın ünsiyyət modeli onun elementlərinin sosial, psixoloji xüsusiyyətlərinin qarşılıqlı təsirinin təsviri ilə məhdudlaşır və reklamın informasiya, iqtisadi və marketinq aspekti ikinci dərəcəli əhəmiyyət daşıyır. Reklamın kibernetik modelində onun elementlərinin şəxsi və sosial vəziyyəti nəzərə alınmır.

Reklam məlumatlarının qavranılması və alıcının sonrakı hərəkətləri yüksək ətalətə malikdir, çünki reklamın mediada yerləşdirildiyi andan etibarən qərar qəbulu əhəmiyyətli vaxt geriləməsinə səbəb ola bilər. Məhsul haqqında reklam məlumatları praqmatik, hissedicilik, ictimai baxımdan faydalılıq və özünü təsdiqləmə faydalılıq xassələrinə malikdir. Buna görə də reklam məlumatlarının forması və strukturu bədii ifadəlidir, bu da onun standartlaşdırılmasını və birləşdirilməsini mümkünsüz edir.

(Gordon M.P., 2013).

Reklam informasiya axınının idarəetmə texnologiyasının son mərhələsi, onun təsirinin məqsədə çatma dərəcəsi kimi müəyyən edilməsidir.Qarşıya qoyulmuş məqsəddən asılı olaraq, reklam təsirinin (nəticəsinin) müəyyənləşdirilməsinin bütün üsulları ara məqsədlərlə yekun məqsədləri nail olma dərəcəsinin qiymətləndirilməsi üsullarına bölünürlər. Reklam informasiya axınının yekun məqsədi, çıxış maddi axınının, onun parametrlərinin, həcminin, intensivliyinin, dəyişmə sürətinin və strukturunun arzu olunan dəyişikliyi deməkdir. (Plotkin B.K.,2016., s.46).

Reklam informasiya axinlarinin idarə edilməsinin logistik üsullari

Reklam informasiya axınının idarə edilməsinə logistik yanaşma, bu görünən problemləri reklamın yekun təsirinin qiymətləndirilməsi ilə aradan qaldırmağa imkan verir. Gələcəkdə reklam axınının çıxış maddi axınına təsirini müəyyənləşdirmək üçün müəllif tərəfindən hazırlanmış təcrübi üsullar və modellər təklif ediləcəkdir.Marketinq və logistika yanaşmaları arasındakı fərq, reklam fəaliyyətinin idarə edilməsinin bütün mərhələlərində (reklam məlumat axını ilə) bəzilərində daha əhəmiyyətli və bəzilərində daha az halda özünü göstərir. (Rodnikov A.N., 2018: 1- 251).

Reklam informasiya axınının girişini təmin etdikdən sonra texnoloji prosesin növbəti mərhələsi onun informasiya kanalları vasitəsilə yayılmasıdır. Burada əsas logistik əməliyyatlara reklam axınının ümumi həcminin, onun informasiya kanalları vasitəsilə yayımlanmasının, hər bir kanalda axınının intensivliyinin və zamanla reklam axınının yayımlanmasının müəyyənləşdirilməsidir. (Degtyarenko V.N., 2012).

Reklam informasiya axınının ümumi həcmi, dəyər vahidləri ilə müəyyən edilir, çünki müxtəlif informasiya kanallarında onun dəyişmə vahidləri uyğun gəlmir. Əksər analitik modellər, çıxış maddi axınının intensivliyinin, logistik bir görünüşə sahib olan reklam informasiya axınının intensivliyindən əsas asılılığını inkar edir.

Reklam informasiya axınının informasiya kanalları üzərində paylanmasının optimallaşdırılmasının əsas üsulları xətti, qeyri-xətti və dinamik proqramlaşdırma üsullarıdır. Onlar reklam informasiya axınlarının optimal (ən yaxşı) idarə edilməsini təmin edirlər. Reklam informasiya axınının idarə edilməsinə logistik yanaşma, optimallıq meyarının çıxış maddi axınının maksimum həcmi olmasından ibarətdir, sərbəst dəyişənlər isə hər bir informasiya kanalında reklam üçün ayrılan yerlərdir. Reklam informasiya axınının optimal paylanmasının xətti modelində dəyişənlər arasındakı asılılıq xətti olmalıdır. Xətti proqramlaşdırma modelinin əsas çatışmazlığı, ümumi vəziyyətdə çıxış maddi axınının intensivliyi ilə reklam informasiya axınının intensivliyi arasındakı əlaqənin qeyri-xətti olmasıdır. Bu asılılığı ən yaxşı təqib edən elementar funksiyalar arasında logistik, eksponent və güc funksiyalarını ayırd edə bilərik. Qeyri-xətti proqramlaşdırmadan istifadə, reklam informasiya axınının kanallar arasında daha məqbul optimal paylanmasına imkan yaradır, lakin zamanla axının paylanması problemini həll etmir. (Zalmanova M.E. 2010: s.25).

Dinamik proqramlaşdırma modellərinin inkişafı və tətbiqində əsas qeyri-ixtisaslaşdırılmış məhsul kimi WINDOWS üçün EXCEL –dən istifadə edilə bilər.Reklam informasiya axını çıxışının formalaşmasında, onun texnoloji mərhələsində olduğu kimi, logistik yanaşma aşağıdakı əməliyyatları əhatə edir: axın daşıyıcısının təyini; çıxış maddi axınının tələb olunan intensivliyini və reklam informasiya axınının intensivliyini rasional əlaqələndirməyi təmin edən amillər və şərtlərin müəyyənləşdirilməsi. (Stadnik D.V., Krutik A.B., 2018).

Axınların dinamikasının koordinasiyasına logistik yanaşma, çıxış maddi axının dinamikasına təsir göstərən və onun əsas anlayışına tabe olan əsas meylliliyini ləğv etməyən və yararlılıq dövrü məzmunundan asılı olan bütün amillərin və şərtlərin, reklam informasiya axını dinamikasının amilləri və şərtləri olmasına imkan verir. Daha müəyyən bir mənada reklam informasiya axınının da yararlılıq dövründən asılı olan və çıxış maddi axınına xidmət edən bir yararlılıq dövrünə malik olmasını əsaslı şəkildə güman etmək olar. Buna görə də reklam informasiya axınının intensivliyindəki vacib amillərdən biri məhsulun yararlılıq dövrü hesab edilməlidir. Məhsulun bazara təqdim edilmə mərhələsində reklam axınının intensivliyi maksimum dəyərə malikdir və aşağı sürətdə azalır, böyümə mərhələsində orta dəyərə malik olur və yüksək sürətdə azalır, yetkinlik mərhələsində minimum dəyərə malik olur və aşağı sürətdə azalır. Yararlılıq dövrünün düşmə mərhələsində reklam informasiya axınının intensivliyində heç bir qanunauyğunluq olmur, onları gələcək məhsula münasibətdə xüsusi strategiyalar müəyyən edir. (Kozlov V.K., 2015: s.9).

Logistik yanaşmanın əvvəlcədən istifadəsi, çıxış maddi axınının yayımlanma kanalının giriş axınının təmininin texnoloji mərhələsinə aid olan növü və çıxış maddi axınının yararlılıq dövrü mərhələsinin çıxışının formalaşmasının texnoloji mərhələsinə aid olan növü kimi reklam informasiya axınının intensivliyi amillərini müəyyənləşdirməyə imkan verir.Çıxış maddi axınının eyni parametrlərinə reklam informasiya axınının təsir dərəcəsi, yayımın pərakəndə kanalında maksimum dəyərə malikdir, kiçik topdansatışda orta dəyərə və topdan satışda da minimum dəyərə malikdir. Məhsulun bazara təqdim edilmə mərhələsində reklam informasiya axınının eyni parametrlərinin çıxış maddi axınında orta dəyərə və yüksək artım sürətinə malikdir, böyümə mərhələsində maksimum dəyərə və mərhələnin başlanğıcında yüksək artım sürətinə, mərhələnin ortasında aşağı sürət dəyişkənliyinə, mərhələnin sonunda isə yüksək azalma sürətinə malik olur, yetkinlik mərhələsində minimum dəyərə və mərhələnin başlanğıcında yüksək azalma sürətinə, mərhələnin ortasında orta azalma sürətinə və mərhələnin sonunda aşağı azalma sürətinə malik olur. (Fedorov L. 2017: s.76).

Reklam informasiya axınının logistikasında ən çətin, axının aşağıdakı meyarlara uyğun seçilməsini özündə cəmləşdirən strukturunu optimallaşdırma problemidir.(Gordon M.P. 2013: s.42).

- məhsulun xüsusiyyətlərindən asılı olaraq çıxış maddi axınının alt qrupları, növləri və daxili növ qrupları üzrə;

- məhsulun inkişaf növlərinə görə (fərqlənmiş ticarət markası, ticarət markasının növü, innovasiya);

- çıxış maddi axınının yayımının (pərakəndə, kiçik topdansatış, topdansatış) standart kanalları vasitəsilə;

- məhsulun yararlılıq dövrünün mərhələləri üzrə (yaratma, böyümə, yetişmə və düşmə);

- reklam axınının və vaxtın informasiya kanalları vasitəsilə paylanması üzrə;

- reklam informasiya axınının formalaşmasında müəssisənin iştirak dərəcəsinə görə.

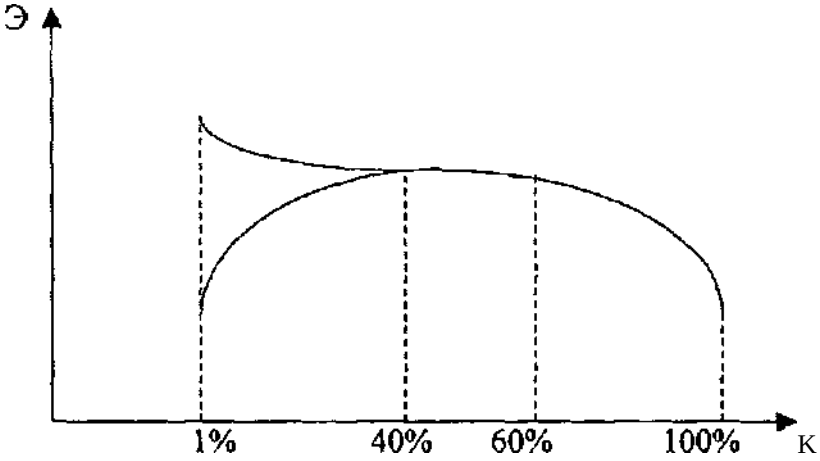
Reklam informasiya axınının quruluşu, əgər çıxış maddi axınının optimal quruluşuna uyğundursa optimal hesab edilir, çıxış maddi axınının hər hansı bir digər quruluşuna uyğundursa, rasional sayılır. (Zalmanova M.E., Novikov O.A., Semenenko A.I., 2015: s.25).

Reklam informasiya axinlarinin effektivliyinin göstəriciləri

Reklam informasiyasının yayılması prosesinə müəssisənin xarici mühit vəziyyəti və xidmət olunan maddi axınının xarakteristikaları təsir göstərir. Bunları informasiya kanalının, reklam informasiyasının

konkret daşıyıcısının və reklamın təsir xərclərinin seçilməsi zamanı nəzərə almaq lazımdır.

Şəkil 1. Reklam effektinin satış konsentrasiyasından asılılığı



Mənbə: Yudanov A.Y., (2016), s.118

Reklam effektinin (E) satış konsentrasiyasından (K) asılılığını qiymətləndirmək üçün bu göstərici üzrə bazar strukturunun bütün tiplərini aşağıdakı növlərə bölmək məqsədəuyğun olardı:

- xalis monopoliya - 100%;
- dominant şirkətlər - 50 – dən 90 % -ə qədər;
- məhdud oliqopoliya – dörd şirkət üçün 40 –dan 60 % -ə qədər;
- digər oliqopoliya - dörd şirkət üçün 40 % -dən az;
- monopolistik rəqabət – 8 şirkət üçün 20 % -dən az;
- tam rəqabət - 8 şirkət üçün 20 % -dən az. (Yudanov A.Y., 2016: s.102).

Xalis monopoliya və dominant firmaların daxil olduğu, 50% -dən çox bazar satış konsentrasiyası olan bazar strukturlu müəssisələr, reklam təsirinin çıxış maddi axınına minimal təsir göstərir. Bu cür bazarların istehlakçıları inhisarçı və dominant şirkətlərin məhsulları haqqında tam məlumata malikdirlər.

Satış konsentrasiyası 40 ilə 60 % arasında olan bazar strukturlarında, satılan məhsulların maddi axınını yaxşılaşdırmaq üçün rəqiblərdən birinin reklam təsiri, başqasının reaksiyası ilə tez zərərsizləşdirilir, bu da məqsədə çatmağa mane olur və reklamın potensial effektivliyini azaldır. Məhdud oliqopoliya üçün reklam effektinin təsiri orta səviyyədədir.Satış konsentrasiyasının azaldılması, məhsul bazarlarının istehsalçıları arasında rəqabəti artırır və reklam təsirinin effektivliyini artırır. Bu nümunə digər oliqopoliya və inhisarçı rəqabət kimi bazar strukturlarında mövcuddur ki, orada satış konsentrasiyası 40% -dən azdır (şəklin sol tərəfinin yuxarı hissəsi). Bununla birlikdə, satış konsentrasiyası az olan mükəmməl rəqabət bazarları üçün istehsalçıların reklam maddi axınına təsirinin effektivliyi aşağı olan nümunə də vardır (qrafikin sol tərəfinin aşağı hissəsi).(Poster M.E., 2017).

Reklam edilən faydaların natamam satılması ilə əlaqəli şirkətin öz pərakəndə seqmentinin

istehlakçılarının riskləri minimaldır. Buna görə reklam informasiya axınının məhsul yayım kanalının maddi axınına təsiri müəssisənin xarici mühitinin və malların xüsusiyyətlərinin eyni şərtləri və amilləri altında maksimum olacaqdır.

Nəticə

Reklam informasiya yayılması prosesi, bazarın inkişaf mərhələsi kimi bir ətraf mühit parametrindən əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənir. O, bazar tələbinin son dəyəri kimi başa düşülən əmtəə bazarının tutumu ilə sıx əlaqəlidir. Bazar potensialının yuxarı həddi müştərilərin obyektiv ehtiyaclarıdır. Əmtəə bazarının tutumu, bazarın təkamülünün müştəri ehtiyaclarını maksimum dərəcədə təmin etmək istiqamətini təyin edən hədəf parametri olaraq qəbul edilməlidir. Bazar tələbi və təklifinin dinamikası arasındakı əlaqə əmtəə bazarının inkişaf mərhələsini müəyyənləşdirir. Maddi axının intensivliyini əmtəə bazarının inkişafının göstəricisi hesab etsək, təcrübə fazası, maddi axının minimum intensivliyinə və onun artımının əhəmiyyətsiz sürətinə malikdir, genişlənmə fazası daha yüksək intensivliyə və artım sürətinə malikdir, doyma fazası maksimum intensivliyə və sıfır artım sürətinə malikdir, durğunluq fazası maddi axının aşağı intensivliyinə və onun azalmasının maksimum sürətinə malikdir.

Təcrübə fazasında əmtəə bazarının fəaliyyət nümunələrinin formalaşması əsas rol oynayır. Buna görə onun tutum, seqmentlərin quruluşu, maddi axınının intensivliyi, dəyişmə sürəti kimi parametrləri yalnız ekspert vasitəsi ilə qiymətləndirilə bilər. Maddi və informasiya axınlarında rasional idarəetmə yoxdur, "təchizatçı-hazırlayan-istehlakçı" sistemi optimal deyil. Gənc sənayenin müəssisələri zəruri maddi ehtiyatlara çıxış əldə edilməsində və rəqabət üstünlüyünün formalaşmasında ən vacib iki problemlə üzləşirlər. Təcrübə fazasında reklam informasiya sistemi hələ inkişaf etməyib. Təbiətdə araşdırma aparılır, çünki bazar seqmentləri və onun yayılması üçün kanallar hələ formalaşmayıb. Reklam informasiya axınından əvvəl, maddi axın ilə yaxın bir əlaqə olmadan yalnız informasiya məqsədləri qoyulur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Гордон М.П.(2013). Функции и развитие логистики в сфере товарообращения // Риск.- №1. - 2013. - 42 - 47.
2. Дегтяренко В.Н. (2012). Основы логистики и маркетинга. - Ростов-на-Дону, 1-127
3. Залманова М.Е.(2010). Управление системами переработки, хранения и доставки продукции: Логистическая концепция. - Саратов: СПИ,. 1- 64
4. Залманова М.Е., Новиков О.А., Семененко А.И.(2015). Производственно- коммерческая логистика. - Саратов: СГТУ, 1-76 .
5. Козлов В.К. (2015). Логистическое обеспечение конкурентного потенциала фирмы: Автореф. дис.... канд. экон. наук. - СПб., 1-17
6. Плоткин Б.К. (2016). Введение в коммерцию и коммерческую логистику. СПб.: Изд-во СПбУЭФ,.1-171
7. Родников А.Н.(2018). Логистика: Терминологический словарь. - М.: Экономика, 1- 251
8. Стадник Д.В., Крутик А.Б.(2018). Финансовый менеджмент в промышленности. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1- 148
9. Федоров Л. (2017). Логистическая стратегия управления материальными ресурсами в странах с развитой рыночной экономикой. // Риск. - № 1-2. - 76-80.
10. Юданов А.Ю. (2016). Конкуренция: теория и практика. - М.: Тандем, 1-272
11. Poster M.E.(2017). Competitive Strategy : Technigucs for Analysing. Industries and Competitors. - N.Y.: Free Press, 1- 396

İnkişaf Edən Ölkələrdə Reklam Büdcəsinin Müəyyənləşdirilməsi Üsullarının Qiymətləndirilməsi

Musa Əlşirazov

musa.alshirazov47@gmail.com

Xülasə

Son iki onillikdə reklam sənayesi qlobal iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən birinə çevrildi. Reklam məhsulları və xidmətləri olduğu kimi və ya olduğundan daha da yaxşı təqdim etməklə insanlarda onlara qarşı xoş münasibət yaratmağa xidmət edən kommunikasiya xidmətidir. Yəni reklam markaların məhsul və ya xidmətlərini insanlara yaxşı tərəfdən tanıdır. Reklam büdcə tələb edən və davamlı həyata keçirilməsi lazım olan bir prosesdir. Onun müxtəlif növləri vardır və bir çox vasitələrlə insanlara ötürülür. Bunlara dövrümüzdə ən çox istifadə edilən qazetlər, jurnallar, film, televiziya, radio, küçə reklamları, sosial media reklamları, dijital reklamlar və s. kimi vasitələri misal göstərmək olar. Reklam hər hansı bir şirkətin, firmanın bazarda gücünü formalaşdırır. Belə ki, marketinqin inkişafında çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Buna görə də reklama marketinqi hərəkətə gətirən qüvvə kimi baxılır. Reklamın növləri qədər onun büdcəsinin müəyyən edilməsi də önəmlidir. Məhz bu büdcə təyinetməsinə əsasən şirkətlər öz reklam strategiyalarını müəyyən edirlər. Bəzən yalnız reklam alıcının qəbuluna, seçiminə və ya məhsula olan tələbinə nail ola bilsə də, nadir hallarda ona etibar olunur. Həm biznes, həm də kiçik müəssisələr üçün düzgün büdcənin müəyyən edilməsi getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Uğurlu reklam öz arxasınca uğurlu satış rəqəmləri və uzunmüddətli dövrdə böyük mənfəət gətirdiyi üçün markalar reklama mümkün qədər yaxşı büdcə ayırmağa can atırlar. Bütün bunların fonunda reklam büdcəsini müəyyən etmək üçün artıq uzun illərdir ki, müxtəlif metodlardan istifadə olunur. Bu metodlar şirkətin strukturu, alıcı kütləsi və rəqabət qabiliyyətindən asılı olaraq dəyişir.

Açar sözlər: **Reklam Büdcəsi, Reklam Strategiyaları, Büdcə Hesablama Üsulları**

Giriş

Bir şirkətin reklam büdcəsi onun ümumi büdcəsinin bir alt hissəsidir. Şirkətlər öz məhsullarının daha böyük kütlələrə çatması üçün müxtəlif reklam növlərindən istifadə edir və bu şirkətlərə reklamın ərsəyə gəlməsi üçün müvafiq büdcə ayırmağa sövq edir. Bu büdcə şirkətin marketinq büdcəsinin tərkibində qiymətləndirilir. Bu proses olduqca çətin və məsuliyyətli olduğu üçün bunun üzərində əsasən şirkətin iqtisadçıları və marketoloqları çalışırlar. Onlar illik büdcəni müəyyən etdikdən sonra həmin şirkətin gələn il üçün aylıq və illik reklam büdcəsini tərtib edə bilirlər. Bu büdcənin əsası reklamın növlərindən (televiziya, radio, reklam çarxı, çap materialları, qəzet-jurnal reklamı, sosial şəbəkə üçün reklam və s.), bu növlərin miqdarından (il ərzində mövcud reklam nümunələrinin sayı nə qədər olacaq?) və s. asılı olur. (http://www.economicsdiscussion.net/advertising/determining-an-advertising-budget-5-methods/21952).

Bütün bunların nəzdində təbii ki, şirkətin özünün də müəyyənləşdirməsi vacib olan nüanslar var. Məhsulun hədəf kütləsi, onların demoqrafik xüsusiyyətləri: yaşları, cinsləri, məşğulluq səviyyələri, sosial statusları və s., daha sonra bu istehlakçıların istifadə etdikləri reklam platformaları ki, bu çox önəmli bir detaldır. Məsələn, əgər sizin xitab etdiyiniz istehlakçı hədəf kütləsi əsasən 35-65 yaş aralığıdırsa o zaman sizin məhsulun reklamları qəzet, televiziya, küçə reklamları kimi platformalarda reklam etmək daha məqsədə uyğun olardı, nəinki sosial şəbəkə və ya internetdə. Aydın məsələdir ki, o yaş aralığındakı insanlar arasında sosial şəbəkə istifadəçiləri çox azdır. Başqa bir misal kimi **Lamborghini** avtomobillərini misal göstərə bilərik. Bu şirkətin avtomobilləri, xüsusilə, ABŞ, Yaponiya və İngiltərədə çox məşhurdu və ən çox da bu ölkələrdə satılır. Bu markanın maraqlı cəhəti odur ki, şirkət marketoloqları heçvaxt televiziya reklamı verməyi düşünmür, çünki onların fikrincə bu avtomobilləri ala biləcək qədər imkanı olan şəxslər televiziya izləmirlər. Bunun kimi bir çox misallar reklam platformasının düzgün seçilməsinin nə qədər vacib olduğunu göstərən əlamətlərdir (Stafford & Faber, 2005).

Vacib xüsusiyyətlərdən biri də reklam kontentinin düzgün müəyyən edilməsidir. Şirkətin sloqanı, reklamlarda vermək istədiyi mesaj, reklamın məzmunu nə dərəcədə hədəf kütləyə uyğundur? Nə qədər onlara xitab edir? İstehlakçılar bu reklam nümunələrini və dolayısı ilə bu məhsulları nə qədər mənimsəyib özünükiləşdirə bilir? Bütün bunlar yuxarıda qeyd edildiyi kimi məsuliyyətli prosesdir və bu suallara yaxşı hazırlaşmaq lazımdır (Aşurov, 2018).

Metod

Şirkətlər reklam büdcəsini təyin edərkən müxtəlif metodlardan istifadə edirlər. Bu metodlar şirkətin həcmindən, onun illik satış rəqəmlərindən, nə qədər büdcə ayırmağa planlaşdırmasından asılıdır. Məsələn, bir məhsul digər eyni növ məhsullardan hansısa xüsusiyyətinə görə fərqlənirsə o şirkət bu məhsulun reklamına elə də çox büdcə ayırmağı düşünmür, çünki ehtiyac duymur. Amma əgər sizin məhsulunuz bazardakı rəqiblərindən çox geri qalırsa , o zaman, reklama yaxşı büdcə ayırmalısınız.

Mövzunun araşdırılmasında təhlil, müqayisəli təhlil və məntiqi analizdən istifadə edilmişdir.

Analiz

Günümüzdə şirkətlər 3 əsas büdcə hesablama metodundan istifadə edirlər ki, digər istifadə olunan metodlar da mövcuddur:

- Satış məbləğinin faiz nisbətinə görə hesablama üsulu
- Məqsəd və vəzifələrə əsaslanan hesablama üsulu
- Rəqabət pariteti üsulu

Satış məbləğinin faiz nisbətinə görə hesablama üsulu. Ən çox istifadə olunan metoddur. Xüsusən də, orta və kiçik həcmli şirkətlər üçün. Metoddan istifadə etmək də sadədir. Adından da göründüyü kimi reklam büdcəsi əvvəlki və ya gələcək proqnozlaşdırılan satış həcmindən müəyyən bir faiz ayırmaqla müəyyən olunur. Bu faiz çox hallarda dəyişkən olsa da, əsasən kiçik müəssisələr üçün bu 2-5% həcmində olur. Yəni, əgər sizin illik satış payınız 100,000 dollardırsa sizin reklam büdcəniz təxmini olaraq 2,000-5,000 arası dəyişir. Büdcə proqnozları tam dəqiq olmadığına görə bu üsul əsasən kiçik müəssisələr üçün yararlı hesab edilir. Ancaq, böyük şirkətlər üçün bu metod zərərlə nəticələnə bilər.

Üstünlükləri:

- Satışın həcminə əsasən müəyyənləşir. Buna görə də reklam büdcəsi əldə edilən mənfəətlə əvəzlənə bilir. Bu da şirkət maliyyəçilərini məmnun edir.
- Şirkətin rəqabət qabiliyyətini qoruyur. Bazardakı bütün firmalar reklama təxminən eyni qədər satış faizi ayırır.
- Şirkətlər reklam büdcəsinin daim nəzarətdə saxlaya bilirlər.

Çatışmazlıqları:

- Elmi əsası olmadığı satışın müvafiq faizini təyin etmək mümkün deil.
- Uzunmüddətli satış proqnozu müəyyən etmək çətin olduğu üçün qısamüddətli dövrdə faydalıdır sadəcə.
- Reklam satışın kölgəsində qaldığı üçün təsiri elə də dərk edilmir.

Məqsəd və vəzifələrə əsaslanan hesablama üsulu**.** Bu istənilən şirkət üçün ən uyğun reklam büdcəsi metodudur. Satış metodundan fərqli olaraq bu elmi metod hesab olunur. Metod şirkətin öz mühitini və tələbini nəzərə alır. Məqsədlər və tapşırıq metodu menecerə tanıtım büdcəsini müəyyən məqsədlər müəyyənləşdirmək, onlara çatmaq üçün yerinə yetirilməli olan vəzifəni müəyyənləşdirmək və tapşırığın yerinə yetirilməsi xərclərini qiymətləndirməklə istiqamətləndirir. Bu xərclərin cəmi reklam

büdcəsi üçün təklif olunan məbləğdir. Metod bu məqsədlərə çatmaq üçün hədəflər və vəzifə arasındakı əlaqəyə əsaslanır. Marketinq məqsədlərinə çatmaq üçün həyata keçiriləcək müxtəlif reklam fəaliyyətlərinin xərcləri reklam büdcəsini təşkil edir.

Bu metoda əsasən reklam büdcəsini təyin etmək üçün aşağıdakı addımlar atılmalıdır:

- Marketinq şöbəsinin əsas vəzifələrini müəyyənləşdirin.
- Satış, qazanc, marka sadiqliyi, rəqabət sabitliyi və s. Baxımından reklam məqsədlərini təyin edin.
- Reklam vəzifələrini reklam məqsədlərinə çatmaq üçün yerinə yetirmək üçün tələb olunan müxtəlif reklam fəaliyyətləri baxımından müəyyənləşdirin.
- Müəyyən edilmiş dövr üçün hər bir reklam fəaliyyətinin təxmini dəyərini hesablayın.
- Bütün fəaliyyətlərin xərclərinin cəmini tərtib edin. Bu reklam üçün təxmin edilən məbləğ olacaq.

Beləliklə, reklam büdcəsi bir şirkətin əldə etmək istədiyi məqsədlərə və hansı yollarla əldə edilməsinin əsasında qurulur. Bu metod məntiqi ardıcıllığı və praktikliyi sayəsində bütün şirkətlər üçün istifadə oluna bilər. Metod, şirkətin faktiki ehtiyaclarını vurğulayır.

Rəqabət pariteti üsulu. Rəqabət marketinq fəaliyyətinə təsir edən güclü amillərdən biridir. Bu üsul rəqiblərin reklam fəaliyyətlərini və reklam büdcəsini təyin etmək xərclərini nəzərə alır. Reklam büdcəsi rəqiblərin qəbul etdiyi reklam strategiyası əsasında müəyyən edilir. Beləliklə, reklam büdcəsinin qərar verilməsində rəqabət amilinə daha çox əhəmiyyət verilir. Məsələn, yaxın rəqiblər xalis satışın 3% -ni xərcləyirsə, şirkət reklam üçün eyni faizi daha az və ya daha çox xərcləyir. Burada "rəqiblər və ya liderlərin həmişə haqlı olduğu" güman edilir. Diqqətlə izlənilmədiyi təqdirdə bu üsul yanlışlığa səbəb ola bilər. Bir şirkətin məhsul xüsusiyyətləri, məqsədləri, satış, maliyyə şəraiti, idarəetmə fəlsəfəsi, digər təqdimat vasitələri və xərcləri, imic və nüfuzu, qiyməti və s. baxımından rəqiblərdən əhəmiyyətli dərəcədə fərqləndiyi məlumdur. Buna görə rəqibləri kor-koranə izləmək məsləhət görülmür. Marketinq (reklam) meneceri rəqiblərin reklam strategiyasını əsas kimi götürməlidir, lakin olduğu kimi izləməməlidir. Reklam büdcəsi şirkətin daxili və xarici vəziyyətinə uyğunlaşdırılmalıdır.

- Məhdudiyyətlər:

Menecer, rəqabət pariteti metodunun aşağıdakı məhdudiyyətlərini bilməlidir:

- Yeni bir məhsul olduqda, metod reklam büdcəsinə qərar vermək üçün rəhbərlik edə bilmir.
- Yaxın rəqibin məhsulunun həyat dövrünün hansı mərhələsində keçdiyini bilmək çətindir.
- Şirkət satış, qazanc, problem, maliyyə vəziyyəti və sair baxımından fərqlənir. Rəqibləri birbaşa izləmək effektiv olmaya bilər.
- Reklam satışa təsir edən yeganə amil olmaya bilər.
- Rəqiblər çox olduqda, şirkətin kimi izləməli olduğuna qərar vermək çətindir.
- Metod yalnız dominant rəqiblər olduqda tətbiq olunur. Rəqabət olmadıqda metoddan istifadə edilə bilməz.
- Metod yalnız izləyicilərə və namizədlərə yararlı ola bilər. Bazar liderinə deyil.

Digər ən çox işlənən metodlar:

Əlverişli fond üsulu**:**

Bu, əsl mənada, reklam büdcəsini təyin etmək üsulu deyil. Metod şirkətin xərcləmə qabiliyyətinə əsaslanır. Bir şirkətin imkanlarına görə reklam xərcləməsi müəyyən olunur. Sağlam maliyyə vəziyyəti olan şirkət daha çox reklam verə bilir və ya əksinə. Bu metoda əsasən büdcə bölgüsü yalnız bütün xərcləri ödədikdən sonra aparılır. Reklam büdcəsi qalıq qərar kimi qəbul edilir. Fond varsa, şirkət xərcləyir; əks təqdirdə şirkət reklam olmadan davam etməlidir. Beləliklə, bir şirkətin ödəyə bilmə qabiliyyəti əsas meyardır.

Mütəxəssis rəyi üsulu**:**

Bir çox müəssisə bu üsuldan istifadə edir. Həm daxili, həm də xarici mütəxəssislərdən müəyyən bir müddət ərzində reklam üçün xərclənəcək məbləği qiymətləndirmələri istənir. Mütəxəssislər, sahədəki zəngin təcrübə əsasında reklam üçün məbləği obyektiv müəyyən edə bilər. Onlar qiymətləndirmələrini fərdi və ya birgə şəkildə təqdim edirlər. Qiymətləndirmələrlə yanaşı, müəyyən proqnozlar da vurğulanır. Xarici mütəxəssislər tərəfindən tövsiyə olunan reklam büdcəsi daha neytral (qərəzsiz) və etibarlıdır. Mütəxəssislər ümumi vəziyyəti nəzərdən keçirir və bir şirkətin nə qədər xərcləməli olduğu barədə fikirlərini verirlər. Əsasən, mütəxəssislər reklam büdcəsini təyin edərkən reklamla əlaqəli bütün amilləri nəzərə alırlar.

Bazar payı metodu:

Rəqabət paritetinə bənzər olaraq bazar payı metodu büdcə strategiyasını xarici bazar meyllərinə əsaslayır. Bu üsulla bir müəssisə bazar payını reklam xərcləri ilə bərabərləşdirir. Bu metodun tənqidçiləri, reklam büdcəsini müəyyən etmək üçün bazar payı nömrələrini istifadə edən şirkətlərin, gələcəkdə hədəflərini lazımi dərəcədə əks etdirməyən özbaşına bir təlimat üzərində proqnozlaşdırdıqlarını iddia edirlər.

Vahid Satış üsulu:

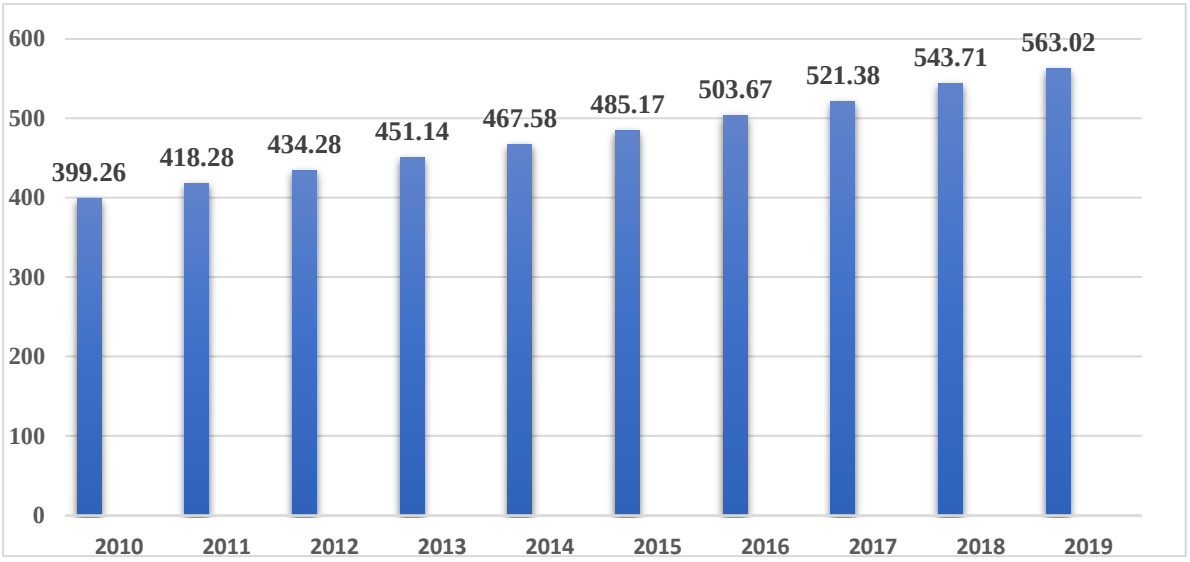
Bu üsul fərdi bir məhsulun reklam xərcini götürür və onu müəssisənin satmaq istədiyi vahidlərin sayına vurur. Bu üsul o zaman effektivdir ki, vahid bir reklamın qiyməti ağlabatan şəkildə müəyyən edilə bilsin.

Bundan başqa, özbaşına bölgü üsulu, mənfəətin artırılmasına yanaşma üsulu, artan üsul, satış qüvvələrinin rəy üsulu və s. bu kimi metodlar istifadə olunur.

Beləliklə markalar və şirkətlər düzgün reklam büdcələrini müəyyən etdikdən sonra iri reklam kampaniyalarını həyata keçirirlər. Bu kampaniyalara hər il dünyada milyardlarla dollar vəsait xərclənir. Bununla bağlı qrafikə nəzər saldıqda hər il bu rəqəmin artdığı da müəyyən olunur. Beləki, əgər 2010-cu ildə bu rəqəm təxminən 400 mlrd. dollar idisə, 2015-ci ildə 485 mlrd. dollar, 2019-cu ildə isə 560 mlrd. dolları keçib və bu rəqəm hər il getdikcə artır.

Qloballaşan dünyada telekommunikasiya sistemi gücləndiyi üçün insanlara sosial media üzərindən göstərilən reklamlar artıq daha da populyarlaşıb və markalar bunu üçün hər il milyard dollarlar buna büdcə ayırırlar. Beləki, əgər 2014-cü ildə sosial mediya reklamının büdcəsi 16 mlrd. dollar təşkil edirdisə, bu rəqəm 2016-ci il üçün 31 mlrd. dolları keçib və artım 2 ildə 2 dəfədir.

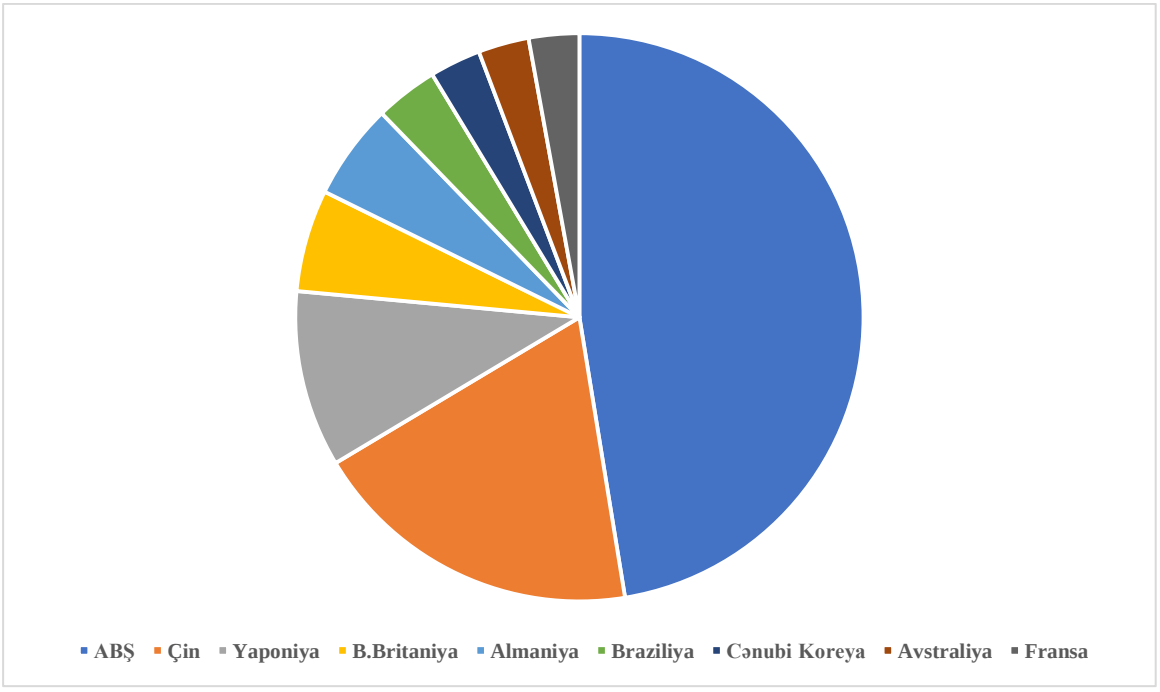
Qrafik 1. Qlobal reklam xərcləri 2010-2019 (mlrd. ABŞ dolları ilə)



Mənbə: https://www.statista.com/statistics/236943/global-advertising-spending/

İnkişaf etmiş və öndə olan ölkələr üçün ayrı- ayrılıqda bu rəqəmlərə baxsaq görərik ki, ABŞ-ın 2019-cu il üçün reklam xərcləmələri ən yaxın izləyicisi olan Çindən 2 dəfədən artıq çoxdur.

Qrafik 2. İnkişaf etmiş və öndə olan ölkələrin reklam xərcləmələri (2019) (mlrd. ABŞ dolları)



Mənbə:https://www.brafton.com/blog/content-marketing/the-ultimate-list-of-marketing-spend-statistics-for-2019-infographic/

Nəticə

Beləliklə, reklam sənayesinin qlobal iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilməsi üçün reklam məhsulları və xidmətləri olduğu kimi və ya olduğundan daha da yaxşı təqdim edilməlidir. Bunun üçünsə hər şeydən öncə düzgün reklam büdcəsi müəyyən edilməlidir və bu yuxarıda göstərilən üsullar vasitəsilə mümkün olur.

Bu üsullar və ya metodlar onu göstərir ki, şirkətin bu işlə məşğul olan marketinq departamenti büdcə təyin edərkən həmin şirkətin həcmini, onun illik və ya aylıq dövriyyəsini, satış faizini, məqsəd və vəzifələrini, bazarda rəqabət qabiliyyətliliyini və s. bunun kimi şirkətin bir çox xarakterik xüsusiyyətlərini təyin etməsi və büdcəni ona görə müəyyən etməsi lazım gəlir.

Xülasə, reklam kommunikasiyası strateji marketinq proqramlarına əlavə kimi çıxış edir. Məhsulun mövqeləşdirilməsi həmin məhsul üçün seçilmiş marketinq mövqeyinə uyğun gəlməli və strateji yanaşmalara əsaslanmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Abbasov A.B., Əliyev M.Ə., Şamxalova S.O. Biznes prosesləri idarəetmə. Dərslik. Tərcümə. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, Bakı, 2014.
2. Aşurov A.S. Marketinqin kommunikasiya sistemi. Dərslik. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı. – 2018. səh. 203
3. N. E. Usubova, Bakı 2019 "Azərbaycan müəssisələrində reklam fəaliyyətinin təşkili və təkmilləşdirilməsi" magistr dissertasiyası səh. 76
4. Marla R. Stafford, Ronald J. Faber Copyright 2005 by American Academy of Advertising "Advertising, Promotion, and New Media"
5. Алексунин В.А., Скляр Е.Н., Авдиенко Г.И. Маркетинговые коммуникации. Практикум. М. Изд. «Дашков и К». 2014.
6. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг, СПБ; «Питер», 2012, 556 с
7. Кортленд Л.Б., Уильям Ф.А. Современная реклама. Пер с англ. Тольятти. Довгань. 1995,-704 с.
8. http://www.economicsdiscussion.net/advertising/determining-an-advertising-budget-5-methods/21952
9. https://www.inc.com/encyclopedia/advertising-budget.html
10. http://www.yourarticlelibrary.com/advertising/methods-for-setting-advertising-budget-6-methods/48669
11. https://www.nfib.com/content/resources/marketing/how-to-set-an-advertising-budget-50601/
12. https://www.britannica.com/topic/advertising
13. http://localadvertisingjournal.com/internet-advertising-need-know-online-advertising/
14. https://www.brafton.com/blog/content-marketing/the-ultimate-list-of-marketing-spend-statistics-for-2019-infographic/

Pərakəndə Satış Mal Dövriyyəsi: Sosial-Iqtisadi Mahiyyəti Və Mövcud Vəziyyəti

Qarayev Sərxan

9040662@mail.ru

Xülasə

Məqalədə alıcı ilə satıcı arasında, hər iki tərəf üçün sərfəli olan mal və xidmətlərin pullu mübadiləsinin əsas gösəricisi olan pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun inkişaf qanunauygunluqları və ölkənin, xüsusilə də onun hər bir regionunun sosial-iqtisadi inkişafında əhəmiyyəti, və movcud durumu barədə söhbət açılır. Ticarət müəssisələrinin əsas fəaliyyət göstəricilərindən biri olan pərakəndə satış mal dövriyyəsi bütövlükdə ölkənin davamlı iqtisadi artımının təmin edilməsində mühüm amillərdən biri hesab edilir. Onun həcmi, strukturu, və dinamikası daxili ticarətin vəziyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri və dəyişikliklərin zəruriliyinin göstəricisi kimi çıxış etməklə bərabər həm də ölkə başçısı tərəfindən qəbul edilən"Logistika və ticarətin inkişafina dair Strateji Yol Xəritəsinin həyata keçirilməsi üzrə planlaşdırılmış tədbirlərin səmərəliliyini qiymətləndirməyə də imkan verir. Mal dövriyyəsinin inkişafının cəmiyyətin sosial-iqtisadi tərəqqisinin nailiyyətlərindən və ölkədə fəaliyyət göstərən iqtisadi qanunların tələblərindən irəli gələn özünəməxsus qanunauyğunluqları vardır ki, məqalədə bu qanunauygunluqların statistik göstəricilər əsasında geniş təhlil edilir. Bu qanunaugunluqlara aiddir: mal dövriyyəsinin ümumi və adambaşına düşən həcminin artması, şəhər yerlərinə nisbətən kənd yerlərində mal dövriyyəsinin artım sürətinin artması. Məqalənin hazırlanmasında pərakəndə ticarətə aid elmi müddəalarla cıçış edən müxtəlif mütəfəkkirlərin fikirləri ümumiləşdirilmişdir. Bu zaman əsasən nəzəri tədqiqat metodlarından (abstraktlaşdırma, aksiomatik analiz, sintez, induksiya deduksiya) istifadə edilmişdir. Pərakəndə ticarətin müasir vəziyyətinin təhlili aparılımış və qruplaşdırma, statistik təhlil metodllardan istifadə edilmişdir.

Açar sözlər: pərakəndə satış mal dövriyyəsi, inkişaf qanunauygunluqları, istehlak xərlcəri

Giriş

1. Pərakəndə satış – alıcı ilə satıcı arasında , hər iki tərəf üçün sərfəli olan mal və xidmətlərin pullu mübadiləsi aktıdır. Mübadilə zamanı alıcı ona lazım olan keyfiyyəti mal (xidmətlər), pərakəndə ticarətçi isə mənfəət əldə etməyə çalışır. Alqı-satqı aktının yerinə yetirilməsi prosesində istehlakçı müəyyən psixoloji məmnunluq əldə edir, öz sosial statusunu möhkəmləndirir və ya artırır. (Крюкова 2017)

Pərakəndə satış müəssisələrini əmtəə kateqoriyaları və qruplarna görə (ərzaq, təsərrüfat, tikinti materialları mağazaları, ixtisaslaşmış); ticarət metodlarına görə (piştaxtalar vasitəsilə, özünəxidmət vasitəsilə); mənsubiyyətinə görə (mağazanın bu və ya digər sahibkarlara mənsub olması); yerləşmə yerinə görə (ümumşəhər əhəmiyyətli yerlərdə yerləşən) təsnifləşdirmək olar.

Ticarət müəssisələrinin əsas fəaliyyəti göstəricilərindən olan əmtəə dövriyyəsi bütövlükdə ölkənin davamlı iqtisadi artımının təmin edilməsində mühüm amillərdəndir. Onun həcmi, strukturu və dinamikası yalnız daxili ticarətin vəziyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri və dəyişikliklərin zəruriliyinin göstəricisi kimi deyil, həm də "Logistika və ticarətin inkişfina dair Strateji Yol xəritəsinin həyata keçirilməsi üzrə planlaşdırılmış tədbirlərin səmərəliliyini qiymətləndirməyə imkan verir. Aparılmış tədqiqatlar deməyə əsas verir ki, ticarətin mövcud inkişaf problemləri milli iqtisadiyyatın rezidentləri arasında ticarət dövriyyəsinin sürətlə artırılması istiqamətində həll olunmalıdır(Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi-bütövlükdə ölkənin və xüsusilə onun hər bir regionunun sosial-iqtisadi inkişafının mühüm makroiqtisadi göstəricilərindən biri heab olunur. Dövlət statistika orqanları tərəfindən müxtəlif idarəetmə səviyyələrində pərakəndə ticarət dövriyyəsinə dair məlumatlar ümumi qanunauyğunluqların və meyillərin, ayrı-ayrı subbazarların yerlərinin aşkar edilməsi məqsədilə

toplanır və emal edilr, ticarət dövriyyəsinin adambaşına düşən həcminin səviyyələrində sosial və regional fərqlər təhlil edilir. Məhz adambaşına düşən mal dövriyyəsinin həcmi mal tədavülü sferasında baş verən prosesləri xarakterizə edən və istehsal prosesində formalaşmış istehlak dəyərinin dəyişməsini əks etdirən göstəricidir.(Высочин, 2013) O, həmçinin ölkədə pul dövriyyəsinin vəziyyətinə, milli valyutanın sabitliyinə təsir göstərir, xarici iqtisadi fəaliyyətin miqyasını, büdcə daxilolmalarını və digər makroiqtisadi göstəriciləri müəyyən edir. Ölkə əhalisi istehlak xərclərinin, ictimai ehtiyacların həcmi və strukturu, mallara tələbatın ödənilməsinin miqyası və dərəcəsi, ölkə əhalisinin həyat səviyyəsi, maddi və mədəni rifahı, İ.Ə.Feyzullabəylinin fikrincə, ictimai təkrar istehsalın əhalinin pul gəlirlərinin istehlak mallarına mübadiləsi fazasında sosial yönümlü iqtisadi münasibətlərin kompleks sistemi olan pərakəndə mal dövriyyəsinin həcm və strukturunu qiymətləndirməyə imkan verir (Feyzullabəyli, 2007). Məhz bu aspektdən yanaşma əsas diqqəti əmtəə dövriyyəsinin ən vacib sosial funksiyasına– əhalinin rifah və həyat keyfiyyətinin, nəticədə isə millətin sağlamlığının yüksəldilməsinə yönəldir

Makro səviyyədə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin tənzimlənməsi mal tədavülü sferasının ümumi vəziyyətin kontekstində göstəricilərinin ümumi makroiqtisadi əhəmiyyətinin qiymətləndirilməsi ticarət sferasında fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin bütün məcmusuna baxılmasını tələb edir. nəzərə alaraq, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin tendensiyalı, struktur, regional xüsusiyyətlərinin tədqiqi istehsal sferası və bazar infrastrukturuna, ictimai tələbatların ödənilməsi və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün dövlətin tənzimləyici təsirinin prioritet istiqamətlərinin müəyyən edilməsi zəruri şərt kimi çıxış edir(Məmmədov 2010)

İstehlak malları bazarında malların satışının əsas kanalları aşagıdakılardır:

1) istehlak mallarının təsərrüfat subyektləri tərəfindən satışı – pərakəndə ticarət və kütləvi iaşə sferasında fəaliyyət göstərən hüquqi şəxslər;

2) fiziki şəxslər tərəfindən sahibkar və vətəndaşlar, o cümlədən

-pərakəndə ticarət və kütləvi iaşə şəbəkəsinə malik və ya icarəyə götürən sahibkarlar tərəfindən;

-istehlak mallarının fiziki şəxslər tərəfindən satılması;

-vətəndaşlar tərəfindən təşkil edilmiş bazarlarda kənd təsərrüfatı məhsulların satışı;

vətəndaşlar tərəfindən qeyri-rəsmi bazarlarda satış.(Feyzullabəyli 2007)

Metod

Məqalənin hazırlanmasında pərakəndə ticarətə aid müxtəlif mütəfəkkirlərin fikirləri ümumiləşdirilmişdir. Bu zaman əsasən empirik tədqiqat metodlarından (müşahidəetmə, müqayisə) və nəzəri tədqiqat metodlarından (abstraktlaşdırma, aksiomatik analiz, sintez, induksiya deduksiya) istifadə edilmişdir. Pərakəndə ticarətin bazar seqmentində (ərzaq və qeyri ərzaq malları üzrə) müasir vəziyyətinin təhlili aparılımış və qruplaşdırma, statistik təhlil, iqtisadi statistik metodllardan istifadə edilmişdir.

Analiz

Pərakəndə satış dövriyyəsinin müasir vəziyyəti

Ölkə iqtisadiyyatının yüksəldilməsində əhəmiyyətli rolu olan mal dövriyyəsinin inkişafı daim diqqət mərkəzində olmuşdur. Onun inkişafının cəmiyyətin sosial-iqtisadi tərəqqinin nailiyyətlərindən və

ölkədə fəaliyyət göstərən iqtisadi qanunların tələblərindən irəli gələn özünəməxsus qanunauyğunluqları vardır. Bu qanunauyğunluqlar aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Mal dövriyyəsinin ümumi və hər nəfərə düşən həcmləri durmadan artır.

Bu qanunauyğunluq, əsasən, əhalinin pul gəlirləri ilə bağlıdır. Əhalinin pul gəlirlərində baş verən dəyişikliklər pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi və strukturunda öz əksini tapır. Əhalinin pul gəlirlərinin artması pərakəndə satış mal dövriyyəsinin ümumi həcminin artmasında, eləcə də orta hesabla bir nəfərə düşən dövriyyənin artmasında öz əksini tapır (pul gəlirlərinin azalması mal dövriyyəsinin inkişafına mənfi təsir göstərir). Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin inkişafı istiehlak malları istehsal sahələrinin, inkişafından asılıdır. (Feyzullabəyli 2007,)

Cədvəl 1. 2015-2019-cu illərdə respublikada pərakəndə satış mal dövriyyəsinin inkişafı

Göstəricilər	2015	2016	2017	2018	2019
Satışın bütün növləri üzrə pərakəndə satış mal dövriyyəsi (mln.man.)	26983.3	29974.1	34295.1	45305.9	47755.1
Əhalinin hər nəfərinə düşən pərakəndə satış mal dövriyyəsi (manatla)	2336.8	2699.2	3132.5	3623.2	3777.1

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/source/trade/

Cədvəldən göründüyü kimi, artıq 2019-cü ildə mal satışının ümumi həcmi 2015-cı ilə nisbətən 1,8 dəfə, adabşına düşən həcmi isə 1,6 dəfə artmışdır. Aparılan tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, respublikanın hətta müharibə illərinin məlumatları da daxil olmaqla elə bir təsərrüfat ili olmamışdır ki, pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi artmasın. Onun həcmi özündən əvvəlki illərə nisbətən yüksək sürətlə artmışdır.

Lakin, son illərdə mal dövriyyəsinin həcminin və onun hər nəfərə düşən məbləğinin artması heç də qanunauyğun amillərin təsiri altında əmələ gəlməmişdir. Bu amillər respublikanın iqtisadiyyatının inkişafında baş verən dəyişikliyə müvafiq olaraq ardıcıl olaraq dəyişmişdir. Belə amillərə pərakəndə satış qiymətlərinin səviyyəsini, ticarət müəssisələrinin xalq istehlakı malları ilə təchiz olunması mənbələrini, əhalinin alıcılıq qabiliyyətini, ticarət müəssisələrinin respublikadan kənar digər müəssisələrlə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrini və s. göstərmək olar. (Məmmədov, 2014)

2. Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin fiziki və hər nəfərə düşən həcminin özündən əvvəlki illərə nisbətən durmadan artması hər şeydən əvvəl respublikanın ictimai-iqtisadi vəziyyətindəki dəyişikliklər ilə müşahidə olunur.Mal dövriyyəsinin strukturu müntəzəm olaraq dəyişilir və keyfiyyətcə yaxşılaşır. Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin strukturu bir sıra amillərdən, o cümlədən istehsalın həcmi və quruluşundan, əhalinin pul gəlirlərinin səviyyəsindən, əhalinin sayından, tərkibindən, iqlim şəraitindən və s. asılıdır.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin strukturu əhalinin iqtisadi vəziyyətini xarakterizə edir. Respublikada mal dövriyyəsinin makrostrukturunu xarakterizə edən cədvələ nəzər salaq. Cədvəldən göründüyü kimi, 2015-2019-ci illərdə ümumi pərakəndə satış mal dövriyyəsinin çox hissəsini ərzaq malları təşkil edir. Müstəqilliyin ilk illərində bu göstərici məcmu satış mal dövriyyəsinin 76%-ni təşkil etmişdirsə, lakin sonrakı dövrlərdə bu rəqəm ildən-ilə azalmağa başlayaraq və 2019-cu ildə 49,7% təşkil edir.

Cədvəl 2. 2015-2019-cu illər üzrə Azərbaycan Respublikasında pərakəndə satış mal dövriyyəsinin makrostrukturu

	2015	2016	2017	2018	2019
Pərakəndə satış mal dövriyyəsi- cəmi	100	100	100	100	100
o cümlədən ;					
a) ərzaq malları	53.4	50.1	50.3	49.9	49.7
b) qeyri ərzaq malları	46.6	49.9	49.7	50.1	50.3

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi , https://www.stat.gov.az/source/trade/

Məsələn, 2015-ci ildə ərzaq malları üzrə pərakəndə satış mal dövriyyəsi ümumi dövriyyənin 53,4%, 2016-cı ildə 50,1%, 2018-ci ildə isə 49,9%.təşkil edir. Başqa sözlə, bu illərdə qeyri-ərzaq mallarının xüsusi çəkisi fasiləsiz olaraq artmağa başlayır. Əhalinin pul gəlirləri artıqca qeyri-ərzaq mallarının dövriyyədə xüsusi çəkisi də artır. Ərzaq mallarının isə xüsusi çəkisi aşağı düşür. Buna baxmayaraq, ərzaq malları üzrə dövriyyənin strukturunda ət, və ət məhsulları, meyvə-tərəvəz və ümumiyyətlə, keyfiyyətli ərzağın xüsusi çəkisi müntəzəm olaraq artır.

3. Şəhərə nisbətən kənd mal dövriyyəsinin daha yüksək sürətlə artması. Bu qanunauyğunluq, əsasən, qeyri-ərzaq mallarına şamil edilir. Çünki, kəndlərdə fermer-kəndli təsərrüfatın genişləndirilməsi natural istehlakı pullu istehlakdan üstələyir. Bununla əlaqədar pul gəlirlərinin çox hissəsi qeyri-ərzaq mallarının satınalınmasına yönəldilir.

4. Mal dövriyyəsinin artım sürəti ölkənin şəhər və rayonları (regionları) üzrə daim dəyişir. Bu qanunauyğunluq məhsuldar qüvvələrin səmərəli yerləşdirilməsi və əhalinin miqrasiyası ilə bağlıdır.

Nəticə

Pərakəndə satış dövriyyəsinin həcmində mütəmadi artımın müşahidə edilməsi müsbət hal olsa da, sözügedən sahədə həllini gözləyən bir çox problemlər vardır:

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata görə, pərakəndə ticarətin həcminin 80 faizi, topdansatışın isə 87 faizi Bakıdnın payına düşür. Sumqayıt, Gəncə və Naxçıvan şəhərlərində bu göstəricilər 1,5 faiz təşkil edir.(ADSK, 2018) Bölgələrdə müxtəlif stimullaşdırıcı kampaniyaların aparılması məsələn, malların qiymətlərinin bayramlar ərəfəsində ucuzlaşdırılması, daha çox mal alan müştəriyə xüsusi mükafatların və hədiyyələrin təqdim edilməsi və başqa bu kimi tədbirlər həm satış mərkəzlərinə yenimüştərilər qazandırar, həm ticarət obyektlərini müflis olmaqdan qurtarar, həm də pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi artırar.

Bölgələrdə , xüsusən də kəndlərdə maddi durumları xeyli aşağı səviyyədə olan aztəminatlı ailələrin, işsiz və yoxsulların sayı xeyli coxdur. Onlar ticarət obyektlərindən yalnız cüzi məbləğdə alış-veriş edə bilirlər. Onlar üçün ticarət mərkəzlərində, müxtəlif endirim kampaniyalarının da keçirilməsi məqsədəuygun sayılardı. Lakin bu cür ticarət müəssisələrnə səlahiyyətli orqanlar tərəfindən vergi güzəştlərinin tətbiqi edilməsi zəruridir(Məmmədov, 2014)

Pərakəndə ticarət müəssisələrində malların keyfiyyətinə olan tələblərinin pozulması ilə əlaqədar yaşanan bir çox problemlər mövcuddur Çox təəssüf ki, son illərdə əksəriyyət satış mərkəzlərində

keyfiyyət amilinə elə də əhəmiyyət verilmir. Bu barədə tam məsuliyyətli tədbirlər görülməsi vacib məsələlərdəndir.

Əhalidə plastik kartların və ölkənin bütün ərazilərində yerləşən satış obyektlərində post-terminalların olmaması da pərakəndə ticarət dövriyyəsinə mənfi təsir göstərir. Belə ki, sözügedən post-terminallardan istifadənin azlığı pərakəndə satış mərkəzlərində qiymət siyasətinin düzgün həyata keçirilməməsinə şərait yaradır. Bu baxımdan dövlət tərəfindən bütün ticarət obyektlərində post-terminalların quraşdırılması, satılan məhsullara və mallara görə çeklərn verilməsinin təmin edilməsi, əhalidə nagdsız ödənişə marağın oyadılması üçün lazımi tədbirlərin həyata keçirilməsi gərəkdir(Cabbarova , 2016)

İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti istehlak bazarında baş verə biləcək sui-istifadə halları və süni qiymət artımının qarşısının alınması üçün nəzarət tədbirləri daha da gücləndirilməlidir. Lakin buna baxmayaraq, ilin bütün fəsillərində satış mərkəzlərində süni qiymət artımlarına rast gəlinir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan iqtisadiyyatı dollardan daimi istifadə edir və bu valyutaya tələbat yüksəkdir. Üstəlik, bəzi ərzaq məhsulları və qeyri-ərzaq malları üzrə daxili istehsalın azlığı, yaxud yox dərəcəsində olması ölkənin idxaldan asılılığını hələ də, qoruyub-saxlamaqdadır. Yerli istehsalı artırmaq yolu ilə idxal olunan malların alıcılıq tələbatını azaltmaq mümkündür . Bu vaxt da məcbur olaraq bizneslə məşğul olan şəxslər qiymətləri aşağı salacaqlar Eyni zamanda Azərbaycana gətirilən məhsulların ucuz qiymətlə satışına nəzarət edilməsi də məqsədəuygundur.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu Bakı şəhəri, 19.09 1995-ci il
2. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi, 22 dekabr 2016,
3. “Logistika və ticarətin inkişfina dair Strateji Yol Xəritəsi, 22 dekabr 2016,
4. ADSK-nin materialları, 2019 www.stat.gov.az
5. E. Məmmədov” Pərakəndə ticarət: mövcud durum, problemlər və perspektivlər AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu“ Elmi əsərlər ” jurnalı №1, 2014, səh142-147
6. İ.Ə.Feyzullabəyli “Ticarət iqtisadiyyatı” (2007), dərslik II hissə, Bakı , “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı səh 175
7. Məmmədov T.C. Ticarətin təşkili və texnologiyası, dərslik Bakı,2010, 408 səh
8. Cabbarova K.S. //Topdan və pərakəndə satış sahələrində innovasiyon fəaliyyətin əsas xüsusiyyətləri// Audit, jurnalı, № 6, 2016
9. И. В. Высочин, Розничный товарооборот пердприятий как индикатор социально-экономического развития страны /“Экономика Украины”. — 2013. — 7 (612)
10. Крюкова О. А. Методика анализа розничного товарооборота хозяйственно-бытовых товаров // Молодой ученый. — 2017. — №43. — С. 158-161

Ölkədə Elektron Ticarətin Hazırki Durumu Və İnkişaf İstiqamətləri

Həsənova Firuzə

fira_ceferova@inbox.ru

Xülasə

Məqalə Azərbaycanda yeni əlverişli iqtisadi mühitdə elektron kommersiya sferasında iqtisadi münasiətlərin mahiyyətindən, ölkədə hazırki durumundan və inkişaf istiqamətlərindən söhbət açılır. Burada qeyd olunur ki, müasir dövrdə iqtisadi inkişaf daha çox innovativ xarakter daşıdığından özəl sektorun inkişafına elektron-kommersiya texnologiyasının tətbiqi və bunun üçün müvafiq infrastrukturun formalaşması iqtisadi səmərəliliyin artmasına əvəzsiz kömək göstərəcəkdir. Bu baxımdan da elektron-kommersiyanın tətbiqi və inkişaf xüsusiyyətlərinin hərtərəfli tədqiqi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Məqalədə göstərilir ki, ölkədə elektron kommersiyanın inkişafı 2005-ci ildə qəbul olunmuş "Elektron ticarət haqqında" Respublika Prezidenti tərəfindən qəbul edilmiş qanun qüvvəyə mindikdən sonra və internet üzərindən ödəmə sisteminin yaranması və inkişaf etməsi ilə daha da sürətlənib. Bununla yanaışı elektron - kommersiyanın inkişafini əngəlləyən müəyyən ləngidici amillər də vardır. Bu amillər məqalədə internetlə, vergi qoyma sistemi ilə və mentalitetlə əlaqələndirilmişdir. Belə ki, ölkədə internet xidmətləri hələ də istənilən keyfiyyətdə deyildir. ADSL istifadəçiləri Azərbaycanda ümumi istifadəçilərin 5 faizini təşkil edir. Məqalədə eyni zamanda Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafını ləngidən amillərdən biri kimi mentalitet məsələsindən də söhbət açılmışdır. Burada qeyd olunur ki, Azərbaycan insanlarında nağdı qoyub, nisyəyə qaçmamaq kimi bir xüsusiyyət var.

Elektron kommersiya texnologiyasının tətbiqi ölkə iqtisadiyyatı üçün geniş imkanlar vəd edir, lakin həmin texnologiyanın yaranacaq yeni şəraitdə daha səmərəli nəticə verməsi üçün müvafiq şərait, qayda, qanun, mexanizm və mühit formalaşdırılmalıdır.

Açar sözlər: e-kommersiya, elektron ticarət, biznes-biznes (B2B) modeli

Giriş

Azərbaycanda yeni əlverişli iqtisadi mühit formalaşmaqdadır. Hazırda iqtisadi inkişaf daha çox innovativ xarakter almaqdadır. Özəl bölmənin xüsusi çəkisi artmaqda davam edir. Sahibkarlığın inkişafına dövlət tərəfindən hər cür kömək göstərilir. Belə şəraitdə, özəl bölmənin inkişafına innovativ element kimi e-kommersiya texnologiyasının tətbiqi və bunun üçün infrastrukturun formalaşması iqtisadi səmərəliliyin artmasına kömək göstərəcəkdir. Ona görə də e-kommersiyanın inkişaf xüsusiyyətlərinin hərtərəfli tədqiqi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bundan başqa hal hazırda bütün dünyada baş verən COVİD 19 pandemiyası, Azərbaycanda da karantin rejiminin tətbiqinə səbəb oldu ki, bu da elektron kommersiyanın inkişaf etdirilməsinin nə qədər önəmli olduğunu deməyə əsas verdi. Ölkədə keçirilən ***"evde qal"*** kompaniyası ilə elektron ticarətə yanaşma, düşünürəm ki, tamamilə yeni məzmun almacaqdır.

Ölkədə biznes sektorunun fəaliyyətinin müasir dövrün tələblərinə uyğun formalaşdırılması, geniş miqyaslı elektron ticarət sisteminin yaradılması, inkişaf etdirilməsi istiqamətində Azərbaycan Respublikası Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi (RİTN) tərəfindən "Elektron Azərbaycan" Dövlət Proqramı çərçivəsində bir sıra tədbirlər həyata keçirilməlidir. Hazırda Azərbaycanda elektron ticarət (e-commerce) sisteminin təşkil olunması məqsədi ilə tövsiyələr paketi hazırlanır. Məlum olduğu kimi, yeni sistemin bərqərar olması üçün respublikada "Elektron ticarət haqqında", "Elektron imza və elektron sənəd haqqında" müvafiq qanunlar qəbul olunmuşdur.

"Elektron ticarət" termini geniş mənada yalnız internet şəbəkəsi vasitəsilə elektron üsulla malların, qeyri-maddi aktivlərin və xidmətlərin mübadiləsi deyil, həm də məhsula və xidmətlərə tələbatın inisiallaşdırılma prosesinin informasiya müşayiəti, sövdələşmənin müqavilə öncəsi hazırlanması, satış və sifarişlərin emalı ilə bağlı inzibati funksiyaların avtomatlaşdırılması, eləcə də malların çatdırılması daxil olmaqla kontagentlərin iqtisadi-təsərrüfat və maliyyə münasibətlərinin bütün formalarının elektron informasiya-hüquqi müşayiətini özündə əks etdirir (Cabbarova, 2017)

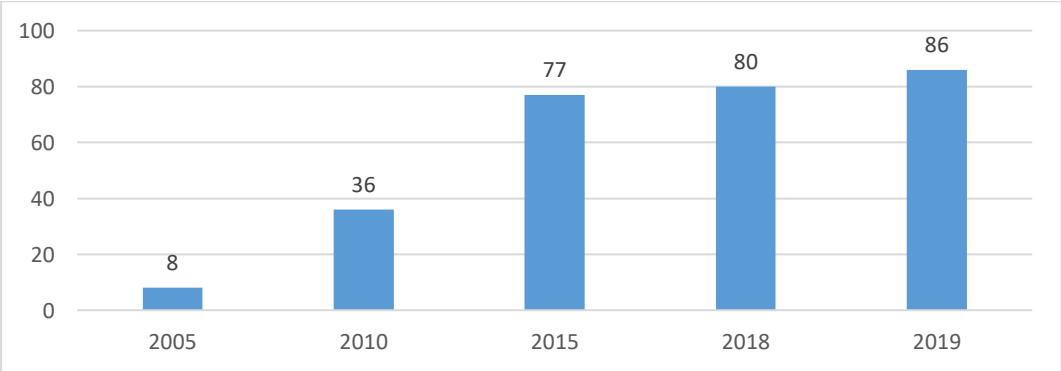
Metod

Məqalənin hazırlanmasında elektron ticarətə aid müxtəlif mütəfəkkirlərin fikirləri ümumiləşdirilmişdir. Bu zaman əsasən empirik tədqiqat metodlarından (müşahidəetmə, müqayisə) və nəzəri tədqiqat metodlarından (abstraktlaşdırma, aksiomatik analiz, sintez, induksiya deduksiya) istifadə edilmişdir. Elektron ticarətin bazar seqmentində müasir vəziyyətinin təhlili aparılımış və qruplaşdırma, statistik təhlil, iqtisadi statistik metodllardan istifadə edilmişdir.

Analiz

Elektron ticarətin formalaşması və inkişafı üçün əsas şərt əhalinin internetlə təminatıdır. 2018-ci ildə Azərbaycanın İKT sektorunda olan inkişaf tempi 21%-ə çatmış və internetdən istifadəyə görə MDB ölkələri arasında liderlərdən birinə çevrilmişdir. Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi ilə Dövlət Neft Fondu birgə "evlərə optika" modeli çərçivəsində həyata keçirilən layihəyə əsasən Azərbaycanın ucqar kəndlərinə kimi, əhalinin əksər hissəsinin 10-100 mb/san sürətli genişzolaqlı internetlə təmin etmişdir.

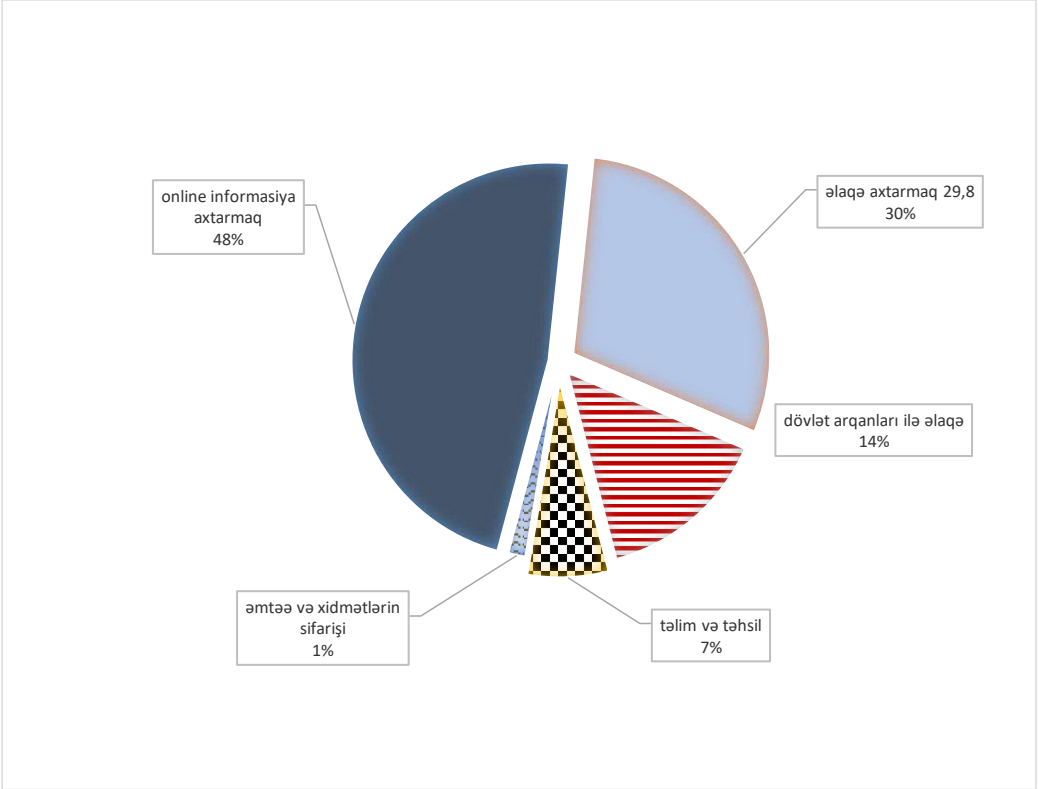
Qrafik 1. Azərbaycanda 2005-2019-cu illər ərzində hər 100 nəfərə düşən internet istifadəçilərinin sayı



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/communication **(20.10.2005)**

Birinci diaqramdan göründüyü kimi, əgər 2005-ci ildə hər 100 nəfərdən 8 –inin internete cıxışı var idisə, 2010-cu ildə bu göstərici 36, 2015-ci ildə 77 və 2019-cu ildə isə 86 nəfərə catmişdır. Əhalinin demək olar ki, 90 fazi internet istifadəçiləridir. Ölkədə informasiya texnologiyalarının inkişafı ilə əhalinin əksər hissəsinin vərdişlərinin də dəyişildiyi müşahidə olunur.

Qrafik 2. 2018-ci ildə ölkədə ınternet istifadəçilərinin internetdən istifadə məqsədinə görə bölgüsü



Mənbə: Azərbaycan dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/communication/. (18.10.2018)

Ikinci diaqramdan göründüyü kimi, 2018-ci ildə internetdən istifadə edənlərin 48 faizi müəyyən zaman daxilində online informasiya axtaranlar təşkil etdiyi halda , 30 faizi əlaqə quranlar, 14faizi dövlət orqanları ilə əlaqə quranlar, 7 faizi təlim və tədris məqsədilə istifadə etmişlər. Bunların yalnız 1.5 faizi əmtəə və xidmətlər sifariş etmişlər. Bununla bərabər online informasiya axtaranların 29.8 faizi online əmtəə və xidmətlər axtaranlar olasalar da, yerdə qalanları müxtəlif oyunlar, şəkillər müsiqi, TV və idmanla maraqlananlar olmuşdur.

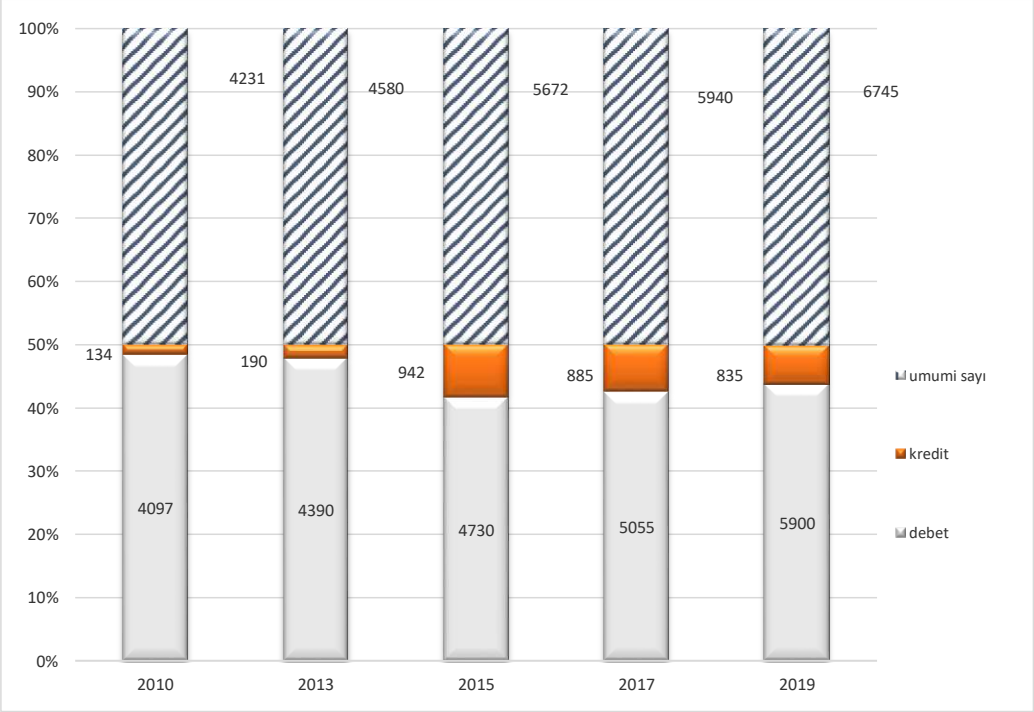
E-ticarətin müasir vəziyyətini təhlilnə iki istiqamətdən dəyərləndirmək olar: istehlakçıların xarici və yaxud yerli e-ticarət portallarından etdiyi alışverişə görə (Əliyev, Abbasova, 2010). Dəyərləndirmə zamanı xarici elektron ticarət resurslarından edilən alış-verişin həcminin dəfələrlə çox oldugu aşkarlanır. Bunun səbəbi mal çeşidinin geniş və qiymətlərin aşağı olmasıdır

Ölkədə electron ticarətin inkişafına təsir göstərən amillərdən biri də təhlükəsizliyi təmin edən ödəniş sisteminin və ödəmə vasitələrinin olmamasıdır. 2008-ci ildə "Golden Pay" sistemi ilə işləyən ilk milli onlayn ödəniş sistemi - "hesab.az" internet ödəmə portalı fəaliyyətə başladı. Bundan sonra "KomtecLtd" şirkəti tərəfindən MilliÖN ticarət nişanı yaradıldı və özünün e-ödəniş xidmətlərini təklif etdi. Hal-hazırda hər iki portal vasitəsi ilə ölkədə müxəlif xidmətlər üzrə ödənişlər həyata keçirmək mümkündür. Bundan əlavə, son dövrlər e-manat və e-pul kimi elektron ödəniş xidmətləri də istehlakçılara təklif edilir (İsmayılzadə,2015 səh 51).
Azərbaycanda onlayn ödəmə sistemlərindən ilkə imza atan təşkilatlar sırasına TQDK-nı, "Bakıelektrikşəbəkəsi"-ni , Azərfonı daxil etmək olar. Bundan sonra isə "topshops.az" və "aromat.az" kimi saytlar da istifadə etməyə başladı. Bugün Azərbaycanın ən böyük və ən etibarlı ödəmə sistemi olan "Goldenpay" 16 kateqoriyada 200-dən çox korporativ müştəriyə xidmət göstərir (http://goldenpay.az/).

Elektronlaşmanın təkminləşdirilməsinin davam etməsi müqabilində həm milli elektron-ticarət sayt-larının inkişafına da strat verilmişdir həm də ölkənin vətəndaşları digər ölkələrin elektron ticarət xidmətindən də yararlanırlar. Ölkə üzrə vahid elektron ödəniş məkanının yaranma zərurətini nəzərə alaraq Kütləvi Ödənişlər üzrə Mərkəzləşdirilmiş İnformasiya Sistemi yaradılmışdır. Bunlarla bahəm, ölkədə milli prosessinq sistemləri olan AzeriCard, "MilliKart" və "KapitalKart" internet vasitəsilə pərakəndə ticarət, kütləvi iaşə və başqa xidmət müəssisələri üçün təhlükəsiz tranzaksiyaları həyata keçirmək məqsədi ilə "3-D Secure" texnologiyaları tətbiq edilir. Hal hazırda "Millikart", "Azericard" və "GoldenPay" üzərindən istənilən VÖEN-i olan fiziki və ya hüquqi şirkət onlayn ödənişləri qəbul edə bilir. Hər üç şirkətin göstərdiyi xidmət, demək olar ki, eynidir, tariflər oxşardır, təhlükəsizlik sistemi də dünya standartlarına cavab verir. Statistikaya əsasən 2019-cu il ilin on ayı ərzində bankların dövriyyədə olan aktiv plastik kartlarının sayı 6 milyon 746 min ədəd təşkil edibdir (Atakişiyev, 2015).

Hazırda Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün ciddi zəmin var . Bu özünü təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi, informasiya texnologiyasi sektorunda tələb-təklifin durmadan artması ilə xarakterizə olunur. Bu sektor öz yüksək potensialını göstərməkdədir. Belə ki, son beş ildə əmtəə dövriyyəsinin 15-25% -ni əhatə etməyə dogru addımlamaqla əhəmiyyətli bazar faktoruna çevrilməkdədir (İsmayılzadə 2017).

Qrafik 3. Ölkə üzrə plastik ödəniş kartlarının sayının dinamikası (min ədəd)



Mənbə : *https://www.cbar.az/page-6/annual-reports*

Azərbaycanın B2B bazarı dünyanın inkişaf etmiş ölkələrindən xeyli geri qalır. Bu geriliyin səbəbləri kimi aşagıdakı amilləri göstərmək olar:

- ✓ iqtisadiyyatın əsasən neftdən asılı olması,
- ✓ iqtisadiyyatın əksər sahələrinin inhisarlaşdırılması,
- ✓ mövcud resurslardan qeyri-səmərəli istifadə olunması,
- ✓ ölkədə "kölgə iqtisadiyyatı"nın mövcudluğu,

- ✓ informasiya texnologiyalarından az istifadə olunması (bəzi regionlarda),
- ✓ elektron ticarətin tənzimləməsinin hüquqi-normativlərinin zəif olması,
- ✓ internetin hədəf kütləsinin məhdudlugu.

Ölkədə inkişaf etmiş İKT-nin tətbiq edilməsi ilə idarə etmə prinsiplərinə yeniliklər gəlmişdir. İqtisadi İnkişaf Nazirliyi tərəfindən kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan yerli sahibkarlara və istehsalçılara dəstək olmaq məqsədi ilə və xidmət sahələrini genişləndirmək üçün bir çox tədbirlər həyata keçirildi. Bunun nəticəsi kimi *"Özəl sektora dəstək proqramı"* çərçivəsində 2010-cu ildə Azərbaycanın ilk elektron portalı olan b2b.az saytı yaradıldı. Saytın yaradılmasında əsas məqsəd yerli , milli sahibkarların, onların istehsal etdiyi məhsulu və ya göstərdikləri xidmətləri təqdim etmək, potensial kontragentləri bir araya gətirmək və iqtisadi münasibətlərini asanlaşdırmaqdan ibarətdir (Suleymanov, Ibrahimova, 2015).

Ölkədə qeyri-neft sektorunun inkişaf tempinin daha da artırılması, İxrac potensialının genişləndirilməsi və rəqabətə davamlılığının artırılması məqsədilə 2017-ci ilin fevralında ölkə başçısı " Rəqəmsal Ticarət Qovşağı kimi Azərbaycanın mövqeyinin gücləndirilməsi və xarici ticarət əməliyyatlarının genişləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" Fərman imzaladı. Bu fərman Azərbaycanın aparıcı mövqeyinin gücləndirilməsi baxımından var olan e-ticarət bazasının beynəlxalq tələblərə uyğun olmasına görə rəqəmsal ticarət qovşağının formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsini nəzərdə tutur (*iqtisadiislahat.org › news ›*

" Rəqəmsal Ticarət Qovşağı kimi Azərbaycanın mövqeyinin gücləndirilməsi və xarici ticarət əməliyyatlarının genişləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" Fərmanda e-kommersiyadan daha rahat və daha əlverişli istifadə məqsədilə müəssisələr üçün bir sıra mühüm addımların atacagını planlaşdırılır. Bu fərmana görə, xarici sahibkarlarla yerli sahibkarlar arasında baglanan sövdələşmələrin və sənəd dövriyyəsinin elektron formada təşkilinə ve imzalanmasına şərait yaradan "Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı" 2017-ci ildə təsis edilmiş www.azexport.az portalında yerləşdiliməsi nəzərdə tutulmuşdur (www.azexport.az)Bu fərman əsasında ölkədə istehsal olununan və ixrac potensiallı bütün məhsulları elektron -ticarət vasitəsi ilə xaricə çıxarılması üçün tələb olunan bütün növ lisenziya və icazələrin "Bir Pəncərə"prinsipi ilə elektron formada əldə olunmasına zəmin yaranmiş olur. Eləcə də bu fərmanın həyata keçirilməsi *azexport.az* portalında onlayn ödənişlər edilməsi və elektron pul kisəsinin yaradılmasına şərait təmin ediləcəkdir.

Hazırda BMT-nin Ticarət və İnkişaf Konfransının (UNCTAD) məlumatlarına əsasən Azərbaycan B2C elektron kommersiya indeksində 144 ölkə arasında 68-ci yerdədir(Rəsmi məlumatlardan göründüyü kimi, Azərbaycanda elektron-ticarət dövriyyəsinin həcmi, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin ümumi həcmində çox cüzidir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə, 2017-ci ildə ölkə üzrə pərakəndə əmtəə dövriyyəsində elektron-ticarət dövriyyəsinin həcmi 25613 min manat təşkil etmişdir Bu rəqəm 2018-ci ildə 46 227 min manat təşkil etmişdir. ümumilikdə ölkə üzrə pərakəndə ticarət şəbəkəsində satılmış istehlak mallarının həcmində (17,6 milyard) 0, % təşkil etmişdir. 2018-cü ilin rəsmi statistikasına əsasən elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 2017-ci ilə nisbətən 1,6 dəfə artaraq 2,6 milyon manat təşkil etmişdir (ADSK, 2018). 2018-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə ölkənin pərakəndə ticarət üzrə əhalinin internet üzərindən və onlayn rejimi vasitəsi ilə sifariş verdikləri istehlak mallarının həcmində 0,13% artım deməkdir. Bununla bərabər, keçən ilin on ayında elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 5 milyon manat təşkil etmişdirki, bu da ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən 2,5 dəfə artım deməkdir. Real vaxt rejimində sifariş verilən istehlak mallarının 91,2

faizi hüquqi şəxslərin, 8,8 faizi fiziki şəxslərin ənənəvi ticarət şəbəkələrinin payına düşür. Elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmində artım tempinin müşahidə edilməsi, eləcə də hüquqi və fiziki şəxslərin bu sahəyə meyllərinin artması gələcəkdə elektron -ticarətin daha da inkişaf edəcəyini düşünməyə əsas verir.

Nəticə və təkliflər

Ölkədə elektron ticarətə maraq olmasına baxmayaraq onun inkişafını ləngidən üç əsas problem mövcuddur. Bunlardan ən önəmlisi, ümumiyyətlə, internetlə bağlı olan problemlərdir.Belə ki, ölkədə hələ də internet xidmətləri keyfiyyətli deyildir. Mövcud olan "dial-up"-la ticarət fəaliyyəti qurmaq qeyri-mümkündür ADSL istifadəçiləri isə Azərbaycanda ümumi istifadəçilərin 5 faizini təşkil edir (Atakişiyev 2015).

İkinci mühüm problem vergilər və rusumlarla bağlıdır. Virtual ticarətlə məşğul olacaq şirkətlər ya az həcmdə vergi ödəməlidir, ya da ilkin dövrlərdə vergidən tamamən azad edilməlidirlər. Əgər real bazarda tətbiq olunan vergilər internet magazalara şamil edilərsəsə, o zaman firmalar virtual satışdan heç bir gəlir əldə edə bilməzlər.

Qarşıda duran üçüncü problem isə mentalitet məsələsidir. İnsanlarda nağdı qoyub, nisyəyə qaçmamaq kimi bir xüsusiyyət var. Bununla belə, normal təhlükəsizlik sistemi qurulsa, virtual ticarətin üstünlükləri real ticarətdən qat-qat cəlbedici ola biləcəyini düşünmək olar (Gündüz, 2015).

Göründüyü kimi Elektron kommersiya texnologiyasının tətbiqi ölkə iqtisadiyyatı üçün geniş imkanlar vəd edir, lakin həmin texnologiyanın yaranacaq yeni şəraitdə daha səmərəli nəticə verməsi üçün müvafiq şərait, qayda, qanun, mexanizm və mühit formalaşdırılmalıdır (Suleymanov 2015). Artıq internet həyatımızın əvəzolunmaz bir hissəsinə çevrilib. Real mühitdə icra etdiyimiz bir sıra məsələləri də virtual məkanda həyata keçirə bilirik.

Ədəbiyyat siyahısı

1. "Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu http://www.eqanun.az/alpidata/framework/data/
2. 2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı
3. Osman Gündüz //Azərbaycanda elektron ticarətin potensialı yüksəkdir "Multimedia" İSTM direktoru, EcoVision jurnalı, №23 52-56
4. Atakişiyev Ruslan - Azərbaycanda biznesin inkişafında elektron ticarətin yeri və rolu, Ecoviziyon həftəlik iş və iqtisadiyyat jurnalı, may 2015 səh 61-64
5. Cabbarova K.S //Firmanın innovasiya fəaliyyətinin elektron kommersıya əsasında inkişafı AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu "Elmi əsərlər" jurnalı №1, 2017 səh 142-147
6. Fərid İsmayılzadə // İnsanları elektron ticarətə hazırlamaq və bazar yaratmaq lazımdır / EcoVision" jurnalı, №23 səh 49-52
7. Əliyev Ə.Q., Abbasova V.Ə., Abedini M.A.// Elektron kommersiya texnologiyalarının həyata keçirilməsinin tənzimlənməsi məsələləri// İnformasiya cəmiyyəti problemləri, jurnalı №1, 2010, səh 41-47 www.jpis.az
8. E. Suleymanov, X. Ibrahimova /Elektron ticarətin Azərbaycanda inkişaf perspektivləri //https://www.researchgate.net/publication/
9. "Elektronik Ticaret İliskilerin Rengini Belirliyor", Information Week, S. 15, 1998.
10. Алиев А.Г. "Проблемы информатизации общества и экономики". Баку, Элм, 2003, 460 стр.
11. https://www.cbar.az/page-6/annual-reports
12. http://goldenpay.az/

13. (*iqtisadiislahat.org › news ›*
14. https://www.stat.gov.az/source/communication/
15. https://www.stat.gov.az/source/communication/
16. (www.azexport.az)

Böhran Zamanı Ictimayyətlə Əlaqələrin Əhəmiyyəti

Xanım Muxtarova

muxtarovaxanim1806@gmail.com

Xülasə

Böhran, bir mexanizmin hazırkı vəziyyətinə və gələcəyinə təsir edən gözlənilməz bir zamanda meydana gələn, əsasən ona qarşı tədbir görülməyə gecikilən mənfi bir vəziyyətdir. Son zamanlarda qloballaşan dünyada davamlı olaraq yerdəyişən insanların düşüncələri və istiklərida davamlı şəkildə dəyişdiyini aydın görə bilirikBu məqalədə böhran zamanı PR xüsusi əhəmiyyətindən bəhs olunur. Böhran gərgin bir vəziyyəti xarakterizə edir bu zaman isə şirkət öz mənafeyin qorumaq və cəmiyyət qarşısında müsbət imic yaratmaqdan ötrü "İctimayyətlə əlaqələr" şirkətlərinə müraciət etməsi zərurət halına çevrilir. Tədqiqat işində böhran zamanı şirkətlərin hansı hərəkətləri etməli olduğu, PR şirkətlərinin böhrana qarşı hazırlaması lazım olan tədbirləri araşdırılmışdır. İlk növbədə nəzəri əsaslara fikir vermək və öyrənmək, ictimayyətlə əlaqələrin nə olduğunu və böhran zamanı hansı strategiyalardan istifadə olunması araşdırılmışdır. Dünya təcrübələrinə nəzər salmaqla və tətbiq etdikləri üsulları tədqiq edilmiş və bununla yanaşı təhlillər aparılmışdır.
İctimayyətlə əlaqələrin şirkətdə olması olduqca vacibdir. Çünki, şirkətin qarşılaşa biləcəyi böhran zamanı hazıqlıq görulməsi, böhranın yaranması halında şirkət adından hərəkət edərək böhrandan ən az zərərlə çıxmaq və ya böhranın təsirlərinin faydalı bir fürsətə çevrilməsi vəböhrandan sonra böhrandan əvvəl olan vəziyyətdən daha yaxşı vəziyyətin hədəflənməsi yalnız ictimayyətlə əlaqələr sayəsində mümkündür.

Bütün bunlarla bərabər ölkənin ictimayyətlə əlaqələr kampaniyalarına nə qədər maraqlı olduğu, əhalinin təşkil olunan bu kompaniyalara nə qədər etibar etməsi mövcud vəziyyətdə medianın burada rolu və dövlətin PR-la bağlı təşkil olunan kompaniyaları dəstəkləməsi də mövzunu daha da əhəmiyyətli edən məsələlərdən bəziləridir.

Açar sözlər : **Böhran, İctimayyətlə əlaqələr, PR.**

Giriş

Müasir dövrdə şirkətlər çox dinamik bir şəraitdə fəaliyyət göstərir. Şirkətlər məqsədlərini həyata keçirmək və uzunömürlü ola bilmək üçün ətraf mühitə uyğun bir şəkildə fəaliyyət göstərmələri lazımdır. Şirkətlər fəaliyyət göstərdikləri sahə və sahib olduqları böyüklük nə olursa olsun böhrana qarşı dayanıqlı deyillər. Bir böhran uzmanı şirkətlərə bu formada müraciət edir. "Əgər böhran başlamayıbsa, böhrandan öncəki zamandasınız, buna görə də təcili olaraq gələcək olan böhran üçün hazırlıqlı olmalısınız" (Fink, 2004). Böhranlar cox yüksək faizlə iqtisadi geriləmə ilə birlikdə, minlərlə şirkətin iflasa uğramasına, ətraf mühitin və gələcəyə yönəlik yeni proyektlərin zərərlə ortaya çıxmasına yol açır.

"İctimayyət" sözü ümumilikdə bütün əhali, varlı-orta təbəqə, qadın-kişi, gənc-yaşlı, təhsilli-təhsilsiz, etnik və dini qruplara aiddir. (Peltekoğlu, 2007). Başqa sözlə, bir coğrafi bölgədə yaşayan bütün insanlar deməkdir. Əgər müraciət olunan bir ölkədirsə, deməli ictimayyət ölkə əhalisinin hamısıdır. Bölgədirsə o bölgədə yaşayan bütün insanlardır. (Küçükkurt, 2009).

İctimaiyyətlə əlaqələr terminini təşkil edən ikinci konsepsiya "əlaqələr" dir. Əlaqə anlayışı ümumiyyətlə aşağıdakı kimi müəyyən edilə bilər. "Ən azı iki tərəfin iştirak etdiyi məqsədyönlü fəaliyyətlərlə qurulmuş və müvəqqəti və ya davamlı olaraq həyata keçirilən, lazım olduqda təkrarla dəstəklənən müxtəlif intensivlik duyğuları, düşüncə, münasibət və inanc daşıyan bağdır ". (Erdoğan, 2006)

İctimayyətlə əlaqələr ölkəmiz üçün hələ çox yeni bir anlayışdır. Ictimayyətlə əlaqələr sosial sferanın maarifləndirilməsi, insanları onların mədəniyyəti ilə dərindən maraqlandıqlarını özündə birləşdirir. Şirkət rəhbərləri problemlərin ortaya çıxmazdan əvvəl hazırlaşmağın daha məqsədəuyğun olduğunu hesab edir. Böhran dövründə isə ictimayyətlə əlaqələr mövzusu daha da aktuallaşır. Yaxşı PR xidməti daim böhran vəziyyətinə hazır olmalı, mümkün qədər onu qabaqlamalıdır. Hər bir böhran gec-tez keçib gedir, lakin həmin vəziyyətdə təşkilatın davranışı, böhran qurtardıqdan sonra ictimaiyyətin ona münasibətini müəyyən edir. (John, 2008).

Böhran bəzən şirkətin həyatı üçün təhlükə yaradır və təşkilatın həatını təhdid edən, bəzən də təcili müdaxilə göstərilməsini tələb edən; təşkilatın böhran proqnozlaşdırılması və qarşısının alınması mexanizmlərinin qeyri- kafi qaldığı gərginlik yaradan vəziyyətdir. Bu tərifə görə böhranın əsas xüsusiyyətləri; böhran vəziyyətinin təxmin edilməməsi, təşkilatın proqnozlaşdırılması və qarşısının alınması planlarının mümkün olmadığı, təşkilatın məqsədi və mövcudluğunu təhdid edilməsi, öhdəsindən gəlmək üçün atılmalı olan addımların qərar vermək üçün lazımı bilgi və vaxtın olmaması gərginlik yaradır. (Can, 2002).

İş sahəsindəki böhran, qarşısının alınması və uyğunlaşma mexanizmlərini qeyri-kafi hala gətirərək, tez bir zamanda cavab verilməsini və idarə edilməsini və mövcud dəyərləri, məqsəd və fərziyyələri təhdid edən gözlənilməz bir gərginlik vəziyyəti kimi ifadə edilir. PR kompaniyaları, bütün şəxslər və ya təşkilatlar üçün həyati əhəmiyyət daşıyır. PR sayəsində şirkətə diqqət artır və cəmiyyətin gözündə müsbət imic və münasibət əlaqələri qurulur. PR kompaniyaları tapşırıq bildirişləri, sosial media məzmunu, veb sayt məzmunu və ənənəvi media kanalları vasitəsilə aparıla bilər. (Arıkan, 2002).

Metod

Bu araşdırmanın metodologiyasının əsası elmi nəzəriyyələrə əsaslanan tələbləri, ictimayyətlə əlaqələr kompaniyalarının insanların həyatında əhəmiyyətini müəyyənləşdirən biliklər sistemidir. Böhran zamanı PR-la bağlı dünya alimlərinin nəzəri fikirləri, metodik vasitələrdən və dünya təcrübələrindən istifadə olunmuşdur. Tədqiqat işində bir neçə metoddan istifadə olunmuşdur. Birincisi təhlil metodudur. Bu metod vasitərilə müxtəlif alimlərin fikirləri təhlil olunmuşdur. İkinci metod isə müqayisəli üsuldur. Bu metoddan istifadə etməklə araşdırılan tədqiqat işləri və ədəbiyyatlar qarşılaşdırılmışdır.

Analiz

Böhranı üç mərhələdə təhlil etmək olar.
1) Böhran baş verməzdən əvvəlki dövr:
İctimaiyyətlə əlaqələr şöbəsinin ən vacib mərhələsidir. Başqa sözlə, onu "strateji planlaşdırma mərhələsi" adlandırmaq olar. Böhrandan əvvəlki dövrdə əsas vəzifə potensial təhdidləri əvvəlcədən müəyyənləşdirmək, şirkətin zəif tərəflərini müəyyənləşdirmək və onların qarşısını almaq üçün mümkün tədbirlərin siyahısını hazırlamaq. Problemə hərtərəfli yanaşmaq çox vacibdir. Böhranın qarşısının alınması strategiyası, şirkətin fəaliyyətini üç kontekstdə: "müştərilər - şirkət - rəqiblər"-i təhlil etmək üçün iş planıdır. Proqram yaradıldıqdan sonra riskləri təhlil edib büdcə hazırlamaq lazımdır. İnkişaf və planlaşdırma uzun zaman apara bilər.
Böhran vəziyyətində səlahiyyətli PR komandasına təcili olaraq ehtiyac duyulur və bu böhranla mübarizə aparmaq və böhranı qurumun xeyrinə istifadə etmək məqsədi daşıyır.
2) Böhran dövrü üçün xarakterikdir:
Böhran baş verən zaman strategiyaya əsasən ediləcək ilk şey iş gününün ilk 8 saatı üçün bir ssenari

hazırlamaqdır. Bundan əlavə, bu ssenari daxil olan mənfi məlumatlara qarşı müsbət fikir formalaşdırmalıdır.

3) Böhrandan sonrakı dövr:

Böhran dövrü çox qısa bir mənfi məlumat dalğası kimidir. Dalğa azaldıqdan sonra mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək lazımdır.

Xarakterikdirki, böhrandan sonra "rezonans boşluğu "hissi yaranır. Sakitləşməmək qısa iclasdan sonra yeni böhranlarla müharibəyə hazırlaşmaq çox vacibdir.

Ümumiyyətlə dünyaya baxdığımızda iqtisadiyyatların bir tərəfdən inkişaf edib böyüməsi, digər tərəfdən ticarət həcmi baxımından əksinə sərt enişlərlə qarşılaşdığını ifadə etmək olar.

Böhran vəziyyətində, ictimai münasibətlər demək olar ki, bütün sahələrdə həyata keçirilir və bu məqsədlə aşağıdakılar istifadə olunur:

- iflas və (ya) istehsalın dayandırılması təhlükəsi;
- istehlakçıların yüksək ödəmələri;
- əhəmiyyətli istehlakçı və ya bazar seqmentinin itməsi;
-əsas təchizatçı ilə problemlər;
-güc strukturlarına dəstək itkisi;
-məxfi məlumatların itirilməsi;
- saxta "əsas" məhsulun ortaya çıxması;
-məhsuldakı ciddi qüsurların müəyyən edilməsi;
-istehsalat qəzaları və s.

Böhran vəziyyətində PR, böhranın qarşısının alınması tədbirlərinin hazırlanmasını, böhranın qarşısının alınması proqramları barədə tam məlumatı özündə birləşdirir. Böhran vəziyyətində planlaşdırılan PR haqqında tam məlumatlı olacaq və problem olduqda əlaqə qurmalı və ya yönəldiləcək bir mütəxəssis seçmək məqsədə uyğundur.

Böhran dövründə şirkətin imicinə ziyan dəyməməsi və şirkətə etimadın azalmaması üçün bəzi tədbirləri görmək və bəzi təhlilləri uğurla başa çatdırmaq lazımdır. Əks təqdirdə iş ictimai olur, dedi-qodu və fərziyyə üçün mənfi təəssüratlar yaranmasının qarşısını almaq çətinləşir. Böhran dövrlərində, ictimai münasibətlərin uğurlu bir şəkildə həyata keçirilmək üçün aşağıdakı tətbiqlərə əhəmiyyət verilməlidir:

1)İctimaiyyətlə əlaqələr strategiyası yaradıldıqda bəzi qaydalara qətiyyətə diqqət yetirmək

Yaradılmış media strategiyası həm yerli, həm də qlobal səviyyədə vacibdir.

Strategiya yaratmaq dörd mərhələdən ibarət olan bir prosesdir (Goodman, 2000)

a) Problemin müəyyənləşdirilməsi,

b) Məqsədlər- aydın şəkildə ifadə olunan hədəflər, buna çatacaq bir proqramın inkişaf etdirilməsi,

c) Planların icrası,

d) Proqramın effektivliyinin qiymətləndirilməsi,

2) Planlaşdırmaya diqqət yetirmək

Böhran dövründə qurumun imicini və nüfuzunu qorumaq vacibdir. Bu baxımdan mümkün olan ən pis ehtimalları və böhran zamanı və sonra nə etməli olduqlarını ictimayyətə necə çatdırılması lazım olduğunu bilmək vacibdir (Erengül, 2000).

3) Doğru insanlardan seçilmiş böhran qrupu yaratmaq

Adətən, ən yaxşı komanda üzvləri böhran idarəçiliyinin hər bir funksiyası ilə məşğul olmaq üçün lazımi bacarıqlara sahib insanlardır. Bir böhran qrupu aşağıdakı insanlardan ibarətdir: (Huff, 2006).

1. Baş menecer / köməkçisi,
2. İctimaiyyətlə əlaqələr üzrə menecer,
3. Əməliyyat / müştəri xidmətləri meneceri,
4. Hüquq məsləhətçiləri,
5. İnsan resursları meneceri,
6. Maliyyə nümayəndəsi,

4) Rabitə kanallarından geniş şəkildə istifadə

Müasir informasiya texnologiyaları yeni bir şirkət rabitəsinin formasını yaradır. Yeni texnologiya rabitə kanalları, şirkətin hədəf auditoriyasına, rabitə metodlarına və s. təsir etməkdədir. Kompüter və internet texnologiyası, şirkətlər və ictimaiyyət, səhmdarlar və media arasındakı güc quruluşu və münasibətləri dəyişdi. İndiki vaxtda media və digər media qurumları, məlumatın mənbədən gələcəyini gözləmir (İhator, 2001).

Ümumi araşdırma aparıldıqda, xüsusən bütün PR şirkətlərinin böhran planına sahib olması, bu plan çərçivəsində ola biləcək mümkün böhranlar üçün ssenarilər hazırlanmalıdır. Bütün PR şirkətləri böhran dövründə mediyaya olan fikirləri, məsuliyyəti götürmək baxımından düşüncələri və ünsiyyət baxımından düşüncələri nəticə olaraq ictimaiyyətlə əlaqələr şirkətlərinə peşəkar bir sahə olaraq fəaliyyət göstərməsi gələcək vəd edir.

Nəticə

Beləliklə ümumi araşdırıldıqda proaktiv bir böhran planında şirkətlər üçün böhran yaradacaq hadisələr, vəziyyətlərlə bağlı böhran planı hazırlamaq, böhranda kimin nə işi görəcəyi bilinməli olan vəzifə bölgüsü, hüquqi nəticələr üçün vəkillərin olması, böhran idarəetməsi qrupu haqqında informasiya ünsürləri proaktiv bir planda xüsusi olaraq qeyd olunur.
Şirkətlərin əksəriyyəti, özləri üçün böhran yarada biləcək hadisə, vəziyyətlər və faktlarla bağlı böhran planı hazırlaması dəyərli bir nəticə olaraq nəzərə alınır. Tədqiqatın əsası araşdırıldıqda bu nəticə PR şirkətləri və PR peşəsinin profsional görünməsi baxımından əsas ünsürdür.

Ümumi olaraq nəzər saldıqda böhran zamanı PR-ın vəzifələrini həll etməsi üçün üç əsas şərt ayırd edildi:
1) Böhran vəziyyətlərində PR-ın uğuru zaman amilindən asılıdır. Bir problem varsa, mümkün qədər tez məlumat verilməlidir. Qərbdə məhdudiyyətlər 3-6 saat ərzində müəyyən edilir, ölkəmizdə bu müddət bir neçə günə qədər dəyişə bilər. Bununla birlikdə, şirkət tərəfindəki məlumat boşluğunun, rəqiblər də daxil olmaqla söz-söhbətlər və spekulyasiyalarla çox tez doldurulduğunu xatırlamaq lazımdır.
2) İctimayyətlə əlaqələr böhran vəziyyətində məlumatların şəffaflığını özündə cəmləşdirir. Media nümayəndələrindən tutmuş, 24 saat ərzində qaynar xətt təşkil edə biləcəyiniz ümumi əhaliyə qədər bütün izləyicilər üçün hərtərəfli cavablar vermək, mətbuat konfransları keçirmək və hətta məlumat istehsalına və digər proseslərə çıxış əldə etmək olduqca vacibdir.
3) Böhran vəziyyətində ictimayyətlə əlaqələr dürüstlüyü ifadə edir. Həqiqətin, etibarlı hadisələrin,

sənədlərin və digər məqamların gizlədilməsi, jurnalistlər və kənar şəxslərin şübhəsiz ki, istifadə edəcəyindən daha çoxu kənara çıxır.

Böhran vəziyyətlərində PR üçün çox vacib şərt yuxarıda göstərilən üç komponentin birləşməsidir. Böhran vəziyyətlərində, ictimai əlaqələr siyasətinin sadəcə media ilə ünsiyyətlə məhdudlaşmadığını başa düşmək, bütün mesajları özlərinə uyğunlaşdırmaq və bütün izləyicilərə diqqət ayırmaq lazımdır. Şirkətin media, istehlakçılar, müştərilər, şirkət işçiləri, dövlət qurumları və investorlarla əməkdaşlığı etibarın qorunmasına və gələcək işlərdə istifadə edilməsinə kömək edəcəkdir.

Beləliklə, qeyd etmək lazımdır ki, böhran dövründə uğur qazanmaq üçün bütün işçilərin hərəkətlərini əlaqələndirmək lazımdır. Fikir ayrılığı və müxtəlif məlumatların verilməsi etimadı sarsıda bilər. Böhran dövründə inamla ünsiyyət qurmaq üçün komanda işi və bütün proseslərin paralel inkişaf etdirmək məqsədə uyğundur.
İctimaiyyətlə əlaqələr problemləri şirkət problemlərinin nəticəsidir. PR-la məşğul olanlar zərərləri minimuma endirməyə çalışan, bütün qarışıqlığı silmək üçün təlimatlandırılan insanlardır. Rəhbərlik PR şöbəsinə işini görməyə icazə verməlidir ki, şirkət ən minimum zərərlə bu vəziyyətdən çıxsın.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Arıkan S. (2002) , Kriz döneminde halkla ilişkilerin başarı şartları, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 20, Sayı 1, s. 59-78
2. Can, Halil. (2002), Organizasyon ve Yönetim, 6. Baskı, Ankara: Siyasal Kitab evi.
3. Erdoğan, İ. (2006), Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Ankara: Erk Yayınları.
4. Erengül, Bilge (2000), Kriz Yönetimi, Executive Excellence, Mart.
5. Fink, S. (2006), Crisis Management: Planning for The İnevitable. New York: American Management Association.
6. Goodman, Michael, B (2000), Corporate Communication: The American Picture, Corporate Communicatios: An International Journal, 5/2, 69-74.
7. Huff, Agnes (2006), Building Your Team For Crisis Communications.
8. Ihator, Augustine.S. (2001), Communication Style in the Information Age, Corporate Communicatios: An International Journal, 6/4, 199-204.
9. John, F.B. . (Çev. Nur Nirven - Ahmet Ünver), (2008), Halkla İlişkilerde Etik İkilemleri. İstanbul: Rota Yayınları.
10. Küçükkurt, M. (2009), Halkla İlişkiler Açısından Halk Kavramı, Kurgu, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi 5, 259-270.
11. Peltekoğlu, F. B. (2007), Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul: Beta Yayınları.

İnvestisiya Mühitinin Səmərəliliyinin Artırılması və Fəallığının Təmin Edilməsinə Strateji Yanaşmaların Əhəmiyyəti

Vüsal Nəzərov

nazarovvusal@gmail.com

Xülasə

Məqalədə investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və fəallığının təmin edilməsinə strateji yanaşmalar tədqiq olunmuşdur. Bu məqsədlə investisiya mühitinin səmərəlilik problemləri və məsələləri təhlil edilmişdir. İnvestisiya mühitinə təsir edən amillə araşdırılmış və qiymətləndirilmişdir. İnvestisiya fəallığının təmin edilməsinin strateji aspektlərinə baxılmışdır. İnvestisiyaların cəlbedilməsi ilə bağlı problemlərin sistemli şəkildə baxılması və həll edilməsinin vacibliyi əsaslandırılmışdır. İnvestisiya mühitinin dünya standartlarına uyğun formalaşdırılması məqsədilə beynəlxalq təcrübənin dərindən öyrənilməsinin əhəmiyyəti açıqlanmışdır. Azərbaycanda investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması və investisiya fəallığının artırılmasının müasir vəziyyəti təhlil olunmuşdur. Ölkəmizdə investisiya mühitinin cəlbediciliyinin yüksəldilməsi üzrə daha təsirli və səmərəli tədbirlərin görülməsinin vacib şərtlər kimi olması bildirilmişdir. Xarici investisiyaların cəlb edilməsi üzrə daha məhsuldar mexanizmlərin hazırlanması və reallaşdırılmasına diqqət yönəldilmişdir. İnvestisiya fəallığına strateji yanaşmaların artırılması vacib hesab olunmuşdur. Yaxın perspektivdə investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və fəallığının təmin edilməsinə strateji yanaşmaların hazırlanması və tətbiqi üzrə tövsiyələr hazırlanmış və təkliflər verilmişdir. Dövlət tərəfindən investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və fəallığının təmin olunması üçün, ilk növbədə qanunvericilik bazası təkmilləşdirlməli və dünya təcrübəsinə uyğun şəkildə ölkə qanunları qəbul olunmalı, investisiyaların qorunması mexanizmlərinin işləkliyi təmin edilməli, investisiyaların hərəkəti və istifadəsi, həmçinin sahibkarlıq fəaliyyətində və biznes-proseslərinin təşkilində şəffaflıq təmin olunmalı, maliyyə- investisiya aspektləri istiqamətində hesabatlılıq prinsipləri dünya standartları səviyyəsində qiymətləndirilməli, maliyyə-investisiya hesabatlarının dürüstlüyü ön plana çəkilməli, investisiyaların fəal şəkildə cəlb edilməsi və ümumilikdə investisiya fəallığının stimullaşdırılması istiqamətində dövlət tərəfindən sistemli tədbirlər hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir.

Açar sözlər: İnvestisiya, Bizness, İqtisadi

Giriş

Maksimum optimal olaraq müəyyənləşdirilməsi dövlətin investisiya siyasətinin əsas fəaliyyət istiqamətlərindən hesab olunur. Müasir dövrdə investisiya mühitinin formalaşdırılması prosesləri mürəkkəbliyi ilə fərqlənir və bu baxımdan investisiya mühitinin daha səmərəli şəkildə təşkili ilə əlaqədar strateji yanaşmaların təmin edilməsi vacib hesab olunur. Bundan əlavə, investisiyalar iqtisadiyyatın sabit inkişafında, onun şaxələndirilməsində, iqtisadi proseslərin səmərəliliyinin artırılmasında, eyni zamanda ölkədə mövcud olan təbii və iqtisadi resurslardan məhsuldar istifadə olunmasında strateji əhəmiyyət daşıyır. Bunlarla yanaşı, investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və investisiya fəallığının təmin edilməsi məqsədilə, ölkədə makroiqtisadi sabitlik bərqərar olmalı və iqtisadiyyatın hərtərəfli inkişafına imkan verən, ölkənin bütün ərazisində daxili və xarici investisiya axınlarının səmərəli hərəkəti mühiti yaradılmalı və bunlarla bağlı bir qrup məsələlərə xüsusi diqqət yetirilməli, investisiyaların hərəkətinə mane olan baryerlər aradan qaldırılmalı və investisiyaların yatırılması təşəbbüsləri kifayət qədər yüksək səviyyədə dəyərləndirilməli və motivasiya edilməlidir.

Ölkədə investisiyaların cəlbi və hərəkətinin strateji aspektlərinin dövlət investisiya siyasətində ciddi şəkildə nəzərə alınması vacib şərtlərdəndir. Bunun üçün ölkədə investisiyalardan səmərəli istifadə edilməsinə müvafiq olaraq şəraitin və infrastrukturun yaradılması təmin olunmalı, sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi məsələlərinə daha strateji yanaşmalar ortaya qoyulmalı, investisiya

mühitinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün zəruri tədbirlər görülməli və bunlarla əlaqədar olaraq çevik vergi siyasəti yürüdülməli, səmərəli fiskal alətlər hazırlanmalı, onların stimullaşdırıcı xüsusiyyətlərinə daha çox önəm verilməli və xarici investorların ölkəyə fəal şəkildə gəlməsi davamlı şəkildə stimullaşdırılmalıdır. Eyni zamanda, investisiya mühitinin formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi problemləri üzrə optimal həlli yollarının müəyyənləşdirilməsi və əsaslandırılması tədbirləri reallaşdırılmalıdır. Müasir iqtisadi və investisiya çağırışları ilə əlaqədar olaraq investisiya mühitinin səmərəliliyinin təmin edilməsi hər bir dövlətin investisiya siyasətinin əsasında yer almalı, investisiya mühitinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün davamlı tədbirlər görülməlidir. Bunlarla yanaşı, əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, ölkədə mövcud olan investisiya mühitinin cəlbediciliyinin təmin edilməsi və xarici investorların ölkəyə gəlməsinin stimullaşdırılması məsələlərinə strateji önəm verilməlidir. İnvestisiya mühitinin mühüm mexanizmlərinin dövrün tələblərinə uyğun şəkildə işlənib hazırlanması, formalaşması və cəlbediciliyinin artırılmasının tənzimlənməsi istiqamətləri üzrə davamlı tədbirlərin görülməsi təmin olunmalıdır. (Ataşov B.X. 2016: s.102).

Beynəlxlaq təcrübədə investisiya mühitinin maksimum cəlbedici olmasında, burada tətbiq olunan mexanizmlərin və alətlərin investorlar tərəfindən maraqla qarşılanmasında investisiya layihələrinin resurs təminatı, yəni xammalla uzunmüddətli dövr üçün təminat problemləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir və investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılmasında bu amillərə strateji yanaşmalar diqqət mərkəzində saxlanılır . Eyni zamanda, ölkənin iqtisadi priroitetləri çərçivəsində investisiya mexanizmlərinin hazırlanması və reallaşdırılmasında ardıcıl tədbirlərin görülməsi, bu işin sistemli formada olması, tətbiq edilən mexanizmlərin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və investisiya fəallığının təmin olunması məsələlərinə də xüsusi önəm verilməlidir. (Afoniyev S.A, 2014: s.251).

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, qrafiki təhlil, statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə, məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.Tətqiqatın obyektini investitisiya prosesi təşkil edir.

Analiz

İnvestisiya mühitinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və fəallığının artırılması problemləri

İnvestisiya mühitinin müasir dövrün tələblərinə uyğun şəkildə formalaşdırılması və onun səmərəliliyinin artırılması məsələləri bir sıra tədbirlərin görülməsini şərtləndirir. Bu sırada əsas diqqət dünya təcrübəsindən yanaşdıqda, qanunvericilik bazasının işlək və səmərəli olması və fəaliyyət mexanzimlərinin məhsuldarlığı ilə bilavasitə bağlı olan məsələlərdir. Digər tərəfdən, investisiya fəallığının artırılması və investisiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məsələlərinə daha çox diqqət yetirilməlidir. Belə ki, investisiyaların formalaşdırılması və fəal şəkildə real iqtisadiyyat sektorlarına yönəldilməsinin dövlət tərəfindən stimullaşdırlması, dövlət dəstəyi mexanizmlərinin hazırlanması və intensiv şəkildə tətbiq edilməsi vacib hesab olunur. Eyni zamanda, vergiqoyma sistemi və fiskal stimullaşdırmanın səviyyəsi investorlar üçün, həmçinin investisiya bazarının bütün iştirakçıları üçün cəlbedici olmalı və investisiyalardan səmərəli istifadəyə imkan verən müvafiq infrastruktur şəbəkəsi formalaşdırılmalıdır . Ölkədə investisiya fəaliyyəti proseslərində kifayət qədər səmərəliliyi ilə fərqlənən mexanizmlərə yer verilməli və investisiya siyasətinin təkmilləşdirilməsi tədbirləri görülməli, maliyyə bazarının dinamikliyi təmin olunmalı, maliyyə-kredit sisteminin

fəaliyyət mexanizmlərinə strateji yanaşmalar ortaya qoyulmalı, bank sisteminin çevikliyi, əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, ölkədəki maliyyə- investisiya infrastrukturunun dünya standartları səviyyəsində formalaşdırılması, investisiya fəaliyyəti iştirakçılarının maraqlarının qorunması, investisiyaların hərəkətini məhdudlaşdıran halların qarşısının alınması tədbirləri xüsusi diqqət mərkəzində saxlanılmalı və investisiya mühitinin cəlbediciliyi maksimum yüksək səviyyədə təmin edilməlidir. Bundan əlavə, investisiya mühitinin vacib elementləri və komponentləri obyektiv olaraq qiymətləndirilməli, bunlarla bağlı fəaliyyət proseslərinin təsiri öyrənilməli, yatırılan investisiyaların iqtisadi artıma və ümumilikdə iqtisadi inkişaf proseselərinə multiplikativ təsiri, yeni iş yerlərinin yaradılmasında əhəmiyyəti dəyərləndirilməlidir. Eyni zamanda, investisiya mühiti özündə sosial, iqtisadi, hüquqi, siyasi, maliyyə və s. amilləri birləşdirir və bu amillər baxımından investisiya mühitinin səmərəlilik problemlərinə strateji yanaşmaların təmin edilməsi ön plana çəkilməlidir.(Əliyev V. N. 2015).

Müxtəlif dünya ölkələrində investisiya mühtinin formalaşması və inkişaf etməsi ilə bağlı bir sıra məqamların araşdırılması, öyrənilməsi və müvafiq nəticələrin çıxarılması investisiya mühitinin səmərəliliyi ilə bağlı problemlərin həllində investisiya fəallığının artırılmasında xüsusi önəm kəsb edir. Bunun üçün, dövlətin investisiya siyasətinin balanslaşdırılması, işlək investisiya fəaliyyəti mexanizmlərinə malik olması təmin edilməli və bunlarla əlaqədar investisiya mühitinin səmərəliliyinə mənfi təsir göstərən amillərin sistemli şəkildə öyrənilərək, onların mənfi təsirinin azaldılması istiqamətində kompleks tədbirlərin reallaşdırılması vacibdir. Bu tədbirlər sırasında investisiya mühitinin formalaşması ilə bağlı tətbiq etdikləri tənzimləmə mexanizmlərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi, beynəlxalq səviyyədə daha çox dəyərləndirilən və qiymətləndirilən investisiya fəaliyyəti mexanizmlərinin ölkəyə transferinə nail olunması və milli iqtisadi inkişaf proseslərinin xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılması, investisiya fəaliyyətinin təşkili üzrə tənzimləyici mexanizmlər və üsullara xüsusi diqqətin yetirilməsi, dövlət tərəfindən investisiya fəaliyyətinin və investisiya proseslərinin tənzimlənməsi, vergi mexanizmlərindən və alətlərindən səmərəli istifadə edilməsi, perspektivli və yüksək potensiala malik müxtəlif milli iqtisadiyyat sahələrinin investisiya fəallığının artırılması və bu sahələrə daxili, həmçinin xarici investisiyaların cəlbinin intensivləşdirilməsi, həmin proseslərin müxtəlif dövlət dəstəyi mexanizmləri vasitəsilə daha çox stimullaşdırılması və motivasiyalaşdırılması, eyni zamanda, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorları üzrə rəqabət qabiliyyətli müəssisələr şəbəkəsinin yaradılması və bunlarla bağlı maliyyə investisiyalarının, həmçinin portfel investisiyaların fəal şəkildə cəlb edilməsi və tənzimlənməsi, investisiya fəaliyyəti üzrə təsərrüfat subyektlərinə sürətləndirilmiş amortizasiyaların müəyyənləşdirilməsi, investisiya layihələrinin hazırlanması proseslərində məsləhətlərin verilməsi, o cümlədən bu mürəkkəb layihələrin elmi-iqtisadi baxımdan əsaslandırılması və ekspertizalardan keçirilməsi, həm də yönəldilən investisiyaların qorunması mexanizmlərinin gücləndirilməsi, investisiya bazarında və investisiya mühitində şəffaflığın, sağlam rəqabət mühitinin təmin edilməsi və s. daha çox fərqlənirlər.(Seyfullayev İ.Z., 2013: s.86).

Dünya ölkələrində investisiya mühitinin formalaşdırılması proseslərinin obyektiv aspektlərindən və başlıca xüsusiyyətlərindən baxdıqda, investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və investisiya fəallığının gücləndirilməsi vacib məsələlər kimi diqqət çəkir. Belə olduğu təqdirdə, investisiyalardan səmərəli istifadə edilməsi iqtisadi inkişaf proseslərinə müsbət təsir göstərməklə bərabər, ölkədə sosial-iqtisadi problemlərin həllinə əsaslı təkan verə bilər, eyni zamanda insan kapitalının inkişaf etdirilməsinin səviyyəsini artırmağa, ölkədə istehsalın və iqtisadi proseslərin dinamik inkişafını

sürətləndirməyə, milli iqtisadiyyatın ayrı- ayrı sahələrinin inkişafının dayanıqlılığını təmin etməyə, güclü infrastruktur və maddi-texniki bazanın yaradılmasına, ölkənin məlum təbii ehtiyatlarından və ümumilikdə, iqtisadi resurslarından səmərəli istifadə olunmasına əlavə stimullar verər. Bundan əlavə, investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılması və investisiya fəallığının gücləndirilməsi ölkədə maliyyə bazarının intensiv inkişafına, maliyyə-kredit və maliyyə-investisiya siyasətinin təkmilləşdirilməsinə, iqtisadi artımın dinamikliyinin təmin edilməsinə, iqtisadi inkişaf hədəflərinin reallaşdırılmasına, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərən təsərrüfat və kommersiya subyektlərinin maliyyə və investisiya resursları ilə təmin edilməsinə əlavə potensial formalaşdırılması mümkün olar. Eyni zamanda, investisiyalardan səmərəli istifadə edilməsi ilə bərabər, investisiya resurslarından səmərəli istifadənin dayanıqlı olmasını təmin edə biləcək mexanizmlərin hazırlanması və tətbiqi vacib hesab olunur. Məsələn, bir çox ölkələrdə investisiya mühitinin səmərəliliyi üçün, daha çox şəffaf və sağlam rəqabət mühiti formalaşdırılır, investisiya fəaliyyəti isə kifayət qədər stimullaşdırılır və mükafatlandırılır . Belə ölkələrdən biri kimi Sinqapuru nümunə göstərmək olar, bu ölkədə investisiyaların cəlbi, formalaşdırılması və onlardan isitfadənin xeyli işlək olan qanunvericilik bazası təmin edilmiş və fəaliyyət mexanizmləri hazırlanmışdır. Ölkə qanunları xarici investorların və investisiya üzrə donor ölkələrin maraqlarını yüksək səviyyədə təmin etməklə yanaşı, həm də kifayət qədər işləkliyi ilə diqqət çəkir. Analoji strateji yanaşmalar Cənubi Koreya üçün də xarakterikdir. Belə ki, Cənubi Koreyada aparılan struktur islahatları nəticəsində uzunmüddətli dövr üçün investisiya mühitinin cəlbediciliyinin artırılması mümkün olmuş və ölkədə investisiya fəallığı ən yüksək səviyyəyə çatdırılmışdır.(Əsgərov R. A., 2 016).

İnvestisiya mühitinin yaxşılaşdırılması ilə əlaqədar olaraq müvafiq şəraitin yaradılması və investisiyaların hərəkətinə mane olan halların aradan qaldırılması uzunmüddətli dövr üçün investisiya potensialının formalaşdırılması tədbirləri görülməlidir. Bundan başqa, investisiya potensialının yeni mənbələrinin formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi üçün mövcud resurslardan – təbii və iqtisadi resurslardan səmərəli istifadə edilməsi infrastrukturu yaradılmalı və fəaliyyət mexanizmləri hazırlanaraq tətbiq olunmalıdır. Eyni zamanda, ölkədə investisiya fəallığının gücləndirilməsi üçün investisiya mühitinin hazırkı mexanizmlərinin səmərəliliyinin obyektiv qiymətləndirilməsi və dövrün tələblərinə uyğun şəkildə təkmilləşdirilməsi vacib məsələlər kimi diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. İqtisadi inkişaf prosesləri iştirakçılarına dövlət dəstəyinin göstərilməsi, bununla əlaqədar zəruri mexanizmlərin hazırlanaraq tətbiq olunması, təsərrüfat və sahibkarlıq subyektlərinin ucuz və uzunmüddətli kredit resurslarına çıxışlarının və əlçatanlığının təmin edilməsi, investisiya layihələrinin kifayət qədər dərindən əsaslandırılması və onların cəlbediciliyinə nail olunması tədbirləri görülməlidir. İnvestisiya fəaliyyəti ilə bağlı məsələlərə strateji yanaşmalar gücləndirilməli və investisiya mühitinin əsas elementləri qlobal investisiya çağırışlarına uyğunlaşdırılmalıdır. Müasir dövrdə investisiya mühiti ölkənin investisiya bazarının cəlbedicilik səviyyəsini və investisiya riskinin əhatəsini özündə əks etdirən vacib komponent kimi dövlətin investisiya siyasətinin aparıcı tərkib hissəsi kimi qiymətləndirilməli və bununla bağlı tələb olunan tədbirlərin sistemli şəkildə reallaşdırılmasına nail olunmalıdır. İnvestisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına olan meyarlar və prinsiplər ölkənin beynəlxalq səviyyədə qarşısına qoyduğu strateji hədəflərlə həmahənglik təşkil etməli və onların reallaşdırılması nəticəsində milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyi gücləndirilməli və uzunmüddətli dövr üçün səmərəli fəaliyyət mexanizmləri tətbiq olunmalıdır.

Azərbaycanda investisiya fəallığının təhlili

Məlum olduğu kimi, ölkə iqtisadiyyatına istiqamətləndirilən bütün investisiyalar 2 mənbədən ola bilər:

daxili və xarici mənbələr. DSK-nın məlumatları əsasında aparılan hesablamalar göstərir ki, 2003-2019-cu illərdə ölkə iqtisadiyyatına ümumilikdə 158.6 milyard AZN məbləğində (təqribən 193.0 milyard ABŞ dolları) investisiya qoyulub ki, bunun da 75.7 milyard AZN-i (90.6 milyard ABŞ doları) yaxud 39.2%-i xarici investisiya, 82.9 milyard AZN-n (102.4 milyard ABŞ dolları) yaxud 60.8%-i isə daxili investisiya olub (müqayisə üçün: 2003- 2019-cu illərdə ümumi investisiyaların məbləği 201.5 milyard manat olub ki, bunun da 51.1%-i xarici, qalan 48.9%-i yerli mənbələrdən olub)24 . 2003-2019-cu illər dövründə (yalnız 2009-cu il istisna olmaqla) ölkə iqtisadiyyatına istiqamətləndirilən həm xarici, həm də daxili investisiyaların məbləği ildən ilə yüksəlib.(https://www.stat .gov.az/source/finance/).

Diaqram 1 Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən xarici (ABŞ dollarında) və daxili (AZNlə) investisiyaların məbləğinin dinamikası

Mənbə: DSK-nın məlumatları (http://www.azstat.org/MESearch/details) əsasında hesablanıb

2017-2019-cu illərdə isə həm xarici, həm də daxili investisiyaların əvvəlki ilə müqayisədə azalması baş verir, amma daxili investisiyaların məbləğinin daha sürətlə azalması müşahidə olunur: 2019-cı ildə daxili investisiyaların məbləği 2016-cı ildəkinin yarısı qədər olub, yəni 2 dəfə azalıb.(https://www.stat.gov.az/source/finance/).

2005-2019-cü illərdə qeyri-neft sahəsində əsas kapitala istiqamətləndirilən investisiyaların məbləği davamlı olaraq yüksəlib: 2003-cü ildə bu sahədə əsas kapitala istiqamətlənmiş investisiyaların məbləği 1.0 milyard AZN olduğu halda, 2013-cü ildə təqribən 12.8 milyard AZN olub, yəni 12 dəfədən çox yüksəlib.

Diaqram 2.Azərbaycanda neft-qaz və qeyri-neft sektorları üzrə əsas kapitala investisiyaların məbləğinin dinamikası, mln. AZN

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	20 11	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Neft sektoru	501,9	686,6	1448,3	2771,1	3708,1	3756,2	3408,5	3529,9	2922,4	2058,3	2958,5	3070,2	3854,5	5094,6	5959,4	7137,1	8648,0
Qeyri-neft sektoru	465,9	484,3	658,6	1015,3	1214,6	2013,7	2826	3941,3	7021,7	5666,6	6947,2	9728,8	11552,8	12756,2	11659,2	8819,9	7124,8

Mənbə: stat.gov.az/source/industry/ (26.03.3019)

Müqayisə üçün: qeyri-neft sahəsində yaradılan illik ÜDM-in nominal miqdarı həmin dövrdə 4.4 milyarddan 30.5 milyard manata artıb, yəni 6.9 dəfə artıb. 2010-2017-cü illər dövründə qeyri-neft sektoruna yönəldilən investisiyaların məbləği neft-qaz sənayesini qabaqlayıb, hətta 2009-2017-ci illər dövründə bu üstələmə 2- 3 dəfə təşkil edib. Son 3 ildə (2017-2019-cu illərdə) qeyri-neft sahəsində əsas kapitala sərmayələrin məbləği ildən-ilə azaldığı halda, neft sahəsinə investisiyalar tədricən yüksəlməkdə davam edir: 2019-cu ildə ölkə iqtisadiyyatında əsas kapitala istiqamətləndirilən bütün investisiyanın 54.8 faizi neft sahəsində həyata keçirilib. Qeyri-neft sahəsinə istiqamətlənsirilən investisiyaların məbləği 2013-cu ildə qeyri-neft ÜDM-nin 36.2%-i, 2013-cü ildə 41.8%-i, 2015-ci ildə isə 25.6%-i qədər olub.(http://www.azstat.org/MESearch/details).

Azərbaycanda investisiya fəallığının təmin edilməsi problemləri və perspektivləri.

Ölkəmizdə investisiya fəallığının təmin edilməsi ilə bağlı real tədbirlər neft strategiyasının həyata keçirilməsi və bunun əsasında müxtəlif iqtisadiyyat sahələrinin modernizasiya edilməsi, onların yenidən qurulması, maddi-texniki bazasının yenilənməsi ilə bilavasitə bağlı olmuşdur. Ölkə Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış İnkişaf Konsepsiyası"nda bir çox prioritet məsələlərlə yanaşı, ölkəmizdə iqtisadi inkişaf proseslərinin və yenidənqurma işlərinin intensivləşdirilməsi üçün sabit maliyyə və investisiya mənbələrinin formalaşdırılması vacib məsələlər kimi qarşıya qoyulmuşdur . Bundan əlavə, hələ ölkəmiz özünün müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra xarici investisiyaların qorunması, investisiya fəaliyyətinin təşkili və investisiya fondlarının yaradılması üzrə qanunvericilk bazası formalaşdırılmış, müvafiq ölkə qanunları qəbul edilmişdir. 15 yanvar 1992-ci il tarixli "Xarici investisiyanın qorunması haqqında" və 13 yanvar 1995-ci il tarixli "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" ölkə qanunları bu qəbildəndir. Bunlarla bərabər, son illərdə milli iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi, yeni iqtisadi hədəflərin qarşıya qoyulması ilə bağlı maliyyə-investisiya amillərinin əhəmiyyəti kifayət qədər yüksəlmişdir. Bu baxımdan, ölkə Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq olunmuş "Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi"ndə investisiyaların fəal şəkildə güclü potensialının formalaşdırılması və onların hərəkəti ilə bağlı işlək mexanizmlərin tətbiq olunması ciddi şəkildə diqqət mərkəzində saxlanılmışdır.

Dünya ölkələrində investisiya mühitinin formalaşması təcrübəsindən bəhrələnməklə, bu istiqamətdə daha təsirli tədbirlərin görülməsi təmin olunmalıdır. İqtisadi inkişaf modelinin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında və ölkənin beynəlxalq aləmdə imicinin yüksəldilməsində investisiyaların rolu strateji əhəmiyyət kəsb edir. İnvestisya axınlarının intensivliyi maliyyə bazarlarına və ölkədəki maliyyə-kredit sisteminə müsbət təsir göstərir, multiplikativ təsir nəticəsində iqtisadi artım və maliyyə mənbələri formalaşır, əlavə dəyərin yaradılmasına daha məhsuldar mənbələr yaranır və bütövlükdə iqtisadiyyatın inklüziv inkişafı əlavə stimul verir. Bu kimi yanaşmaların nəticəsində ölkəmizdə son 10-15 il ərzində iqtisadiyyata yönəldilən investisiyaların həcmi sabit olaraq artım nümayiş etdirimişdir və dünyada baş verən maliyyə problemləri, çətinlikləri müqabilində belə, investisiyaların ümumi həcmində azalmaya yol verilməmişdir.

Nəticə

İnvestisiya mühitinin səmərəliliyinin əhəmiyyətli səviyyədə yüksəldilməsi və ölkədə investisiya fəallığının təmin edilməsi ilə bağlı ardıcıl tədbirlərin görülməsi yaxın perspektivdə strateji hədəflər kimi qarşıya qoyulmuşdur və bunlarla bağlı bir sıra məsələlərin nəzərə alınması, qiymətləndirilməsi vacib şərtlər kimi diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır: milli iqtisadiyyatın strateji iqtisadi inkişaf hədəfləri çərçivəsində hazırda mövcud olan dövlət investisiya siyasətinin təkmilləşdirilməsi və yenilənməsi təmin olunmalıdır; iqtisadiyyatın neftdən asılılığının azaldılması məqsədilə, qeyri-neft sektoru sahələrinin inkişaf etdirilməsində investisiya amilinin strateji əhəmiyyətindən çıxış etməklə, ölkədə müvafiq investisiya mühiti formalaşdırılmalı və buradakı fəaliyyət mexanizmləri dünya təcrübəsinə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməlidir; investisiyalardan istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi, investisiya mühitinin dövrün tələblərinə uyğun şəkildə formalaşdırılması və investisiya resurslarından məhsuldar istifadə olunması ilə bağlı fəaliyyət proseslərinin şəffaflığı və hesabatlılığı təmin edilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Ataşov B.X. (2016). Maliyyə bazarları. Bakı, Kooperasiya nəşriyyatı,1- 456
2. Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış inkişaf konsepsiyası. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli Fərmanı, Bakı, 2012,
3. Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixi Fərmanı, Bakı, 2016.
4. Cahangirov P. H. (2018). Müasir şəraitində qeyri-neft sektorunun investitisiya qoyuluşlarının formalaşdırılması amilləri. Azərb. Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İn-tu. Bakı, 1- 198
5. Əliyev V. N. (2015).İnvestitisiya potensialından istifadənin tənzimlənməsi problemləri" (monoqrafiya) Bakı, "Azərb. Dövlət Neft Akademiyası, 1-211
6. Əsgərov R. A. (2016) . Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşu və onun tənzimlənməsi, Bakı, "Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti" - 203 səh
7. Xarici investisiyanın qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasinin Qanunu. Bakı şəhəri, 15 yanvar 1992-ci il. № 57.
8. İnvestisiya fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasinin Qanunu. Bakı şəhəri, 13 yanvar 1995-ci il. № 952.
9. Seyfullayev İ.Z.(2013). Vergi və investisiya mühiti Bakı, Elm, 1-136
10. Афонцев С.А. (2014). Мировая экономика в поисках новой модели роста // Мировая экономика и международные отношения.. № 2. 547-562
11. Вишняков А. И., (2018). Формирование инвестиционного климата региона // Проблемы экономики и юридической практики, 1-201
12. https://www.stat.gov.az/

Xarici İnvestisiya Qoyuluşlarının Ölkə İqtisadiyyatına Təsiri

Şükran Gülәlizadə

sukran.gulalizade@gmail.com

Xülasə

Hazırda qlobal sferda xarici kapital qoyuluşları uğrunda mübarizə gedir, onların cəlbi yönündə aktivlik daha da möhkəmlənir, hökumətlər bütün mümkün təşviq edici vasitələrdən istifadə etməklə daha effektiv sərmayə şəraiti təklif etməyə və beləliklə də beynəlxalq sərmayə axınlarından daha artıq yararlanmağa çalışırlar. Qlobal kapital bazarında formalaşmış bu tip şiddətli rəqabət mühitində ölkə iqtisadiyyatına, xüsusən də qeyri-neft bölməsinə daha çox sərmayə cəlbinə mühit formalaşdıracaq səmərəli təşviq tədbirlərinin tərtibi və tətbiqi vacib əhəmiyyət daşıyır.

Azərbaycanın hazırda qarşı-qarşıya olduğu təməl problem, 2015-2016 iqtisadi şokunun maliyyə sektorunda yaratdığı çətinlikləri aradan qaldırmaq və milli iqtisadiyyatın gələcəkdə yarana biləcək xarici şoklara qarşı dayanıqlılığını artırmaqdır. Dünya bazarında neftin qiymətinin düşməsi və ardınca gələn devalivasiyalar idxal məhsullarının qiymətini kəskin şəkildə artırmış və manatın etibarlılığının azalması ilə birlikdə investisiya mühiti zərbə almışdı. Belə bir halda isə iqtisadiyyat və ixracatı diversifikasiya etməklə neft və qaz gəlirlərindən asılılıq səviyyəsinin minimala endirilməsinə qısa bir zaman müddətində nail olmaq istəyən ölkə üzrə qeyri-neft sektoru bölmələrinə, xüsusilə də emal sənayesinə birbaşa xarici sərmayə qoyuluşlarının (BXİ) cəlb edilməsi xüsusi önəm kəsb etmişdir. Bu problemlərin həlli və iqtisadi reabilitasiyanın reallaşması üçün isə Azərbaycanın xarici ölkələr və beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığının davamlılığı vacib bir nüansdır. Məhz bu konseptdə xarici investisiya qoyuluşlarının Azərbaycana son dövrlərdəki təsiri və bu zaman dilimində izlənilən siyasət və inkişaf prioritetləri məqalənin əsas mövzusudur.

Açar sözlər:iqtisadi inkişaf, xarici investisiya, xarici ticarət, qeyri-neft sektoru, ÜDM.

Giriş

Ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra təməl xarici iqtisadi prioritetlərdən biri qlobal xarici investisiya qoyuluşlarının intensivləşməsidir. Ölkənin xarici kapital üzrə cəlbedici olması təsadüf deyildir, çünki ölkəmizdə kənar sərmayədarların effektiv fəaliyyəti üçün hər cür mühit, xüsusən təkmil qanunvericilik bazası ərsəyə gətirilib, "açıq qapı" siyasəti prioritet olaraq qəbul edilib. Bundan başqa, son zamanlarda Azərbaycan hökumətiylə xarici ölkələr arası sərmayə təşviqi və qarşılıqlı mühafizəsi ilə əlaqəli xeyli sayda saziş imzalanmışdır.

Xarici investisiyalar Azərbaycana çoxlu uğur gətirə bilər. Neft, qaz və digər təbii sərvətlərin olması baxımından olduqca zəngin olan ölkəmiz üçün qloballaşma prosesində beynəlxalq layihələrdə iştirak etmək, transmilli şirkətlərlə qarşılıqlı əməkdaşlıqlara imza atmaq, ölkəyə kapitalın axınını artırmaq, beynəlxalq turizm sisteminə inteqrasiya olunmaq və ondan istifadə etmək və s. amillər ölkəmizin sosial-iqtisadi inkişafına xeyli şərait yaradır. Azərbaycanın neft-qaz sektorunun böyük karbohidrogen ehtiyatlarının olması həmişə kənar sərmayə üzrə cəlbedici olmuşdur: 2000-18-ci illər periodunda yerli iqtisadiyyata yönəldilən 77.9 mlrd. dollar xarici investisiyanın 85 faizindən artığı (66.9 mlrd. dollar) neft-qaz bölməsinin payına düşüb. Ancaq ölkəmizin qeyri-neft/qaz bölməsi, xüsusən, emal sənayesi müvafiq periodda xarici sərmayədarlarda yetərli dərəcədə maraq oyada bilməyib. Xarici investorların ölkənin neft-qaz sektorunda çox fəal olduqlarını nəzərə alsaq, onların neft və qaz (qeyri-istehsal) sektoruna az maraq göstərmələri düşündürücüdür. Bu sektorlara xarici sərmaye qoyuluşlarının cəlb edilməsinin artımına nail olmaq üçün xarici investorları çəkindirən amillərin aşkara çıxarılması və bunların aradan qaldırılması üçün tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir. Son üç ildə investisiya fəallığını artırmaq üçün hökumət qərarlarının effektivliyi və adekvatlığı öyrəniləcək mövzular arasındadır.

Hazırda respublikada təyin edilən strateji kursun gerçəkləşməsi üzrə dinamik icra mexanizmi ərsəyə gətirilir, dövlət strukturları, habelə, iqtisadi strukturlar arası koordinasiyanın artması yönündə önəmli tədbirlər reallaşdırılır. İqtisadi-siyasi, hüquqi reformların gerçəklədirilməsi, ölkənin iqtisadi qüdrətinin yüksəldilməsi, milli motivlərin qorunması istiqamətində atılan effektiv addımlar sayəsində qlobal maliyyə təşkilatları ilə tərəfdaşlığın müasir keyfiyyət mərhələsinə keçirilməsi təmin olunur.

Metod

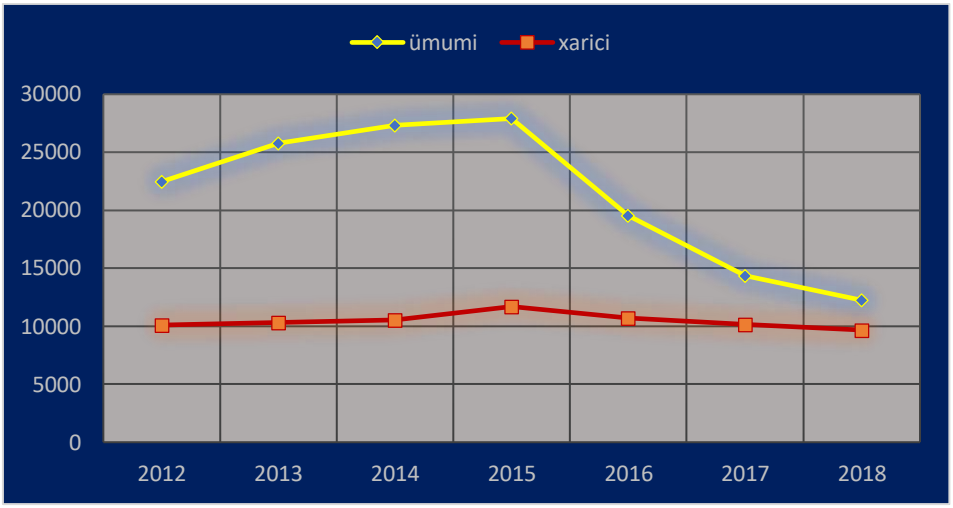
Məqalə yazılarkən internet resursları və ədəbiyyatlar araşdırılmışdır. Məqalədə əsasən internet resurslarından istifadə edilmişdir.Araşdırma zamanı analiz, sinez və məntiqi metodlardan istifadə edilmişdir.İlk öncə analiz metodundan istifadə edilərək, mövzu haqqında ümumi araşdırma etmiş və daha sonra topnana məlumatlar sintez metodu vasitəsilə bir-biri ilə əlaqələndirilmişdir. Məntiqi metod vasitəsilə iqtisadi hadisələrin törəməsi, inkişafı və dəyişməsi təhlil edilmişdir.

Analiz

Azərbaycanın iqtisadiyyatı və milli valyutası neftin qiymətlərindən çox asılı olduğuna görə dünya bazarında neft qiymətlərinin 2014-cü ilin iyul ayından başlamış və 2015-ci ildə 47 %-ə qədər azalması ölkə valyutasının məzənnəsinə təsir etməyə bilməzdi. Ancaq Mərkəzi Bank xarici valyuta ehtiyatlarından istifadə edərək məzənnənin sabit qalmasını təmin edə bilmişdir. Lakin neftin qiymətinin nə zaman stabilləşəcəyi qeyri-müəyyən olduğundan, Mərkəzi Bank bir az da xarici valyuta itkisinə yol vermək istəmədi və devalvasiya baş verdi. Daha sonra itirilmiş valyuta ehtiyatlarının yenidən bərpası üçün bir daha devalvasiya olmuş və nəticədə manatın indiki məzənnəsi (1 ABŞ dolları = 1,7 AZN) formalaşmışdır. Aydın məsələdir ki, devalvasiyanın ən məhsuldar iqtisadiyyatlarda belə qısa müddətli dövrdə iqtisadi çətinliklər yaradacağı gözləniləndir. Azərbaycanda bir çox sahənin idxal məhsullarından asılılığı, yerli bazarın zəif inkişafı, məhsul qablaşdırmalarının yetərsizliyi və devalvasiya nəticəsində ölkədən kapital axını kimi nüanslar ölkə iqtisadiyyatında qısamüddətli də olsa, böhran vəziyyəti yaratmışdır. Bu səbəbdən, dünyada sürətlə baş verən proseslərin oyunçusu kimi Azərbaycana da maliyyə qloballaşması təsirini göstərmişdir.

Ölkədə kapital qoyuluşları getdikcə artmağa başlamış və bu proses iqtisadiyyata pozitiv effekt göstərməyə başlamışdır. Son illərdə Azərbaycan Respublikasına birbaşa xarici investisiya axınları əsasən enerji sektoruna yönəldilmişdir. BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı (UNCTAD) tərəfindən nəşr olunan 2019 Dünya İnvestisiya Hesabatına əsasən, Azərbaycan 2018-ci ildə ümumi investisiya kapitalını əvvəlki illə müqayisədə 36 % artıraraq 2,8 milyard ABŞ dollarına çatdırmışdır. 2017-ci ilin yekunları üzrə birbaşa xarici investisiyanın ümumi həcmi 29,5 milyard ABŞ dolları (ÜDM-in 76,6 %-i) təşkil etmişdir [2]. Azərbaycan hökumətinin əsas prioritetlərindən biri ölkə iqtisadiyyatını şaxələndirmək və xarici investorları, xüsusilə aşağıdakı sahələrdə - kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, turizm və informasiya/kommunikasiya texnologiyalarına cəlb etmək olmasına baxmayaraq, hələ də xarici investisiyanın ən böyük payı neft-qaz sektoruna yönəldilmişdir. (http://interfax.az/view/761598/az)

Qrafik 1. Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyalar (mln. ABŞ dolları)



Mənbə:Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika komitəsi, www.stat.gov.az

Şəkildən göründüyü kimi, 2012-2018-ci illərdə Azərbaycanda qoyulan investisiyaların həcmində azalma müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2012-ci ildə 22.455,2 milyon ABŞ dolları təşkil etmiş ümumi investisiya həcmi, 2014-cü ildə pik həddə çatsa da (27.907,5 milyon ABŞ dolları), 2018-cı ildə 2012-ci il göstəricisi ilə müqayisədə 45,5 % azalaraq 12.243,5 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir(stat.gov.az). Maraqlısı budur ki, ölkəyə qoyulan xarici sərmayə qoyuluşlarında elə də böyük artıb-azalma olmamış, 2012-ci ildə 10.123,0 milyon ABŞ dolları olan xarici investisiyanın həcmi, 2018-ci ildə cüzi azalma göstərərək (0,021 %) 9672,1 milyon ABŞ dolları olmuşdur . Bu təzadlı asılılığın yaranmasının əsas səbəbi Azərbaycanda 2015-ci ildən bəri manatin 2 dəfə devalvasiyası ilə bağlı olaraq yaranmış məzənnə fərqi və xaotik iqtisadi vəziyyətdir. Çünki dollara nəzərən 1,5 dəfə ucuzlaşan Azərbaycan manatı daxili investisiya qoyuluşlarının dollar indeksində azalmış kimi görünməsinə səbəb olmuşdur. Lakin xarici investisiya qoyuluşları xarici valyutalarla aparıldığı üçün həcmində kəskin azalmalar müşahidə edilməmiş, əksinə real qiymət indeksi baxımından dolların manat qarşısında güclənməsi ilə daha çox dəyərli hala gəlmişdir. Əslində manatın devalvasiyası xarici investorları stimullaşdırmalı və xarici investisiya miqdarı əyrisini ümumi investisiya həcmi əyrisinə yaxınlaşdırmalı olsa da, bu proses baş verməmişdir. Əksinə, ümumi investisiya həcmi düşərək xarici investisiya əyrisinə yaxınlaşmışdır (qrafik 1). Hazırda xarici sərmayə qoyuluşları ümumi investisiyaların 70,9 %-ni təşkil edir və bu pozitiv bir göstərici olaraq dəyərləndirilə bilər (https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=3736). Lakin ölkədəki ümumi investisiyanın həcmi azdır və bu artırılmalıdır. Bu isə biznes mühitinin yaxşılaşdırılmasını tələb edir.

Azərbaycana sərmayə qoyuluşları zamanı onların strukturuna nəzər salsaq, neft sektorunun sarsılmaz üstünlüyü müşahidə olunur. Bu isə ölkə iqtisadiyyatının monotonluğu ilə bağlı digər bir göstəricidir. Əslində, iqtisadiyyatın əsasən neft gəlirləri üzərində qurulması təməl problem deyil. Çünki dünya praktikasında heç də diversifikativ iqtisadiyyata malik olmadan iqtisadi artım göstərə bilən ölkələr var. Burada əsas problem neft gəlirlərinin yenidən kapitalizasiyası zamanı yol verilən nöqsanlardır.

Cədvəl 1: Azərbaycan iqtisadiyyatına qoyulan xarici sərmayələrin strukturu (mln. ABŞ dollar)

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Cəmi xarici sərmayə	**10314**	**10541**	**11698**	**10719**	**10161**
Maliyyə kreditləri	3135,6	2655,9	1880,5	2210,1	2297,9

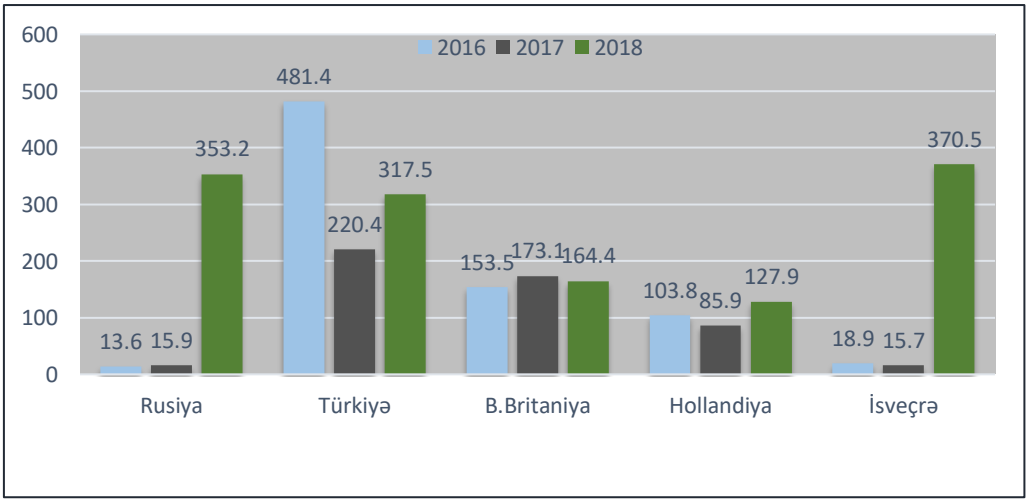
Neft sektoruna	4287,7	4935,3	6730,6	6622,6	5717,5
Birgə və xarici sərmayəli şirkətlər	1094,4	1041,1	1318,4	860,3	1806,3

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

Cədvəl 1-də müşahidə edildiyi kimi, 2017-ci ildə neft sənayesinə 5617,5 milyard ABŞ dolları həcmində xarici sərmayə yatırılmış və həmçinin 2197,9 milyon ABŞ dolları maliyyə kreditləri cəlb olunmuşdur ki, bu da ümumən qeyri-neft sferasında ayrı-ayrı sektorların tərəqqisinə sərf olunmuşdur . Maraqlıdır ki, iqtisadiyyatın hər bir sahəsində inkişaf gedir və xarici kapital qoyuluşlarının da həcmi ildən-ilə dinamik şəkildə artsa da, maliyyə kreditləri artmır. Bunun təməl səbəbi, 1995-1996-cı illər və sonrakı bir neçə il ərzində dövlətin infrastruktur məsələləri ilə əlaqəli, iqtisadiyyatın bir çox prioritet sferaları ilə bağlı vacib və strateji xarakterli layihələri maliyyə ilə təmin etmək imkanının məhdudiyyətli olması səbəbindən, o dövr üzrə beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının kreditləri müstəsna xarakterə malik idi. Hazırda isə ölkəmiz neftdən külli-miqdarda mənfəət qazanır və bu gəlirlər Dövlət Neft Fondunda yığılır. Artıq bir çox strateji xarakterli layihələrin büdcə gəlirləri və Neft Fondu vəsaitlərinin hesabına yerinə yetirilməsi perspektivləri açılmışdır. Dövlət fərqli sahələrdə bu potensialdan istifadə edir. Bu aspektdən də maliyyə təşkilatlarından cəlb edilən kredit yükünün artırılmasına ehtiyac yoxdur. Lakin bununla belə, bu təşkilatlar ölkəmiz üçün strateji xüsusiyyətli tərəfdaş kimi öz əhəmiyyətini qorumaqdadır.

Son illərə kimi Azərbaycana edilən xarici investisiyalar konseptində ən çox paya malik ölkə kimi Türkiyənin adını çəkmək olardı. Azərbaycanda 2.500-ə qədər Türk şirkəti fəaliyyətdədir ki, bu da ölkədəki xarici şirkətlərin 35%-dən artığını təşkil edir . Azərbaycanda reallaşdırılan layihələrin çoxunda Türkiyə şirkətləri podratçı kimi də iştirak edir.

Qrafik 2: Xarici ölkələrin Azərbaycana investisiya qoyuluşları



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika komitəsi, www.stat.gov.az

Şəkildən göründüyü kimi, 2018-ci ildə Rusiya şirkətlərinin ölkənin qeyri-neft sahəsinə sərmayə qoyuluşları 23 dəfə, 363 milyon ABŞ dollarınadək artmışdır. Həmçinin İsveçrə də, Rusiya və Türkiyə ilə birlikdə 2018-ci il Azərbaycanın qeyri-neft sahəsinə sərmayə qoyuluşu reallaşdırmış təməl xarici investorların ilk üçlüyünə daxil olmuşdur . Belə ki, İsveçrə şirkətləri ölkənin qeyri-neft sahəsinə 370,5 milyon ABŞ dolları (23,6 dəfə çox), Türkiyə şirkətləri isə $307,5 mln. (+39,5%) məbləğində investisiya qoyulmuşdur. İsveçrə indiyə kimi Azərbaycana 740 milyon ABŞ dollarına yaxın, Azərbaycan isə İsveçrəyə 1,2 milyard ABŞ dolları investisiya qoyuluşu yerinə yetirmişdir

(stat.gov.az). Eyni zamanda 2018-ci ildə ölkələr arasında ticarət dövriyyəsi 245 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bu da 42 %-dən çox artım mənasına gəlir. 2018-ci ildə Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin İsveçrəyə istiqamətlənmiş ixrac missiyası kontekstində keçirilən görüşlərdə ölkəmizin fındıq məhsullarının İsveçrəyə ixracı ilə bağlı ilkin sazişlər əldə olunmuşdur. Ümumiyyətlə, bu sektorda respublikamızın perspektivi böyükdür və ölkəmiz əhəmiyyətli fındıq ixracatçılarındandır. Ölkənin qeyri-neft bölməsində Türkiyə şirkətlərinin sərmayələri çox vaxt (arada bəzi illər istisna) üstün mövqeyə sahib olmuşdur. Bundan əlavə, Almaniya, ABŞ, Böyük Britaniya, BƏƏ, Fransa, Rusiyadan demək olar ki, hər il ölkənin qeyri-neft bölməsinə müəyyən dərəcədə sərmayələr daxil olub. Lakin son 2-3 il ərzində İsveçrə və Rusiyadan daxil olan sərmayələrin daha dinamik artımı baş tutub. Ölkənin qeyri-neft bölməsinə daxil olan xarici sərmayə həcmində 2015-ci ildəki defsitləşmədən sonra 2016 maliyyə ili üzrə baş tutan kəskin yüksəlmədə Rusiya, İsveçrə və Türkiyədən mədaxil olan vəsaitlər önəmli rol oynamışdır. Beləki, bu il qeyd olunan 1.7 mlrd. dollar BXİ-nın 1.05 mlrd. dolları, və ya 61 %-i həmin 3 ölkənin payına düşməkdədir.

Qeyd edək ki, ölkənin 2019-cu il və gələcək üç il üçün iqtisadi-sosial tərəqqi planı və proqnoz indikatorları da büdcə sistemi barəsində qanunvericiliyin tələblərinə müvafiq olaraq hazırlanmışdır. Bu vaxt dünya iqtisadiyyatının tərəqqi meyilləri və beynəlxalq çağırışlar, ölkə rəhbəri tərəfdən təsdiq olunmuş strateji yol xəritələri, tərəqqi konsepsiyaları, eləcə də dövlət proqramları ilə təyin edilən tədbirlər nəzərə alınmışdır. Misal üçün, ortamüddətli period üzrə dövlətin iqtisadi proqnozlarında mürəkkəb iqtisadi reformların davamı, bank sahəsinin tərəqqisi, makroiqtisadi stabilliyə təsir edən xarici iqtisadi böhranların yaşanmaması şərtləri təməl götürülüb. Elə bu səbəbdən də sonrakı ildə inflyasiyanın 3,7 faiz olacağı, ÜDM-in 3,5 faiz, sonrakı illərdə isə orta hesabla 3,3 faiz artacağı proqnoz edilir.

Növbəti il "Şahdəniz" yatağında neft və qaz hasilatının yüksəlməsi hesabına neft bölməsində 3,2 faiz, növbəti illərdə isə orta hesabla 3,1 faiz artım gözlənilməndir. 2019-cu il üzrə əsas kapitala sərmayə qoyuluşları 17,8 milyard manat, habelə xarici sərmayələrin 7,4 milyard AZN, daxili investisiyaların 10,3milyard AZN təşkil edəcəyi proqnoz edilir. Əsas kapitala sərmayə qoyuluşlarının artması əsas götürülmək ilə 2019-cu il üzrə tikinti sahəsində 2,4 faiz artım gözlənilməndir. (http://xalqqazeti.com/az/news/10623)

Nəticə Və Təkliflər

Xarici investisiya cəlbi üzrə ölkədə vacib şəraitin necə olması aspektindən Dünya Bankına aid "Qlobal sərmayələrin rəqabət qabiliyyətliliyi hesabatı 2018-2019: kənar sərmayə perspektivləri və siyasət nəticələri" araşdırması ilə tanış olmaqda fayda vardır. Dünya Bankı tədqiqatçılarının dünyanın bəzi ölkələrində fəaliyyət göstərən 753 qlobal şirkət rəhbərləri arası keçirilən sorğunun nəticələrinə əsasən birbaşa investisiyalarla əlaqəli qərarlara təsir göstərən faktorlar sırasında ilkin yerlərdə aşağıdakılar dayanır: 1) ölkədə siyasi stabillik və mühafizə (sorğuda çıxış edənlərin yarısı son dərəcə önəmli, 38%-i isə önəmli kimi qeyd edilmişdir); 2) hüquqi və tənzimləyici şərait (müvafiq surətdə 40% və 45%); 3) yerli bazarın həcmi (43% və 39%); 4) makroiqtisadi stabillik və konvertasiya kursu (33% və 44%). Habelə DB-nin "Doing Business" indeksinə əsasən ölkə 2015-ci ildə olan 80-ci pillədən (189 ölkə arası) 2018-ci il üzrə 57-ci pilləyə (190 ölkə arası) yüksələməsi önəmli olsa da, tikintiyə icazə verilməsi (161-ci pillə), elektrik təchizatı kabellərinə qoşulma (103), kreditlərin ayrılması (123) və xarici ticarətin aparılması (84) kimi faktorlar üzrə ölkə mövqeyinin ciddi formada yaxşılaşdırılmasına tələb olduğu görünür. Bununla da, həm aparılan analiz, həm də qlobal reytinqlərdə ölkə mövqeyi təməlində deyə bilərik ki, ölkə qeyri-neft bölməsinə cəlb olunan BXİ-nin çoxaldılması üçün

Azərbaycanda sərmayə şəraitini yaxşılaşdırılması yönündə ciddi islahatlara ehtiyac duyulur. Bu reformlar heç də vergi güzəştləri və subsidiyaların diversifikasiyasına yox, ilk öncə, sərmayədarlar üzrə daha həssas olan məsələləri əhatələməlidir.(https://bakuresearchinstitute.org/az/foreign-direct-investment-in-azerbaijans-economy-current-status-development-trends-and-challenges/)

Belə məsələlər sırasına daxildir:

- sərbəst və ədalətli məhkəmə sistemi təşkili;
- mülkiyyət hüququn qorunması təmin olunması;
- iqtisadi müstəqilliyin genişləndirilməsi;
- xüsusən dövlət idarəetməsində şəffaflıq və hesabatlılığın yüksəldilməsi və korrupsiyanın aradan götürülməsi;
- xarici sərmayə cəlbi üçün hökumətin yekdil siyasətinin tərtibi və qəbulu;
- hüquqi və tənzimləyici şəraitin yaxşılaşdırılması (qanun aliliyinin təminatı, qanun qarşısında hər kəsin ekvivalentliyinin təmini, dövlət orqanlarının davranışlarının öncədən proqnozlaşdırıla bilən olması, sahibkarlıq prosesinin məsrəflərinə və gəlirlərinə təsir edən hökumət qərarlarının ictimai rəysiz qəbul edilməsi təcrübəsindən imtina olunması, belə transformasiyaların qəbulundan ən az 6 ay sonrasında qüvvəyə minməsinin təminatı və sair.);
- "Rəqabət Məcəlləsi"nin, "Xarici sərmayələrin qorunması haqqında" innovativ qanunun qəbul olunması və s.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycanda devalvasiya: səbəb və nəticələr http://www.xalqqazeti.com/az/news/economy/66718
2. Azərbaycanın xarici borc yükü artır (araşdırma) http://banco.az/az/news/azerbaycanin-xarici-borc-yuku-artir-arasdirma
3. 2017-ci ildə Ümumi Daxili Məhsul istehsalı https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=3736
4. Dünya Bankı Azərbaycanda - 25 illik əməkdaşlıq http://www.worldbank.org/en/news/feature/2017/09/18/world-bank-in-azerbaijan-25-years-of-partnership
5. Manatın devalvasiyası arxasında duran səbəblər [Təhlil] https://www.amerikaninsesi.org/a/manart-devalvasiya/3112363.html
6. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin saytı: www.stat.gov.az
7. http://www.worldbank.org/en/country/azerbaijan/overview#3
8. https://data.worldbank.org/country/azerbaijan?view=chart
9. http://interfax.az/view/761598/az
10. https://bakuresearchinstitute.org/az/foreign-direct-investment-in-azerbaijans-economy-current-status-development-trends-and-challenges/
11. http://xalqqazeti.com/az/news/10623

Azərbaycanda Kiçik Müəssisələrin İnvestisiya Təminatının Müasir Problemləri

Fidan Qədirli

fidanqadirli1995@gmail.com

Xülasə

Məqalənin məqsədi kiçik müəssisələrin inkişaf dinamikasının araşdırılaraq, investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin artırılması, eyni zamanda, Azərbaycanda kiçik müəssisələrin investisiya təminatının alternativ mənbələrini təhlil etməkdir. Məqalədə həmçinin investisiya təminatının kiçik müəssisələrə təsirinin sosial və iqtisadi aspektləri araşdırılmışdır. İqtisadi artımda irəliləyişlərin əldə edilməsi, iqtisadi fəallığın artırılması və bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə dayanıqlığının saxlanılması məqsədilə investisiya təminatında alternativ maliyyə mənbələrinin araşdırılması kiçik müəssisələrin inkişafında həlledicidir. Bunu söyləsək yanılmarıq ki, Azərbaycanda kiçik müəssisələr perspektivli sahə olmaqla hələ inkişaf mərhələsindədir. Lakin bu sahənin təkmilləşdirilməsi həm müəssisənin mənfəətlilik qabiliyyətini, həm də ümumi ölkənin iqtisadi potensialını müsbət istiqamətdə inkişaf etdirər. Bu sadalanan səbəblər kiçik müəssisələrdə investisiya axınına təsir edən başlıca amillərdir.

Səmərəli investisiya qoyuluşları istənilən problemin keyfiyyətli həlli üçün əsasdır. İnvestisiya təminatı kiçik müəssisələrin iqtisadi və sosial inkişafının əsas göstəricisidir. Alternativ maliyyə mənbələrinin aşkarlanması iqtisadiyyatın stabil inkişafını təmin edir. İstənilən sahədə, o cümlədən kiçik müəssisələrdə kifayət qədər investisiya təminatı olmadan davamlı və dinamik iqtisadi inkişafa nail olmaq çətin məsələdir. Kiçik sahibkarlıq sahəsinə qoyulan investisiya ölkə iqtisadiyyatının dinamik inkişaf etməsində müstəsna rol oynayır. Dövlətin bu sahəyə göstərdiyi güzəştlərdə danılmaz faktordur. Bu kimi dövlət tədbirləri sahibkarların həvəslənməsinə səbəb olur və səmərəli investisiya mühiti yaradır. Yeni və inkişafda olan sahə olduğuna görə kiçik müəssisələr uzunmüddətli dövr, çox xərc və potensial ixtisaslı kadrlar tələb edir. Ölkəmizdə rifah halının yaxşılaşdırılması, iqtisadi fəallığın artırılması üçün iqtisadiyyatın digər sahələri kimi bu sahənin də investisiya təminatına ehtiyacı vardır. Bu səbəblərdən dolayı, Azərbaycanda kiçik müəssisələrin inkişafı üçün investisiya təminatlılığı amilinin rolu nəzərə alınmalı və bu istiqamətdə sərmayə yönəldilməlidir.

Açar sözlər: Dayanıqlılıq, Rəqabətqabiliyyətlilik, İnvestisiya , Mənfəət

Giriş

Azərbaycanda kiçik müəssisələr üçün investisiya mühitinin inkişaf etdirilməsi və idarəetmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi məsələləri son dövrlərdə olduqca aktualdır. İqtisadi proseslərin hazırkı inkişaf istiqamətlərindən və xüsusiyyətlərindən yanaşsaq, qlobal baxımdan daha çox aktuallığı ilə diqqət çəkən problemlərdən biri də kiçik müəssisələrdə investisiya təminatının artırılması, investisiyaların hərəkəti üzrə daha səmərəli alternativ maliyyə mənbələrinin dövriyyəyə cəlb edilməsi, bu proseslərə mane olan problemlərin aşkarlanması və aradan qaldırılması, ümumilikdə, investisiya mühitinin idarəedilməsi mexanizmlərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi ilə bağlıdır. (http://unec.edu.az/application/uploads/2015/12/aliyev_mehman.pdf, 2015). (29.02.2020)

Dünyada baş verən iqtisadi proseslərdən müvafiq nəticələr çıxarmaqla, hər bir ölkə özünün iqtisadi prioritetlərini dəqiqləşdirərək, balanslaşdırılmış və uzunmüddətli dövr üçün investisiya siyasətinə və investisiya fəaliyyəti mexanizmlərinə malik olmalıdır. Bunlarla bərabər, hər bir dövlət beynəlxalq investisiya əməkdaşlığı proseslərində fəallıq göstərməli, beynəlxalq maliyyə institutları və investisiya fondları, kompaniyaları ilə sıx əlaqələrin yaradılmasına maraq

göstərməlidir. Kiçik müəssisələrin inkişafda olduğu bir dövrdə investisiya təminatlılığı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İqtisadi inkişafla bağlı proseslərin daha səmərəli təşkili bir çox problemlərə kompleks və sistemli baxılmasını tələb edir . Bu proseslərdə, ilk növbədə, investisiya resursları tələb olunur. İntensiv daxil olan investisiya resursları iqtisadi islahatların sürətləndirilməsinə əlavə potensial formalaşdırır, iqtisadi inkişaf proqramlarının maliyyə təminatının gücləndirilməsinə imkan verir. (Gülməmmədov, 2017).

İqtisadiyyat sahələrinin modernləşdirilməsi və məhsuldarlığın artırılması, maksimum rəqabət qabiliyyətli kiçik müəssisələr şəbəkəsinin yaradılması da güclü investisiya axınlarının olduğu şəraitdə mümkündür. Bundan əlavə, dayanıqlı investisiya daxil olmaları milli iqtisadiyyatın sabit inkişafına və onun artım tempinin təmin olunmasına imkan verir. İnvestisiyaların davamlı və intensiv cəlbinin təşkili nəticəsində iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin, o cümlədən, kiçik müəssisələrin inkişaf prioritetlərinin reallaşdırılması üçün əlavə imkanlar formalaşdırılır. (Ataşov, Novruzov, İbrahimov, 2009).

İnvestisiya Təminatı Kiçik Müəssisələrin İnkişafı Kontekstində

Dünyada baş verən iqtisadi və maliyyə çətinlikləri, kapitalın intensiv hərəkətinə mane olan amillər, qlobal iqtisadi təhdidlər və tendensiyalar mövcud investisiya mexanizmlərinin yenilənməsi və təkmilləşdirilməsini tələb edir. Bu kimi problemlər kiçik müəssisələrdən də yan keçməmişdir. Belə ki, uzun illər ərzində eyni metodoloji və praktiki yanaşmalarla həyata keçirilən investisiya siyasəti və investisiya fəaliyyəti artıq özünü doğrultmur. Əksər müəssisələr bu baxımdan ciddi çətinliklərlə üzləşmişdir. İqtisadi inkişaf tempini bərpa etmək və artırmaq üçün yüksək məbləğdə maliyyə və investisiya resursları tələb olunur. Bu baxımdan alternativ investisiya mənbələrinin axtarılması və cəlb edilməsi əksər kiçik müəssisələr üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. (https://525.az/site/?name=xeberprint&kecid=1&news_id=5229). (03.03.2020)

Dövlətin investisiya siyasətinin əsasında iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi və yenidən qurulması, kiçik sahibkarlığın və özəl investisiya yatırımlarının stimullaşdırılması, əlavə iş yerlərinin yaradılması, iqtisadi fəallığın artırılması, sağlam rəqabət mühitinin formalaşdırılması yer almalıdır. Bu sırada mühüm yerlərdən birini investisiyalar tutur. Kiçik müəssisələrdə investisiya siyasətinin adekvatlığı və bu sahədə fəaliyyət mexanizmlərinin səmərəli təşkili iqtisadi proseslərə, o cümlədən müəssisənin mənfəətliliyinin artmasına əlavə stimullar verir. Dövlət müxtəlif maliyyə və iqtisadi mexanizmlər vasitəsi ilə investisiya mühitinin səmərəliliyinin artırılmasını təmin etməli, bu sahədə güclü qanunvericilik bazası formalaşdırmalı, alternativ investisiya mənbələri aşkarlamalı və işlək mexanizmlərin tətbiqinə nail olmalıdır. Təbii ki, kiçik müəssisələrin inkişaf və iqtisadi resurslarından milli iqtisadi maraqlar çərçivəsində istifadə edilməsi üçün xarici investisiyalarla yanaşı, daxili investisiyalardan səmərəli istifadə olunması, işlək və əsaslandırılmış investisiya layihələrinin hazırlanması təmin olunmalıdır. Bu da öz növbəsində Azərbaycanda formalaşmaqda olan kiçik müəssisələrin investisiya mühitini inkişaf etdirəcəkdir. Bu amillər baxımından yanaşdıqda, iqtisadi proseslərdə kiçik müəssisələrin investisiya təminatında rolu və əhəmiyyəti maksimum aktuallığı ilə diqqət çəkir. (Гребенщикова, Ефимова, 2016).

İnvestisiya mühitinin təhlili və alternativ maliyyə mənbələrinin araşdırılması ilə bağlı məsələlərdə regional aspektlər də nəzərdən qaçmamalıdır. Beləki, investisiya cəlbediciliyinin

yüksəldilməsində regional səviyyədə mövcud resurslardan səmərəli istifadənin təşkili və iqtisadi fəallığın yüksək olması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, sahibkarlığın və biznesin fəallığını, səmərəliliyini təmin etmək üçün stimullaşdırıcı mexanizmlərin yaradılmasını da diqqətdə saxlamaq labüddür. Bir sözlə, ölkədəki iqtisadi sistemin bütün tərkib hissələri üzrə investisiya cəlbediciliyinə səy göstərilir və kiçik müəssisələrdə investisiya təminatlılığının formalaşdırılması təmin edilir. (Ковалев, 2018).

Alternativ Maliyyə Mənbələrinin Kiçik Müəssisələrin İnkişafı Üzərindəki Təsirləri

Ölkəyə daxil olan investisiyaların əhəmiyyətli hissəsinin sənaye sektoruna və onun müəssisələrinə yönəldilməsi problemlərinə daha geniş həcmdə yanaşmalar məqsədəuyğundur. Belə ki, bu sahələrə investisiya cəlb etmədən texnologiyalar və innovasiyalar bazarlarının inkişaf etdirilməsi qeyri-mümkündür. Digər tərəfdən, güclü investisiya yatırımları olmadığı təqdirdə, kiçik müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi xeyli çətin görünür. Buna görə də investisiya mühitinin formalaşması və investisiya fəallığının güclənməsi üçün investisiya proseslərinin səmərəliliyi və investisiya təminatlılığı ilə bağlı problemlərin həllinə sistemli yanaşma təmin olunmalıdır. Ölkədə investisiya axınlarının hərəkətinin maksimum səmərəliliyi təmin edilməli, ümumilikdə investisiyaların hərəkətinə mane olan halların aradan qaldırılması tədbirləri sistemli və ardıcıl şəkildə həyata keçirilməlidir.

Son onillikdə Azərbaycanda xarici investisiyaların cəlbi, prioritetliyi strateji səviyyəyə qaldırılmışdır. Düzdür, ölkəmizə yatırılan xarici investisiyaların əsas hissəsi neft və qaz sektoruna yönəldilmişdir. Bu məsələdə xarici investorların maraqları ilə bərabər, ölkəmiz üçün strateji əhəmiyyət kəsb edən milli maraqların qorunması da diqqət mərkəzindədir. Belə ki, ölkəmiz özünün maliyyə resurslarının iqtisadi və təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi, milli iqtisadiyyatın davamlı və dayanıqlı inkişafının təmin olunması, əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması ölkənin inkişaf baxımından kiçik müəssisələrə investisiyaların sabit şəkildə cəlbində kifayət qədər maraqlıdır və bunlarla əlaqədar, onun fəal investisiya siyasəti mövcuddur. Ölkəmizdə kiçik müəssisələrə investisiya axınlarının intensivliyi həm müəsissənin mənfəətlilik qabiliyyətini yüksəldir, həm də maliyyə bazarlarının sabitliyi üçün ciddi önəm kəsb edir. Təsadüfi deyildir ki, ölkə Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanları ilə təsdiq edilmiş“Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” və “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi”-də ölkəmizdə maliyyə bazarlarının sabitliyi, dinamikliyi və maliyyə xidmətlərinin genişləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı məsələləri üzrə strateji hədəfləri qarşıya qoyulmuşdur. Bu baxımdan, ölkəmizdə kiçik müəssisələrin müxtəlif sektorlarının inkişafında yeni mərhələ başlamışdır və strateji hədəflərə çatmaq istiqamətində külli məbləğdə investisiyalara ehtiyac yaranmışdır. Həmin ehtiyacların qarşılanması üçün alternativ maliyyə mənbələrinin araşdırılması və günümüzdə tətbiqi vacibdir. Bunlara misal olaraq biz həm borc vəsaitlərini, həm də cəlb olunmuş vəsaitləri göstərə bilərik. Borc vəsaitləri dedikdə istiqrazların buraxılışı, bank kreditləri, dövlət kreditləri, kommersiya kreditləri, cəlb olunmuş vəsaitlər dedikdə isə səhmlər, qrant və transfertlər nəzərdə tutulur. Lakin bunların fərqi ondan ibarətdir ki, borc vəsaitlərinin cəlb edərkən əsas məbləğlə yanaşı faizlər də kiçik sahibkar üçün öhdəlik yaradır. Bu isə onun gələcək mənfəətlilik qabiliyyətini təhlükə altına qoyur. (AR Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Metod

Məqalədə bir neçə metod: analiz-sintez, induksiya-deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Analiz metodunda kiçik müəssisələrin investisiya təminatlılığı mövzu kimi bir başlıq altında tam olaraq götürülmüş və daha sonra isə alt başlıqlara bölünərək ayrılıqda təhlil olunmuşdur. Sonraki mərhələdə sintez metodu ilə bu alt başlıqlar iqtisadi sistemdə toplanmışdır. İnduksiya metodu ilə məqalədə kiçik sahibkarlıq haqqında iqtisadi faktlar yığılmış, araşdırılmış və sistemləşdirilmişdir. Bundan sonra deduksiya metodu ilə toplanmış informasiyalar əsasında analiz, nəticə, başqa sözlə, praktiki fəaliyyətlərə görə lazımi tövsiyyələr müəyyən olunmuşdur. Materialların qiymətləndirilməsi aparılarkən həmçinin kiçik müəssisələrin alternativ maliyyə mənbələrinin iqtisadi-statistik təhlili, müqayisəli təhlili, ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsullarından da istifadə edilmişdir.

Analiz

Ölkəmizdə kiçik müəssisələrin investisiya fəaliyyəti və investisiya cəlbediciliyi ilə bağlı məsələlərə yenidən baxılmalı, onlar müasir reallıqlar əsasında qiymətləndirilməli, investisiya mühitinin mövcud mexanizmləri dərindən araşdırılmalı və qlobal iqtisadi çağırışların tələbləri səviyyəsində təkmilləşdirilməli, hər bir iqtisadiyyat sahəsinin prioritet fəaliyyət istiqamətləri üzrə mühüm əhəmiyyət kəsb edən investisiya layihələrinin hazırlanması, beynəlxalq investor kompaniyalarla birlikdə ekspertizadan keçirilməsi və bu layihələr üzrə güclü kapitala malik investor kompaniyaların dəvət edilməsi təmin olunmalı, maliyyə bazarlarının inkişaf etdirilməsi, xarici investorların daha fəal şəkildə ölkəmizə gəlməsi, ilk növbədə, real iqtisadi sektorlara, xüsusilə qeyri-neft sektoru sahələrinə investisiyaların yatırılmasına münbit şəraitin yaradılması, investisiya cəlbediciliyinin yüksəldilməsi problemləri həll edilməlidir. Əlavə olaraq dövlət kiçik müəssisələrin inkişafının dəstəklənməsinin və inkişafının infrastrukturunun formalaşdırılmasına, kiçik sahibkarlıq subyektlərinin xarici iqtisadi fəaliyyətinə, o cümlədən xarici tərəf müqabilləri ilə istehsalat, maliyyə-kredit, ticarət, elmi-texniki və informasiya əlaqələrinin inkişafına kömək göstərilməsinə, kiçik müəssisələrin inkişafına dəstək proqramlarının hazırlanmasına və həmin proqramların həyata keçirilməsinin təşkilinə dəstək olmalıdır. (Hüseynov, 2009).

Nəticə

Tədqiqatlar sübut edir ki, investisiya təminatlılığı amili iqtisadiyyatın və onun obyekti olan kiçik müəssisələrin inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müəssisələrin mənfəətlilik qabiliyyəti investisiya təminatlılığı ilə birbaşa asılıdır. İnvestisiya qoyuluşları iqtisadi fəallığı artırmaqla yanaşı, sosial stabilliyi də tənzimləyir. Yaxın gələcəkdə Azərbaycanda kiçik müəssisələrin investisiya təminatlılığı mühitinin yaxşılaşdırılması potensialının artırılması və yeni, daha işlək mexanizmlərin tətbiq edilməsi gözlənilən haldır. Bunlara misal olaraq Bakıda, istərsə də regionlar üzrə bəzi bu sahədə layihələr həyata keçirilmişdir.

Hesab edirik ki, kiçik müəssisələrdə investisiya cəlbediciliyinin yüksəldilməsi və investisiyaların intensivliyinə mane olan problemlər üzrə konseptual yanaşmalar həll olunmalı və investisiya siyasətinin köklü şəkildə təkmilləşdirilməsi məqsədilə tədbirləri görülməlidir. Bunun üçün bir sıra prioritet məqsədlər qarşıya qoyulmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Atakişiyev R. B. (2013), Gənc sahibkarların yaddaş kitabçası, Bakı. "Təkan TGİB", 140 səh.
2. Atakişiyev R. B. (2018), Biznesdə uğura aparan yol "Şərikli biznes", Bakı. İqtisadi Resursların Öyrənilməsi İB.
3. Kazımlı X. H., Quliyev İ. A. (2011), İqtisadi risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi, Bakı. İqtisad Universiteti , 186 səh.
4. Məmmədova E. İ., Novruzov .N. A. (2018), Maliyyə, Bakı. Kooperasiya, 463 səh.
5. Namazova .C. B., Kazımov R. N. (2010), Müəssisənin maliyyə təhlili, Bakı. İqtisad Universiteti, 132 səh.
6. Zeynalov V.Z. (2010), Maliyyə (Suallar və cavablar), Bakı. İqtisad Universiteti. 195 səh.
7. Гребенщикова Е.В., Ефимова О.В. (2016), Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике. М.: Финансы и статистика, 358 стр.
8. Ковалев В.В. (2018), Финансы организаций (предприятий), М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 245 стр.
9. Akgemci T. (2011), KOB-i'lerin Temel Sorunlar ve Sağlanan Destekler, Ankara. "KOSGEB Yay".
10. Uludağ İ., Serin V. (2011), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler - Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler , İstanbul Ticaret Odası, Yayın No. 1, s. 159.
11. Yılmaz B. (2015), Kobi'lerin Finansman Sorunlarına Bir Çözüm Önerisi: "Risk Sermayesi Finansman Modeli", İstanbul. "ASKON", s. 247.
12. www.cbar.gov.az – Azərbaycan Respublikasının Mərkəi Bankının saytı
13. www.stat.gov.az – Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin saytı

Sənayedə Əmək Məhsuldarlığının Artımı Və Ona Təsir Edən Amillər

Gülnarə Məmizadə
memizade.gulnare1997@gmail.com

Xülasə

Məqalədə sənaye müəssisələrində əmək məhsuldarlığının artımı və ona təsiir edən amillər öyrənilmişdir, bununla yanaşı sənayedə əmək məhsuldarlığının mövcud vəziyyəti və məhsuldarlığın artırılması ehtiyatları araşdırılmışdır. Sənayenin inkişaf səviyyəsi istənilən ölkənin stabil iqtisadi inkişafının təmin edilməsinin mühüm amillərindən biridir. Çünki sənaye iqtisadiyyatın mürəkkəb sahəsi kimi, cəmiyyətin müxtəlif tərəflərinin inkişafını tələb edir və bu inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq da onun rəqabət qabiliyyəti formalaşır. Son dövrlərdə ölkədə aparılan genişmiqyaslı köklü islahatlar iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi, sənayenin də dirçəlişinə səbəb olmuşdur. Son illər istehsal sahələrinin inkişaf etdirilməsi, yeni müəssisələrin yaradılması, xüsusən də ölkənin neft-qaz sənayesinin sürətli inkişafı ümumi daxili məhsulun strukturunda sənaye istehsalının payının getdikcə artmasına gətirib çıxarmışdır.

Əmək məhsuldarlığı sosial istehsalın səmərəliliyinin ən vacib göstəricilərindən biridir. Bu göstəricinin istifadəsi həm fərdi bir işçinin, həm də kollektivin əməyinin səmərəliliyini qiymətləndirməyə imkan verir. Əmək məhsuldarlığı canlı əməyin səmərəliliyini xarakterizə edir. Əmək məhsuldarlığının davamlı artması istehsalın genişlənməsi və ümumi daxili məhsulun artmasının əsas mənbəyidir. Ən geniş mənada məhsuldarlıq, insanın mövcud olanı yaxşılaşdırmaq imkanını daim axtarmağa yönəlmiş zehni meylidir. Bir insanın bu gün dünəndən daha yaxşı işləyə biləcəyi və sabahın daha yaxşı olacağı inancına əsaslanır. İqtisadi fəaliyyətin davamlı inkişafını tələb edir. Əmək məhsuldarlığının iqtisadi məzmununu araşdırarkən, məhsul istehsalında xərclənən əməyin istehsal prosesində xərclənən canlı əməkdən və yeni məhsul istehsal etmək üçün əvvəllər yaradılan məhsullarda işlənmiş keçmiş əməkdən ibarət olduğunu nəzərə almaq lazımdır.

Açar sözləri: valuta sistemi, əmək haqqı, əmək məhsuldarlığı, ÜMM, sənaye, bazar iqtisadiyyatı.

Giriş

İqtisadiyyatın sahələrində insanın məqsədyönlü fəaliyyətinin nəticəsi, səmərəsi onun müəyyən vaxt ərzində yaratdığı maddi nemətlərin kəmiyyəti ilə xarakterizə olunur. Başqa sözlə, əməyin səmərəlilik səviyyəsi onun məhsuldarlığı ilə müəyyən olunur.

Əməyin məhsuldarlığı konkret əmək növünün vaxt vahidi ərzində az və ya çox məhsul istehsal etmək qabiliyyəti ilə səciyyələnir. Onun səviyyəsinin yüksəldilməsi vaxt vahidi ərzində istehsal edilən məhsulun kəmiyyətcə çoxaldılması və yaxud məhsul vahidinin istehsalına sərf olunmuş vaxtın miqdarının azaldılması ilə mümkündür.

Əmək məhsuldarlığının artmasının əhəmiyyəti hər şeydən əvvəl onda təzahür edir ki, o, istehsalı genişləndirməyin, ictimai sərvəti artırmağın başhca şərti kimi çıxış edir. Məlumdur ki, istehsalın həcmi ya işləyənlərin sayım çoxaltmaq yolu ilə, ya da mövcud işçilərin əmək məhsuldarlığını yüksəltmək yolu ilə artırıla bilər. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi milli gəlir kütləsinin artırılması və əhalinin maddi rifah halının yaxşılaşdırılmasının başlıca və həlledici amillərindən biri hesab edilir.

Sənayedə Əmək Məhsuldarlığının Artımının Müasir Vəziyyəti

Sənayenin inkişafı, ölkə iqtisadiyyatına mənfi və müsbət təsirləri, illər üzrə göstərilməlidir ki, onun əmək məhsuldarlığına təsirini hiss edə bilək. Bunun üçün ölkəmizdə olan sənaye müəssisələrində əhalinin məşğulluq dərəcəsi və əmək haqqı dərəcələrini aşağıdakı cədvəldə nəzərdən keçirməyimiz məqsədəuyğundur.

Cədvəl 1. Azərbaycanda sənayedə muzdla işləyənlərin orta illik sayı (iqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə), min nəfər

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bütün sənaye	197,2	197,2	187,1	186,1	197,1	210,7
dövlət sektoru	97,9	88,9	84,1	87,6	89,2	98,7
qeyri-dövlət sektoru	99,3	108,3	103	98,5	107,9	112
Mədənçıxarma sənayesi	39,7	36,7	34,9	34,1	33,8	33,9
Xam neft və təbii qaz hasilatı	24,0	23,2	22,4	21,8	21,4	21,2

Metal filizlərinin hasilatı	0,9	0,9	0,9	1,1	1,3	1,3
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	6,3	3,5	3,2	2,4	2,2	2,5
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	8,5	9,1	8,4	8,8	8,9	8,9
Emal sənayesi	101,5	105,2	99,7	95,2	105,2	106,1
Qida məhsullarının istehsalı	18,8	20,6	18,8	18,8	20,8	21,6
İçki istehsalı	5,6	5,8	6,0	6,0	6,5	6,7
Tütün məmulatlarının istehsalı	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,6
Toxuculuq sənayesi	3,8	4,2	3,2	4,4	5,8	7,1
Geyim istehsalı	2,6	2,6	2,4	2,6	2,5	2,6
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	1,2	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Ağac emalı və ağacdan məmulatların istehsalı	1,8	2,0	1,5	1,2	1,1	1,0
Kağız və karton istehsalı	1,3	1,3	1,3	1,1	1,2	1,4
Poliqrafiya fəaliyyəti	2,0	2,0	2,1	1,8	1,7	1,8
Neft məhsullarının istehsalı	5,2	5,0	4,3	4,0	4,0	3,9
Kimya sənayesi	7,5	6,5	6,2	6,0	10,2	7,1
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Rezin və plastik kütlə məmulatların istehsalı	4,4	5,6	5,0	5,5	5,5	5,7
Tikinti materiallarının istehsalı	10,7	13,2	13,1	11,3	12,5	11,9
Metallurgiya sənayesi	6,7	5,0	4,4	3,9	3,6	5,7
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	3,1	4,1	4,0	3,5	4,9	3,4
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	1,7	1,6	1,4	1,5	1,6	1,6
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	5,5	5,7	4,9	3,7	3,9	4,3
Maşın və avadanlıqların istehsalı	4,8	4,3	4,0	3,9	3,8	4,3
Avtomobil və qoşquların istehsalı	0,1	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	2,9	2,4	2,3	2,1	1,9	1,7
Mebellərin istehsalı	4,2	4,4	4,1	4,0	4,1	4,3
Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman mallarının və tibb avadanlıqlarının istehsalı	1,4	0,9	0,8	0,7	0,9	1,0
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	5,5	6,0	7,9	7,3	6,7	6,6
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	30,5	29,5	27	26,7	26,9	26,7
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	25,5	25,8	25,5	30,1	31,2	44,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.

Cədvəldən gördüyümüz kimi, mədənçıxarma sənayesi son illərdə azalmışdır, belə ki, 2013 39,7 olan göstərici, 2018 - ci ildə 33,9 olmuşdur. Ümumilikdə baxdıqda qeyri - dövlət sektoru sənayesi üzrə işləyənlərin sayı, dövlət sektoru sənayesinə görə nisbətdə çoxluq təşkil etmişdir. Xam neft və neft hasilatı üzrə çalışanların sayında da azalma müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2013 - cü ildə 24 min olan göstərici 2014 -cü ildə 23,2 min, 2015 -c i ildə 22,4 min və nəhayət 2018 - ci ildə 21,2 min nəfər olmuşdur. Son illərdə ən böyük artım su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesində nəzərə çarpır. Bu sahə üzrə 45%-ə kimi artım hiss olunur. Belə ki, 2013 - cü ildə 25,5 olan göstərici, 2014-2015 -ci illərdə sabit qalmış, 2016 -cı ildən artmağa başlamışdır. Belə ki, 2016 -cı ildə 30,1 və 2017 -ci ildə yenidən artaraq 31,2 olmuşdur. Bundan sonra 13 min nəfər artaraq 2018 -ci ildə 44,0 min olmuşdur.

Yuxarıdakı cədvəlin Cədvəl 1-də verilənlərin təhlilindən sonra sənaye sektorunda çalışan işçilərin aylıq nominal əmək haqqı miqdarlarına baxmaq da yerinə düşər.

Cədvəl 2. Sənayedə işləyənlərin orta aylıq nominal əmək haqqı (iqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə), manat

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sənaye üzrə, cəmi	630,8	694,8	809,3	927,6	969,2	903,6
Mədənçıxarma sənayesi	1503,2	1741,0	2165,1	2807,2	3071,9	2964,2
Xam neft və təbii qaz hasilatı	1721,9	1930,4	2364,8	3013,9	3420,2	3376,9

Metal filizlərinin hasilatı	756,1	772,7	823,3	955,4	1027,3	1144,9
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	368,8	405,5	342,1	310,8	341,0	378,6
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	1576,6	1868,3	2442,1	3156,3	3203,8	2964,2
Emal sənayesi	421,8	473,4	514,5	542,9	554,0	554,1
Qida məhsullarının istehsalı	280,0	337,2	352,6	371,6	332,8	334,9
İçki istehsalı	369,0	471,5	489,1	494,8	521,3	576,1
Tütün məmulatlarının istehsalı	318,6	361,5	382,8	416,8	561,4	673,1
Toxuculuq sənayesi	254,6	271,8	275,0	299,4	360,8	368,0
Geyim istehsalı	339,6	382,2	398,0	405,2	386,5	386,3
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	463,3	459,4	502,0	520,1	510,2	404,3
Ağac emalı və ağacdan məmulatların istehsalı	436,2	467,5	500,6	528,6	506,3	371,8
Kağız və karton istehsalı	448,2	511,9	525,0	528,3	505,8	380,9
Poliqrafiya fəaliyyəti	300,2	392,7	412,6	414,6	409,8	377,5
Neft məhsullarının istehsalı	736,1	773,0	828,8	890,7	988,0	1108,5
Kimya sənayesi	460,4	489,1	640,4	718,8	789,2	848,7
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	362	414,2	415,5	577,9	725,7	739,0
Rezin və plastik kütlə məmulatların istehsalı	378,8	420,2	446,5	472,0	458,7	400,7
Tikinti materiallarının istehsalı	525,1	563,8	574,6	592,1	561,8	589,8
Metallurgiya sənayesi	602,4	610,3	610,6	610,6	791,3	797,7
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	400,6	468,9	554,6	572,2	553,9	462,5
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	358,9	385,5	423,6	487,6	493,4	504,5
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	476,1	581,2	586,0	586,8	586,5	591,0
Maşın və avadanlıqların istehsalı	345,7	366,8	367,3	373,5	403,0	412,2
Avtomobil və qoşquların istehsalı	234,4	287,0	403,1	439,9	478,5	502,4
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	380,2	455,8	455,9	455,8	455,9	492,1
Mebellərin istehsalı	312,5	326,5	340,5	348,4	331,8	265,1
Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman mallarının və tibb avadanlıqlarının istehsalı	225,6	231,1	360,1	407,9	360,6	398,1
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	630,5	751,5	895,0	1042,0	1244,7	1217,5
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	466,8	488,9	512,8	504,7	547,8	583,3
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	324,9	331,5	333,1	321,4	324,6	304,6

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.

Cədvəldən gördüyümüz kimi, mədənçıxarma sənayesində işçilərin sayı azalsa da orta əmək haqqı artmışdır. Belə ki, 2013 - cü ildə 1503,2 manat olduğu halda, 2014 - cü ildə 1741,0 - a çatmış, 2014 - cü ildə 2165,1 olmuşdur. Bundan sonra artmağa davam etmiş və 2016 - cı ildə, 2807,2, 2017 - ci ildə 3071,9 olmuşdur. Lakin 2018 - ci ildə ötən ilə nisbətdə azalma müşahidə olunmuşdur, belə ki, göstərici təxminən 10%-ı kimi azalaraq 2964,2 manat olmuşdur. Həmçinin, 2013 - cü ildə xam neft və qaz hasilatı 1721,9 manat olduğu halda, 2014 - cü ildə, 1930,4, 2015 - ci ildə 2364,8 olmuşdur. 2016 və 2017 - ci illərdə də artım davam edərək uyğun olaraq 3013,9 və 3420,2 olmuşdur. 2018 - ci ildə isə hasilat yenidən 9%-ə kimi azalaraq 3376,9 manat olmuşdur. Bundan başqa emal sənayesində də orta aylıq əmək haqqı artmışdır. Belə ki, 2013 - ci ildə 421,8 manat olduğu halda, 2018 - ci ildə 554,1 manat olmuşdur. 2.1-ci cədvəldə nəzər saldığımız, son illərdə işçi sayının artdığını qeyd etdiyimiz, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesində isə orta aylıq əmək haqqının azaldığını görə bilirik. Belə ki, 2013-cü ildə 324,9 olan göstərici, 2018 -ci ildə 304,6 manat olmuşdur (https://www.stat.gov.az/source/industry/).

Sənaye Müəssisələrində Əmək Məhsuldarlığına Təsir Edən Amillərin Təsnifatlaşdırılması Formaları

Əmək məhsuldarlığı iqtisadi artımın göstəricisidir, yəni real məhsul və gəlir artımını təmin edən bir göstəricidir. Adambaşına düşən sosial məhsulun artması yaşayış səviyyəsinin artması deməkdir.

Həqiqi ÜMM artımı iki yolla həyata keçirilə bilər:

1. İstehsala daha çox resurs cəlb etməklə;
2. Onlardan daha məhsuldar istifadə etməklə.

Ölkəmizdə son illərdə fəaliyyət göstəricisi rəsmi statistikadan yox oldu, təşkilatlardan başlayaraq bütün idarəetmə səviyyələrində məhsuldarlıq inkişafının planlaşdırılması işləri dayandırıldı və bu sahədəki ən yaxşı təcrübələr təbliğ olunmadı.

Satış və mənfəəti artırmaq üçün xərcləri və qiymətləri azaltmaq lazımdır ki, bu da texniki və iqtisadi norma və standartlara əsaslanan ciddi daxili istehsal planlaşdırması deməkdir (iş növünə, əmək dəyəri, xammal, materiallar və yanacaq-enerji ehtiyatlarına, istehsal güclərindən və konkret kapitaldan istifadə etməklə) investisiyalar. Bundan əlavə, bütün əsas təşkilati elementlər - məşğulluq, texnologiya və avadanlıqlar, məhsul və bazarda əmək məhsuldarlığının ən vacib komponentləri olan fəaliyyətlərin miqyasının və intensivliyinin planlaşdırılması və əlaqələndirilməsi tələb olunur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əmək haqqı işçinin fiziki maddi və mənəvi ehtiyaclarını ödəyən əməyin bərpasını təmin edən əmtəə və xidmətlərin dəyərinə uyğun əməyin qiymətidir.

Əməyin qiymətinin aşağı düşməsi - maddi istehsal işçilərinin, xüsusən dövlət müəssisələrinin real əmək haqları əmək məhsuldarlığının artmasına əhəmiyyətli dərəcədə mane olur.

Rusiyada əmək haqqı Avropadakından dəfələrlə aşağıdır və bir çox məhsulların qiyməti dünya səviyyəsinə çatdı. Bütün bunlar istehsalın pozulmasına, həcminin daha da azalmasına və məhsulların keyfiyyətinin pisləşməsinə səbəb olur (Кравченко , 2010: 49).

Hər hansı bir sistemdə əmək məhsuldarlığının artması müxtəlif amillərin təsiri altında müxtəlif yollarla baş verə bilər. Aşağıdakı hallardan biri müşahidə olunarsa, arta bilər.

- istehsalın həcmi artır və xərclər azalır;
- istehsalın həcmi xərclərdən daha sürətli böyüyür;
- xərclər azaldıqca istehsalın həcmi dəyişməz qalır (məsələn, xərcləri azaltmaq üçün proqramların icrası nəticəsində);
- istehsalın həcmi daimi xərclərlə artır;
- məhsul xərclərdən daha yavaş bir sürətlə azalır.

Əmək məhsuldarlığının artımı məhdud ola bilməz. Əmək məhsuldarlığının artmasının iqtisadi cəhətdən məqbul hədləri istehlak dəyərlərinin kütləsinin artması və məhsulların keyfiyyətinin artması şərti ilə şərtlənir. İşçilərin sayını azaltmaqla əmək məhsuldarlığının hədsiz dərəcədə artması arzusu məhsulların həcminin və keyfiyyətinin azalmasına səbəb ola bilər.

İşçilərin tələbatını ödəməyin əsas mənbəyi əmək haqqıdır, insanların istehsalda iştirakına kömək edir və istehsalın davamlı artımının maddi stimullaşdırılmasının, səmərəliliyinin artırılmasının ən vacib vasitəsinə çevrilir.

Məvacibların təşkili üçün bir sıra prinsiplər mövcuddur. Bu prinsiplərə aşağıdakılar daxildir:

Kəmiyyətinə və keyfiyyətinə görə mükafatlandırma prinsipi. Bu o deməkdir ki. İşçilərin əmək haqqının yalnız vaxtı, çıxışı və digər kəmiyyət xüsusiyyətləri ilə deyil, həm də mürəkkəbliyi, şiddəti, məsuliyyəti də nəzərə alınmalıdır. keyfiyyət xüsusiyyətləri.

Bu prinsipə əməl olunması işçilərin istehsalın artmasına maddi marağı yaradır, yəni. əməyinin məhsuldarlığı, habelə intensiv inkişaf yoluna keçid şəraitində vacib olan iş keyfiyyət göstəricilərinin yaxşılaşdırılması.

Əmək haqqının davamlı artması prinsipi. İstehsalın davamlı böyüməsi və yaxşılaşması, əmək məhsuldarlığının artması milli gəlirin davamlı artımını təmin edir.

Əmək məhsuldarlığının əmək haqqının artması ilə müqayisədə üstün artım prinsipi. Əmək haqqının səviyyəsinin yüksəldilməsi onun məhsuldarlığının artmasına əsaslanmalıdır. Əmək məhsuldarlığının davamlı artması əmək haqqının artırılması üçün iqtisadi əsasdır. Üstəlik, əmək məhsuldarlığının artması əmək haqqı səviyyəsinin artımını üstələməlidir. Bu prinsipə uyğun olaraq, əmək məhsuldarlığının artımının maddi stimullaşdırılması, məhsul vahidinin istehsalı üçün əmək haqqının azalması və maya dəyərinin azalması və nəticədə istehsalın səmərəliliyinin artması təmin edilir (Nasirzadeh, Nojedehi, 2013:77).

Müxtəlif qrup və işçilərin əmək haqqı səviyyəsini fərqləndirmə prinsipi. Bu, keyfiyyət xüsusiyyətlərindən və baş verdiyi şəraitdən asılı olaraq işçilərin əmək haqqı səviyyəsinin geniş fərqləndirilməsini əhatə edir. Beləliklə, ağır işlərdə, zərərli iş şəraiti ilə işlərdə və çətin iqlim şəraiti olan ərazilərdə işlərdə artan əmək haqqı müəyyən edilir.

Metod

Tədqiqatın metodları: Sistemli analiz metodu tətbiq olunur, buna uyğun olaraq, problem iqtisadi inkişafla əlaqəli tarixi inkişaf baxımından təhlil edilir. Məqalədə, tədqiqatın hər mərhələsində həm ümumi elmi analiz və sintez metodları, həm məntiqi analiz, həm də ekspert qiymətləndirmə metodu, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodlarından istifadə ediləcək. Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca yaxın əlaqəlidir, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Analiz

Sənayedə əmək məhsuldarlığının artım tendesiyası qiymətləndirilməsi, onun mövcud vəziyyətinin aktuallığı hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Bununla bərabər mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat üçün önəmlidir.

Nəticə

Yekun olaraq qeyd edə bilərik ki, əmək məhsuldarlığını ölçmək üçün əmək metodu yerinə yetirilən işin həcminin işlənmiş standart saatlarda ölçüldüyünü ehtimal edir. Əmək metodu hazırlıq dərəcəsindən asılı olmayaraq bütün məhsullara tətbiq olunur və əmək məhsuldarlığının nisbi dəyişikliklərinin öyrənilməsində geniş istifadə olunur. Bununla birlikdə, bu metod tətbiq olunan standartların sabitliyini tələb edir, sonuncu isə təşkilati və texniki iş şəraiti yaxşılaşdıqca daim dəyişir. Təcrübədə ən çox yayılanı məhsul istehsalının həcminin maya göstəricilərinin istifadəsinə əsaslanan əmək məhsuldarlığını ölçməyin maya dəyəri metodudur. Bu metodun üstünlüyü heterojen məhsulların həm bir müəssisə, bir sənaye çərçivəsində, həm də ölkə daxilində istehsal xərcləri ilə müqayisə olunma ehtimalından ibarətdir.

Bir qayda olaraq, əmək məhsuldarlığının artması planlarında iki göstərici hesablanır: istehsal - iş vaxtı vahidinə istehsal olunan məhsulların miqdarı və əmək intensivliyi - məhsul vahidinin istehsalına sərf olunan iş vaxtının miqdarı. İstehsal əmək məhsuldarlığı səviyyəsinin uçotunun ən çox yayılmış göstəricisidir. Görülən işlərin həcmi və işlənmiş saatlar ölçülən vahidlərdən asılı olaraq istehsal səviyyəsinin hesablanması üçün bir neçə üsul fərqləndirilir.

Ədəbiyyatlar

1. Əhmədov M.A., Hüseyn A.C.. (2013), İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları. Bakı. 412 səh.
2. Auzina-Emsina A. (2014), Labour productivity, economic growth and global competitiveness in post-crisis period // 19th International Scientific Conference. Procedia - Social and Behavioral Sciences.. - №. 156. - PP. 317-321.
3. Nasirzadeh F., Nojedehi P. (2013), Dynamic modeling of labor productivity in construction projects // International Journal of Project Management. - № 31. - PP. 903-911.
4. Shehata M.E., El-Gohary K.M. (2011), Towards improving construction labor productivity and projects' performance //Alexandria Engineering Journal. - № 50. - PP. 321-330.
5. Ефимова О.В. (2007),Финансовый анализ. - М.: Библиотека журнала «Бухгалтерский учет»,. 452 стр.
6. Кравченко Л.И. (2007), Анализ хозяйственной деятельности в торговле.-М.: Новое знание,. 652 стр.
7. Савицкая Г.В. (2007), Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Мн.,. 417 стр.
8. Чечевицына Л.Н., Чуев И.Н. (2005), Анализ финансово-хозяйственной деятельности. М.: Маркетинг. 514 стр.
9. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.
10. http://bukvi.ru/ekonomika/analiz/analiz-proizvoditelnosti-truda-i-faktory-vliyayushhie-na-proizvoditelnost-rezervy-proizvoditelnosti-truda.html

Müasir şəraitdə Azərbaycanın İnvestisiya Siyasətinin İstiqamətləri

Aynur Namazova

a.m.namazova@mail.ru

Xülasə

Hazırki dövrdə investisiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi milli iqisadiyyatın inkişafında, dövlətin müdafiə qabiliyyətinin gücləndirilməsində, sosial problemli məsələlərin həllində, ölkədə xidmət və məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin gücləndirilməsində və s. bu kimi mühüm məsələlərin həllində əsas rol oynayır. İnvestisiya istər mikro, istərsə də makro səviyyədə iqtisadi artımın qarantıdır. İnvestisiyaların aktivliyi ölkədə iqtisadi islahatların, sosial-iqtisadi dəyişikliklərin, infrastruktur sahələrinin inkişafına təsir göstərir. İqtisadiyyatda investisiya prosesinin gerçəkləşdirilməsinin son forması kimi özəl investisiya yatırımının işlənməsi və həyata keçirilməsi çıxış edir. Bunun üçün dövlət effektiv investisiya siyasətini hazırlamalı və həyata keçirməlidir. İnvestisiya siyasəti investisiya imicinin, əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasını zəruri edən ölkənin ümumi iqtisadi artımını təmin etməyə yönəlmiş iqtisadi siyasətin bir hissəsidir. Bir sözlə, investisiya siyasəti milli iqtisadiyyatın formalaşmasında və inkişafında mühüm rol oynayır, sürətli iqtisadi inkişafa, yeni iş yerlərinin açılmasına, yeni avadanlıq və texnologiyaların tətbiqi ilə maddi istehsal və xidmətlərdə struktur dəyişikliklərinə şərait yaradır.

Məqalədə investisiyanın mahiyyəti, hazırki şəraitdə ölkənin əsas kapitalına qoyulan investisiyaların sektor quruluşu, investisiya siyasətinin prioritet istiqamətləri və s. məlumatlar təqdim edilmişdir. Azərbaycan Respublikasında dövlət investisiya siyasətinin GZİT təhlili aparılıb, güclü və zəif tərəfləri, imkanları və təhlükələri müəyyənləşdirilib. Orta müddətli dövrdə dövlət investisiya siyasətinin səmərəliliyinin artırılmasının əsas məqamlarına diqqət edilmişdir. Müasir şəraitdə sosial-iqtisadi islahatlar kontekstində Azərbaycanda dövlət investisiya siyasətinin xüsusiyyətləri və onun təkmilləşdirilməsi məsələləri mövzunu daha da əhəmiyyətli edən məsələlərdən biridir.

Açar sözlər: **İnvestisiya Siyasəti, İnvestisiya Fəaliyyəti, İnvestisiya Mühiti, GZİT Təhlil, Sosial-İqtisadi İslahatlar,**

Giriş

Ölkənin sosial-iqtisadi vəziyyəti, təhlükəsizliyi investisiyanın effektiv həyata keçirilməsindən asılıdır. İnvestisiya fəaliyyətinin məzmunu 1995-ci ildə yanvarın 13-də Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab Heydər Əliyevin imzaladığı № 952 "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" qanununda "İnvestisiya sahibkarlıq obyektlərinə və digər fəaliyyət növlərinə gəlir əldə edilməsi, müsbət sosial effektlərə nail olunması üçün sərf edilən mülkiyyət, mülkiyyət hüququ, intellektual dəyərlər kimi təsbit olunmuşdur". Xarici investisiyalar anlayışının məzmunu isə Azərbaycan Respublikasının "Xarici investisiyanın qorunması haqqında" 15 yanvar 1992-ci il №57 Qanununda öz əksini tapmışdır. Beləliklə, investisiyalar iki əlaməti ilə diqqəti cəlb edən maddi və qeyri-madi yatırımlar kimi təsvir olunmuşdur. Belə ki, yatırımlar sahibkarlıq və digər fəaliyyət sferalarında həyata keçirilir ki, yatırımların məqsədi mənfəət əldə edilməsi və müsbət sosial effektlərə nail olunmasıdır. ("İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 13 yanvar 1995-ci il, № 952).

Dövlətin investisiya siyasəti, iqtisadiyyatın, onun ayrı-ayrı sahələrinin investisiya aktivliyinin artırılmasının zəruri səviyyəni və quruluşu təmin etmək üçün dövlətin və müəssisələrin qarşılıqlı məqsəd və tədbirlərinin məcmusundan ibarətdir. İnvestisiya siyasətinin inkişafı investisiya mənbələrini araşdırmaq və onları səmərəli sahələrə yönəltməkdən ibarətdir. İnvestisiya siyasətinin xarakterik bir xüsusiyyəti iqtisadi proseslərə müdaxilənin səviyyəsidir, buna görə də bu siyasət vergi, maliyyə-kredit, qiymətlər, amortizasiya, gəlir və s. sahələr ilə mövcud münasibətlə müəyyən edilir, əsas hədəfi iqtisadiyyatın neftdən asılılıq səviyyəsini minimuma endirmək və neftdən gələn gəlirin qeyri-neft sektoruna istiqamətləndirilməsidir. Bunun üçün mövcud istehsal obyektlərinə investisiya qoymaq, elmi-texniki tərəqqinin son nailiyyətlərini tətbiq etməklə, istehsal güclərini artırmaq, yeni

istehsal müəssisələri yaratmaq lazımdır. Biznes (iş) mühitinin yaxşılaşdırılması şəklində iqtisadiyyatın inkişafına töhfə verə biləcək biznes (işgüzar) və ev təsərrüfatlarının əmanətlərini, fərdi investisiya əmanətlərini investisiyalara cəlb etmək lazımdır. İnvestisiya siyasətinin həyata keçirilməsində, "investor-investisiya obyekti" münasibətlərində qaydaların qurulmasında, iqtisadi sistemin özünü tənzimləmə və sərbəst inkişaf üçün imkanların yaradılmasında dövlət mühüm rol oynayır. İnvestisiya siyasəti iki hissədən ibarətdir: birinci tənzimləmə və ikinci stimul, burada tənzimləmə sistemi hər qoyulmuş kapital vahidinə maksimum gəliri təmin edir və stimullaşdırma isə maksimum investisiya əldə etməyi nəzərdə tutur. (M.C.Atakişiyev, R.N.Nurəliyeva, N.H.Abbasova.İnvestisiya fəaliyyətinin təşkili.2012).

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən 6 dekabr 2016-cı il tarixli №1138 Fərmanla təsdiq edilmiş"Milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi"- ndə (qısa, orta və uzunmüddətli dövrü əhatə edir və iqtisadi inkişaf strategiyasını və fəaliyyət planı 2020-ci ilə qədər, uzunmüddətli baxış 2025-ci ilə qədər, hədəf baxış 2025-ci ildən sonra) nəzərdə tutulan strateji hədəflərə çatmaq üçün bütün sektorlar üçün strateji yol xəritələri çərçivəsində 27 milyard manat tələb olunacağı gözlənilir ki, bu tədbirlərin icrası dövlət büdcəsi; büdcədənkənar fondlar; Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitləri; yerli büdcələr; mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yerli idarələrin, müəssisə və təşkilatların vəsaitləri; birbaşa xarici investisiyalar; ölkənin bank sistemindən kreditlər və qrantlar; beynəlxalq təşkilatlardan və xarici ölkələrdən kreditlər, texniki və maliyyə yardımı; qanunla qadağan olunmayan digər mənbələrdən maliyyələşdiriləcəkdir. (Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi 06.12.2016).

Metod

Dünya praktikasına tarixi ekskursiya etsək görərik ki, makroiqtisadi sabitlik dövründə investisiya fəaliyyətinin tənzimlənməsində investorlara təsir etmək üçün dövlət siyasəti dolayı metodlara, böhran dövründə isə dövlət idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqi metodlarına üstünlük vermişdirlər. Azərbaycan iqtisadiyyatının indiki inkişaf mərhələsində, kapital axınının qlobal tendensiyaları və onların tənzimlənməsi baxımından ölkənin dünya iqtisadi məkanına inteqrasiya dərəcəsi nəzərə alınmaqla dövlət investisiya siyasəti məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Geosiyasi və xammal amilləri ilə yanaşı, qlobal kapital axınına ən böyük təsir maliyyə və pul siyasətinin həyata keçirilməsi, texnoloji dəyişikliklər, o cümlədən iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması və investisiya fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin iqtisadi metodlarla təsiri ilə həyata keçirilir.

Azərbaycanda dövlət idarəetmə mexanizmlərinin hazırkı inkişafı ilə, dövlət investisiya siyasəti konsepsiyası institusional əsasların sistematik şəkildə möhkəmləndirilməsini və inkişaf etdirilməsini, kapitalın iqtisadiyyata axınını, sahibkarlıq təşəbbüsünün inkişafını stimullaşdıran investisiya fəaliyyətinin sabit və şəffaf qaydalarını müəyyənləşdirməklə investisiyaların cəlb edilməsinin yeni forma və metodlarını axtarmağı təmin edir.

Araşdırma Modeli

Tədqiqatın məqsədi sosial-iqtisadi islahatlar kontekstində dövlət investisiya siyasətinin xüsusiyyətlərini vurğulamaq və onun təkmilləşdirilməsinə dair müəllif mövqeyini inkişaf etdirməkdir.

Analiz

Azərbaycan Respublikasının əsas kapitala qoyulan investisiyaların sektoral quruluşuna baxaq.

Cədvəl 1: Maliyyə mənbələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar

	2020-ci ilin yanvar-fevral aylarında, milyon manat	Əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən (müqayisəli qiymətlərlə), faizlə	Ümumi yekunda xüsusi çəkisi, faizlə
Cəmi	**1965,2**	**112,7**	**100,0**
o cümlədən:			
Müəssisə və təşkilatların vəsaitləri	1282,4	111,0	65,3
Bank kreditləri	101,2	125,7	5,1
Büdcə vəsaitləri	335,6	87,7	17,1
Büdcədənkənar fondların vəsaitləri	46,6	3,8 d.	2,4
Əhalinin çəxsi vəsaiti	138,1	130,8	7,0
Sair vəsaitlər	61,3	9,2 d.	3,1

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (17.03.2020)

2020-ci ilin yanvar-fevral aylarında bütün maliyyə mənbələrindən əsas kapitala 1965,2 milyon manat investisiya qoyuldu. Ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə bu 12,7% çoxdur. Neft-qaz sektoruna qoyulan investisiyaların həcmi 27,6%, qeyri-neft və qaz sektorunda isə 1.8% artım müşahidə olundu. Ümumi sərmayənin 1342,5 milyon manatı (68,3 faizi) emal sənayesinin, 405.3 milyon manatı (20.6 faizi) xidmətlərin və 217.4 milyon manatı (11.1 faizi) mənzil tikintisinin payına düşür ki, bunun da 34,8% dövlət, 65,2% isə özəl investor tərəfindən qoyulub. Vəsaitin 58,7% tikinti-quraşdırma işlərinə sərf edilmişdir. Ümumi sərmayənin 58,3% daxili mənbələr, müəssisə və təşkilatlardan xərclər (1282.4 milyon manat), bank kreditləri (101.2 milyon manat), büdcə vəsaiti (335.6 milyon manat), büdcədənkənar dövlət fondlarının vəsaiti (46,6 milyon manat), əhalinin şəxsi vəsaiti (138.1 milyon manat), digər fondlar (61.3 milyon manat) hesabına həyata keçirilmişdir.

Cədvəl 2: İqtisadiyyatın sahələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş vəsaitlərin dəyəri

İqtisadiyyatın sahələri	2020-ci ilin yanvar-fevral aylarında, milyon manat	Əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən (müqayisəli qiymətlərlə), faizlə	Ümumi yekunda xüsusi çəkisi, faizlə
Cəmi	1965,2	112,7	100,0
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüftaı və balıqçılıq	21,0	40,0	1,1
Sənaye	1092,4	126,6	55,6
o cümlədən Mədənçıxarma sənayesi	876,1	123,5	44,6
Emal sənayesi	133,4	2,2 d	6,8
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchzatı	47,4	99,8	2,4
Su təchizatı: tullantıların təmizlənməsi və emalı	35,5	80,4	1,8
Tikinti	446,5	150,3	22,7
ondan mənzil tikintisi	217,4	135,4	11,1
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	4,4	41,3	0,2

Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	243,3	77,7	12,4
o cümlədən: nəqliyyat	243,3	77,7	12,4
poçt və kuryer fəaliyyəti	0,0	65,4	0,0
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	20,0	59,5	1,0
İnformasiya və rabitə	15,3	57,4	0,8
ondan rabitə	15,1	57,5	0,8
Maliyyə və sığorta fəaliyyəti	0,7	71,4	0,0
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	0,8	-	0,0
Peşə, elmi və texniki fəaliyyət	82,8	3,3 d.	4,2
İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi	2,4	52,8	0,1
Dövlət idarəetməsi və müdafiə; sosial təminat	14,7	35,2	0,8
Təhsil	5,7	13,4	0,3
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	6,1	29,2	0,3
İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət	5,6	2,7 d.	0,3
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	3,5	35,6	0,2

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (17.03.2020)

Əsas kapitala ayrılan vəsaitlərin ümumi həcminin 55,6% sənayenin, 22.7% tikinti, 12.4% nəqliyyat və anbar təsərrüfatı, 4.2% peşə və elmi-texniki fəaliyyətə, 1.1% kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, 1.0% turistlərin yerləşməsi və ictimai-iaşə, hər birində 0.8% olmaqla informasiya və rabitə, dövlət idarəetməsi və müdafiə, sosial təminat, hər birində 0.3% olmaqla təhsil, səhiyyə və sosial xidmətlər, istirahət, əyləncə və incəsənət sahələrində fəaliyyətlər, hər biri 0,2% olmaqla ticarət, nəqliyyat vasitələrinin təmiri, digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi, 0,1 faizi inzibati və köməkçi xidmətlərə sərf edilmişdir.

Xarici ölkələr və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən əsas kapitala ayrılan vəsaitin 723,1 milyon manatı (88,2 faiz) Yaponiya, İngiltərə, Türkiyə, ABŞ, Norveç, Malayziya, İsveçrə, İran və Rusiyadan olan investorlara aiddir. İnşaat müəssisələri tərəfindən aparılan tikinti işlərinin 59,8 faizi tikinti, yenidənqurma və genişləndirmə, 10,8 faizi əsaslı təmir, 7,5 faizi cari təmir və 21,9 faizi digər tikinti işləri olmuşdur. Qeyri-hökumət tikinti müəssisələri tikinti işlərinin ümumi həcminin 89,3% -ni təşkil etmişdir. (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 17.03.2020)

Azərbaycanda həyata keçirilən dövlət investisiya siyasətinin GZIT təhlili zamanı aşağıdakı nəticələri göstərə bilərik. Burada güclü məqam əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasına dövlət dəstəyidir. Zəif məqam birbaşa xarici investisiyaların, əsasən neft və qaz sektoruna cəmləşməsi, dövlətin investisiyalardakı rolunun çox olması və fərdi təşəbbüslərin zəif dinamikasıdır. İmkanlar baxımından, özəl investisiyaların təşviqini göstərə bilərik və təhlükələrə gəldikdə, istehsalla müqayisədə infrastruktur layihələrinə qoyulan investisiyaları göstərə bilərik.

Nəticə

Yuxarıda göstərilənləri yekunlaşdıraraq qənaətə gələ bilərik ki, iqtisadi disbalans və qlobal problemlər şəraitində ölkədə dövlət investisiya qoyuluşu siyasətinin davam etdirilməsi prioritetdir. Davamlı inkişaf zərurətləri Azərbaycan Respublikasında dövlət investisiya siyasətinə yeni çağırışlar yaradır və ona daha çox müxtəliflik verir. Və aşağıdakı məqamları qeyd edək:

- investisiya bazarının normativ bazasını formalaşdırmaq;
- dövlət investisiya idarəçiliyinin keyfiyyətini artırmaq və dövlət orqanlarının investisiya siyasətinin hazırlanmasında məsuliyyətini izah etmək;
- investisiyaların maliyyələşdirilməsinin etibarlı mənbələrini və yeni metodlarını müəyyənləşdirmək və investisiyanı stimullaşdırmaq üçün müvafiq tədbirlər görməklə iqtisadiyyatın prioritet sahələrini müəyyənləşdirmək;

- iqtisadiyyatın inkişafı, investisiya fəallığının artırılması, istehsalın səmərəliliyinin artırılması və bütün təsərrüfat subyektlərinin sosial problemlərin həlli üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- xarici ölkələrdə investisiya yarmarkalarının intensiv keçirilməsi;
- xarici investorların stimullaşdırılması üçün əlavə güzəştlərin, habelə dövlət zəmanətlərinin verilməsi;
- yeni, qeyri-ənənəvi investor ölkələrini cəlb etmək üçün investisiya layihələrini inkişaf etdirmək.

Ölkəyə investisiya cəlb edilərkən ölkənin siyasi və qanunvericilik sabitliyini təmin etmək, ölkədə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirilən tədbirlərin nəticələri barədə ictimaiyyəti məlumatlandırmaq vacibdir. Bu, potensial investorlara müsbət bir siqnal verməlidir. Təklif olunan tövsiyələrin icrası ölkənin investisiya sektorunu sosial-iqtisadi və texnoloji inkişafa müsbət təsir göstərəcək və keyfiyyətcə yeni səviyyəyə qaldıracaqdır.

Ədəbiyyat

1. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 13 yanvar 1995-ci il № 952.
2. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
3. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Məruzə № 2. 17 mart 2002-ci il.
4. M.C.Atakişiyev, R.N.Nurəliyeva, N.H.Abbasova. İnvestisiya fəaliyyətinin təşkili. Bakı. 2012.

Müəssisənin Rəqabət Qabiliyyəti Anlayışı və Onun Əldə Edilməsi Üsulları

Nasir Əkbərli

nasirakberli95@gmail.com

Xülasə

Bu məqalə müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasının aktual probleminə həsr edilmişdir. Problemin əhəmiyyəti, ilk növbədə, maliyyə və iqtisadi qeyri-sabitlik şəraitində strateji baxımdan biznesin iqtisadi təhlükəsizliyini qorumaq və yaxşılaşdırmaq ehtiyacından qaynaqlanır. Məqalədə "müəssisələrin rəqabət qabiliyyəti" anlayışının mahiyyəti təsvir olunur, bu konsepsiyanın öyrənilməsinə yanaşmalar göstərilir. Müasir iş şəraitində rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının əsas istiqamətləri və yolları da müəyyən edilmişdir.

"Rəqabət qabiliyyəti" anlayışında hər hansı bir fikir birliyi yoxdur. Bu gün bazar şərtlərini və rəqabət qabiliyyətini inkişaf etdirmək üçün daxili imkanları uyğunlaşdıran ən optimal və effektiv vasitələrdən biri marketinq sahəsində innovasiyanın formalaşdırılması və yayılmasıdır. Təcrübə sübut edir ki, bazarda uğurla inkişaf edən demək olar ki, bütün sahibkarlıq subyektləri bazarı, marketinqi və reklamı düzgün qiymətləndirmək siyasətinə borcludurlar. Yuxarıda göstərilənlər, müəssisənin inkişafı və hətta mövcudluğu üçün rəqabətin vacibliyi tədqiqat mövzusunun aktuallığını müəyyənləşdirir. Mürəkkəblik və bəzən rəqiblərin fəaliyyəti haqqında məlumat əldə etmək imkanlarının məhdudluğu şirkət rəhbərliyi arasında rəqiblərdən üstün olması barədə şirkət rəhbərliyi arasında əsassız rəy yarada bilər, öz şirkətləri üçün lazımi rəqabət üstünlüyünün qorunması ilə əlaqəli məmnunluq və səylərin zəiflədilməsinə səbəb ola bilər.

Hal-hazırda bir şirkətin qabaqcıl şirkətlərə qarşı mübarizədə rəqabətqabiliyyətli olması üçün, istehsalın təşkili və idarəetmənin təşkili üçün liderlərin keçmişdə diqqət etdiklərindən fərqli olaraq tamamilə yeni yanaşmalar tələb olunur. Hər şeydən əvvəl, investisiya siyasətində, müəssisədə texniki yenidənqurma zamanı, yeni avadanlıq və texnologiyanın tətbiqi prosesində yeni yanaşmalara ehtiyac var.

İşin məqsədi müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin mahiyyətini öyrənmək və buna nail olmağın yollarını müəyyənləşdirməkdir.

Açar sözlər: müəssisə, müəssisənin rəqabət qabiliyyəti, məhsulun rəqabət qabiliyyəti, rəqabət.

Giriş

Ölkə iqtisadiyyatı maksimum səmərəliliyi ilə məhdudiyyətsiz rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərir. Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti onun potensialı, imkanları, habelə bazar münasibətlərinə uyğunlaşma çevikliyidir. Bu şəraitdə müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini artırmağın yolları məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, xidmət və malların qiymətinin aşağı düşməsi, yeniliklər və yeni texnologiyaların tətbiqi və yeni imkanların axtarışı ilə müəyyən edilir.

Bir müəssisənin rəqabət qabiliyyəti bir-biri ilə birbaşa əlaqəli olmayan, lakin bir-birinə təsir edən komponentlər sistemidir. Rəqabət qabiliyyətinin artması nəticəsində bəzi tədqiqatçılar müəssisənin bazar payının həcmini nəzərə alırlar. Çox vaxt rəqabət qabiliyyəti aşağı qiymətə və yüksək keyfiyyətə malik istehlakçıların tələblərini ödəmək qabiliyyətini və diqqətini nəzərə alan müəssisənin ideologiyasına, missiyasına daxil edilir.

Müəssisənin Rəqabət Qabiliyyəti Anlayışı və Mahiyyəti

Bir müəssisənin rəqabət qabiliyyəti, ölkə daxilində və xaricdəki müəyyən bir sənayedəki digər müəssisələrdən üstünlüyüdür. Rəqabət bir şirkətin özünəməxsus bir keyfiyyəti deyil, bu o deməkdir ki, bir şirkətin rəqabət qabiliyyəti yalnız eyni sənayedə olan şirkətlər qrupunda və ya oxşar mallar

(xidmətlər) istehsal edən şirkətlər daxilində qiymətləndirilə bilər. Rəqabət qabiliyyətini yalnız bu firmalar arasında həm milli miqyasda, həm də dünya bazarında müqayisə etməklə aşkar etmək olar.

Beləliklə, bir şirkətin rəqabət qabiliyyəti nisbi bir anlayışdır: məsələn, eyni şirkət regional bir sənaye qrupu daxilində rəqabət qabiliyyətli olaraq tanına bilər, lakin qlobal bazar sektorları və ya onun seqmentləri daxilində rəqabət qabiliyyətli olmaya bilər. Rəqabət dərəcəsinin qiymətləndirilməsi, yəni bir şirkətin digər şirkətlərlə müqayisədə rəqabət üstünlüyünün xüsusiyyətinin müəyyənləşdirilməsi ilk növbədə müqayisə üçün əsas obyektlərin seçilməsindən, başqa sözlə, bir ölkənin sənayesində və ya xaricdə aparıcı şirkətin seçilməsindən ibarətdir. Belə bir aparıcı şirkət aşağıdakı parametrlərə sahib olmalıdır:

- məhsulların xüsusiyyətlərinin onun köməyi ilə qarşılanan ehtiyacların kimliyinə görə uyğunluğu;
- məhsulların nəzərdə tutulduğu bazar seqmentlərinin uyğunluğu;
- firmanın fəaliyyət göstərdiyi həyat dövrü mərhələsinin uyğunluğu.

Beləliklə, bir firmanın digərindən rəqabət üstünlüyü hər iki firmanın bazarın seqmentləri ilə əlaqəli müştərilərin eyni tələbatlarını ödədikləri zaman qiymətləndirilə bilər. Eyni zamanda, həmin firmalar təxminən həyat dövrünün eyni fazalarında olmalıdır. Bu şərtlər yerinə yetirilmədiyi təqdirdə müqayisə səhv olacaq.

Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini təmin etmək qabiliyyəti aşağıdakılar ilə xarakterizə olunur (Карпов, 2013:1):

- istehsal xərclərinin aşağı olması;

- təklifin unikallığı, xüsusiyyəti;

- münasib və keyfiyyətli xidmət;

- məhsulların ekoloji istiqaməti;

- məhsulların (xidmətlərin) keyfiyyəti;

- məhsulların (xidmətlərin) bazara vaxtında çıxarılması.

Müəssisənin yuxarıda göstərilən şərtlərdən ən az birini təmin edə bilməməsi onun rəqabət qabiliyyətini xeyli azaldır.

Rəqabətqabiliyyətlilik - bu bir müəssisənin məqsədlərinə çatmaq üçün üstünlüklərindən istifadə edərək rəqibləri qabaqlamaq qabiliyyətidir (Кравченко, 2014:117). Bu konsepsiya biznes sektoru nümayəndələrinin iqtisadi fəaliyyətinin səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün istifadə edilə bilən ayrılmaz xüsusiyyətlərdən biridir. Başqa sözlə, rəqabət, subyektin rəqabətə tab gətirmək qabiliyyətidir. Elmi ədəbiyyatda "müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyi" anlayışı üç baxımdan nəzərdən keçirilir.

1. Malların adını çəkmədən, şirkətin daxili və xarici fəaliyyətini xarakterizə edən təşkilatın rəqabət qabiliyyətinin tərifləri. Yu.A. Polyanichkin bir müəssisənin rəqabət qabiliyyətini həyatının xarici və daxili mühitinin amillər kompleksinin hərəkəti kimi müəyyənləşdirir (Поляничкин, 2013:.5).

2. Yalnız rəqabət qabiliyyətinin məhsul komponentinə əsaslanan tərifl ər. Fatxutdinov R. A. qeyd edir ki, bir təşkilatın rəqabət qabiliyyəti, rəqabət qabiliyyətli bir məhsul və ya xidmət istehsal etmək qabiliyyətidir (Фатхутдинов, 2013: 316).

3. Subyektin məhsul və istehsal fəaliyyətlərini birləşdirən təriflər. E.A. Sysoevaya görə, bir müəssisənin (şirkətin) rəqabət qabiliyyəti, müəyyən bir istehsalçının inkişaf prosesindəki rəqibin istehsalçısından həm mallarının və ya xidmətlərinin müəyyən bir sosial ehtiyacı ödəməsi baxımından, həm də istehsalın səmərəliliyi baxımından fərqlərini əks etdirən nisbi bir xüsusiyyətdir.

Son zamanlarda "müəssisələrin rəqabət qabiliyyəti" anlayışının bir sıra amillərin təsiri kimi müəyyənləşdirilməsi tendensiyası müşahidə olunur. Ən tam, fikrimizcə, təşkilatın rəqabət qabiliyyətinin A.L.Karpov və H.A. Faşxiyev tərəfindən verilən tərifidir. Beləliklə, bir müəssisənin rəqabət qabiliyyəti, ətraf mühitin subyektləri tərəfindən qiymətləndirilən, başqalarına zərər vermədən əldə edilən, özünəməxsus məhsulların rəqabət qabiliyyəti və indiki və gələcəkdə inkişaf, istehsal, satma və xidmət etmək qabiliyyətini xarakterizə edən rəqabət potensialının səviyyəsi ilə müəyyənləşdirilən, ətraf mühit subyektləri tərəfindən qiymətləndirilən, seçilmiş bazar seqmentindəki rəqiblərindən malların (xidmətlərin) qiymət / keyfiyyət analoqu baxımından üstün olmasıdır. (Карпов, 2013:52)

Kəmiyyət göstəricilərinin hərtərəfli təhlili, dinamikada rəqiblərin göstəriciləri ilə bərabər ətraf mühit şəraiti ilə müqayisə edilməsi yolu ilə bazarda müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsinin müəyyən edilməsi məsləhət görülür. Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi sistemi onun əsas iş proseslərinə bölünməsini nəzərdə tutur.

Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün ən məşhur model və metodları 2 qrupa bölmək olar (Горшков, 2014:114): hesablama (reytinq metodu, bazar payının hesablanması, effektiv rəqabət nəzəriyyəsinə əsaslanan qiymətləndirmə metodu, istifadə dəyərinə əsaslanan qiymətləndirmə metodu) və nəzəri metodlar (BCG (Boston Colsulting Group) matrixi, SWOT analizi, PEST analizi, M. Porter rəqabət matrisası, "müəssisələrin rəqabət qabiliyyəti poliqonu" metodu).

Müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyini təmin edən üç səviyyə mövcuddur: strateji, taktiki və əməliyyat (Воронов, 2015:41). Strateji səviyyədə, rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi müəssisənin investisiya cəlbediciliyinin artırılmasını əhatə edir. Taktiki səviyyədə rəqabət, müəssisənin özünün vəziyyətini səciyyələndirir.Əməliyyat səviyyəsində artan rəqabət məhsulların rəqabət qabiliyyətini artırır.

Müəssisənin Rəqabət Qabiliyyətinin Təmin Edilməsi

Ticarət və xidmət sahəsindəki müəssisələrin vəziyyətinin təhlili və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına məlum yanaşmalar rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün metodoloji yanaşma prinsiplərini formalaşdırmağa imkan verir (Дарбаева, 2015: 245):

- Müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi mal və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsini əhatə edir;

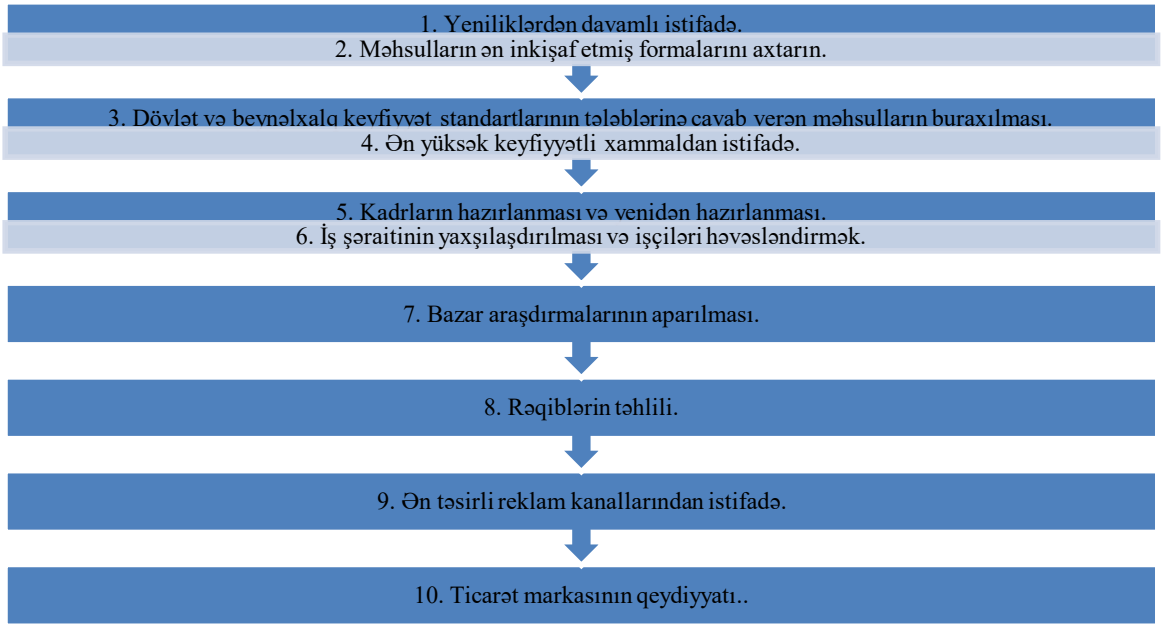
- müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyinin meyarlarının tərifi planlaşdırma üfüqündən və müəssisənin idarəetmə sistemindən gəlməlidir;

- əməliyyat səviyyəsində müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin göstəricisi mal və xidmətlərin birləşdirilmiş rəqabət qabiliyyət əmsalıdır;

- müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin taktiki səviyyəsi maliyyə və iqtisadi vəziyyətlə təmin edilir və mürəkkəb əmsal ilə təmsil olunur;

- müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin strateji səviyyəsi iş dəyərinin artması ilə əlaqəli investisiya cəlbediciliyi ilə təmsil olunur.

Sxem 1. Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmağın yollarını



Mənbə: Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт диверсификации / А.Г. Шмелев. - М.: Магистр, 2012. - 56 с., Materilları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Bu yollardan istifadə edərək şirkət rəqabət qabiliyyətini artıra və eyni zamanda maliyyə sabitliyini gücləndirə bilər. Bazar şəraitində fəaliyyət göstərən bir müəssisə üçün yaranan əsas vəzifə yaşamaq və ya öhdəliklərini vaxtında ödəmək, başqa sözlə ödəmə qabiliyyətini təmin etməkdir. Bu problem hazır məhsul və xidmətlərin həyata keçirilməsi, marketinq tədqiqatları və tədbirlər, bazarın müntəzəm izlənməsi, çeşidləmə, qiymət siyasətinin istehlakçı tələbi və istehsal xərclərinə uyğun tənzimlənməsi vasitəsilə həll olunur. Ödəmə qabiliyyətinə çatdıqdan sonra müəssisə gəlirlilik əldə etmək məsələsini qaldırır. Bu vəziyyətdə marketinq fəaliyyəti iqtisadi, təşkilati və texnoloji komponentlərlə tamamlanmalıdır.

Mövcud problemləri aradan qaldırdıqdan sonra növbəti səviyyədəki vəzifələrin nəzərdən keçirilməsinə keçid aparılır. İkinci səviyyənin əsas xarakteristikası müəssisənin strateji siyasətidir (Шмелев, 2012:56). Şirkət rəhbərliyi müəssisənin fəaliyyət göstərməsi üçün prioritet sahələr sistemini inkişaf etdirməlidir ki, bu da şirkətin orta və uzunmüddətli dövrdə necə olacağını anlamağa səbəb olacaqdır. Bunun üçün strateji bir konsepsiya hazırlamaq, SWOT təhlili və iş proseslərinin təhlili aparmaq və bunların əsasında hər bir struktur bölmə və bütövlükdə müəssisə üçün strategiyalar hazırlamaq lazımdır.

Bu şərtlərin icrası dəyişən bazar şəraitində müəssisənin özünü təşkili və uyğunlaşmasını aktivləşdirməlidir, sinergiya effektinin tətbiqi sayəsində yeni rəqabət üstünlükləri təmin etməli və müəssisənin idarəetmə və rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini artırmalıdır. Rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının əhəmiyyətli problemi şirkətlərin maraqlarının istehlakçıların maraqları ilə toqquşmasıdır. Fikrimizcə, bu problem müəssisə müştərisinin bazar münasibətlərinin həyata keçirilməsi zamanı düzəldilə bilər, nəticədə məhsul və xidmətlərin satılması həm təsərrüfat subyekti, həm də istehlakçılar üçün təsirli olacaqdır. Bu düzəlişin həyata keçirilməsi yalnız ilkin ziddiyyət səbəbindən müəyyən maneələri aşdıqda mümkün görünür.

İstehsal və satış prosesinin bütün subyektlərini məmnun edəcək məhsul və xidmətlərin qiymətinin optimallaşdırılması məsələsi gündəmə gəlir. Növbəti vacib məsələ məhsulların buraxılması, elmi və texnoloji tərəqqinin müasir tələblərinə cavab verən xidmətlər göstərilməsidir. Və nəhayət, müəssisənin müştərilərinin ehtiyaclarını ödəmək üçün lazım olan, lakin istehsalçı üçün qazancın artırılması baxımından xüsusi maraq kəsb etməyən infrastrukturun yaradılması məsələsi.

Yüksək inkişaf etmiş ölkələrin sənaye və texniki rəhbərlərinin növbəti "liderlik" sıçrayışını reallaşdırmaq üçün tətbiq etdiyi xüsusi mərhələləri və hərəkətləri öyrənmək maraq doğurur. Bu, istehsal olunan malların və xidmətlərin çeşidinin müntəzəm olaraq yenilənməsinə, yeni növ mal və xidmətlərin daim inkişafına və sürətli inkişafına, eyni zamanda əmək məhsuldarlığının və istehsalın çevikliyinin artırılmasına, maya dəyəri və xərclərin azaldılmasına aiddir.

Xarici praktikada geniş çeşidli məhsulların olması məqbul sayılır (Фатхутдинов, 2013:317). Çeşid siyahıları və parametrik seriyalar nə qədər geniş olsa, istehlakçının özü üçün bir məhsul və ya xidmət üçün ən yaxşı seçim tapması ehtimalı bir o qədər çox olar.

İcra şərtləri, ilk növbədə, göstərilən ticarət xidmətinin mövcudluğundan asılıdır. İstehlakçıların kafe, mağazaya getmələri və onlardan çıxması nə qədər rahat olarsa, müəssisənin ticarət xidmətinə daxilolma səviyyəsi, yer, giriş rahatlığı və dayanacağın mövcudluğu ilə müəyyən edilir. Buradan belə nəticə çıxır ki, müəssisənin seçilməsində əsas amil onun yerləşməsidir. Müştərilər, əksər hallarda yaşayış və ya iş yerinə yaxın yerlərdə, habelə şəhər mərkəzində yerləşən kafe və ya mağaza seçirlər. Əlverişli yer şirkətə rəqabət üstünlükləri verir və rəqabət qabiliyyətini artırır.

Satışın artmasına vizual komponentləri daxil edən daxili atmosfer təsir göstərir: rəng dizaynı, işıqlandırma, musiqi və qoxular, müştərilər tərəfindən mal və xidmətlərin emosional vəziyyətini və qavranılmasını stimullaşdırır. Bütün bunlar otaqda olma müddətini müəyyənləşdirir. Müəssisələr imicinə uyğun bir atmosfer yaratmağa çox pul xərcləyirlər. Məhsulların satılması (xidmətlər göstərilməsi) və avadanlıqların və digər alət və mexanizmlərin istifadəsi ilə əlaqəli bir sıra xidmətlər göstərilməsi kimi bir müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün belə bir variantın hazırlanması onların yüksək səmərəli işləməyə davamlı hazırlığını təmin etməsi də şübhəsizdir. Düzgün təşkili ilə, satış sonrası xidmət müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin artmasına təsir edən əsas amildir, çünki ehtiyat hissələrinin dəyəri orta hesabla 1,5 - 2,0 dəfə istehsal prosesində istifadə olunan komponentlərin qiymətindən aşağıdır (Сысоева , 2015:285).

Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün marketinq xidmətinin bir sıra taktiki və strateji metod və vasitələrindən istifadə etmək lazımdır. Rəqabət qabiliyyətliliyini təmin etmək bazar şəraitində işin bir növüdür:

- müştəri ehtiyaclarını bilmək və inkişafını proqnozlaşdırmaq;

- rəqib firmaların davranışı və imkanları haqqında bilik və anlayış;

- bazarın daimi monitorinqi;

- ətraf mühit və onun inkişaf istiqamətləri haqqında biliklər;

- belə bir məhsul (xidmət) və onun analoqu üstünlük verəcəkləri marketinq və istehlakçı stimulları sistemini inkişaf etdirmək bacarığı;

- uzunmüddətli perspektivdə bunu reallaşdırmaq imkanı (Sadıqov, 2012:72).

Beləliklə, müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün konseptual metodoloji yanaşmanın formalaşmasının mürəkkəbliyi aşağıdakı amillərlə müəyyən edilir:

- mütəxəssislər bu konsepsiyanın qeyri-müəyyən şərhlərini verir və hər biri müəyyən rəqabət sahəsini əhatə edən və ya hərtərəfli xarakterizə etməyə çalışan bir-birinə zidd təriflər təqdim edir;

- dünya təcrübəsi tərəfindən təsdiqlənmiş və iqtisadi subyektlər tərəfindən müəyyən iqtisadi marağı təmsil edən rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi metodları idarəetməyə elmi yanaşmaları nəzərə almır.

Ancaq hazırkı bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanda bazar münasibətlərinin spesifikliyini nəzərə alaraq rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün təkcə fərdi yanaşmalardan deyil, həm də sistemə inteqrasiyadan istifadə etmək tövsiyə olunur;

- marketinq menecmenti ilə məşğul olan yerli müəssisələrdə yaradılan bölmələr ixtisaslı mütəxəssislərin olmaması, texniki, məlumat və metodik dəstəyin olmaması səbəbindən rəqabətli təhlil apara bilmirlər.

Beləliklə, yerli müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılması problemi hazırda ən aktual məsələlərdən biridir. Dövlət həm regionlarda, həm də biznesdə tədbirlər tətbiq edilərsə, Azərbaycan müəssisələri müasir avadanlıqlardan istifadə edə bilər, elmi və texnoloji tərəqqinin nailiyyətlərindən istifadə edə bilər, Qərb şirkətlərinin təcrübəsindən istifadə edə və müvafiq olaraq dünya bazarlarına çıxa bilər (Əliyev, Həsənov, 2013: 189).

Eyni zamanda, istehlak və əmtəə bazarlarında bazar infrastrukturunu inkişaf etdirmək, çoxsaylı vasitəçi və inhisarçı birlikləri də aradan qaldırmaq lazımdır. Yerli müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin davamlı artması yalnız rəqabət qabiliyyətinin bütün müəyyənedicilərinin uzunmüddətli və davamlı inkişafı ilə mümkündür. Bu, tanınmış iqtisadi qanunlar və idarəetmə, statistika, psixologiya, sosiologiya və digər elmlərin qanunları arasındakı əlaqələrə əsaslanaraq mal və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmək və inkişaf etdirmək üçün aydın vasitələrin hazırlanmasını zəruri edir.

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində təhlil, müqayisəli üsul, sintez, modelləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir. Bundan əlavə, analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə olunaraq, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir.

Analiz

Müəssisənin rəqabətqabiliyyəti ona dəyişən şərtlərə uyğunlaşmaq və ona rəqabət üstünlüyü təmin edəcək qərarlar qəbul etmək qabiliyyətinə və çevikliyinə malikdir. Məhz bu səbəbdən bu məsələ

aktualdır. Eyni zamanda, rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi müəssisə üçün geniş imkanlar və perspektivlər açdığından, mövzunun öyrənilməsi əhəmiyyətlidir.

Nəticə

Tədqiqat zamanı aşağıdakı tövsiyə və nəticələr əldə edilmişdir:

1. Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti bu işdə istehsalın səmərəliliyinin artırılmasına yönəldilmiş potensial imkanlardan tam istifadə etməklə fəaliyyətin təşkili bacarığı kimi müəyyən edilmişdir.

2. Müəssisənin xarici və daxili mühitinin vəziyyətinin öyrənilməsi müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini artıran amilləri müəyyən etməyə və onların əsasında sənaye müəssisələrinin istehsal, idarəetmə və marketinq siyasətinin təkmilləşdirilməsinin effektiv yollarını təklif etməyə imkan verdi.

3. Yerli müəssisələrin xarici bazarlarda rəqabət qabiliyyəti ilk növbədə keyfiyyətindən və istehsal etdikləri məhsulların yüksək beynəlxalq standartlara, ekoloji və sanitariya tələblərinə uyğunluğundan asılıdır. Mühüm rol eyni zamanda istehlakçıların üstünlükləri ilə də oynanılır. Xarici bazarlarda belə məhsulların qiymət rəqabəti ikinci dərəcəli rol oynayır. Hal-hazırda, ilk növbədə daxili bazarda rəqabət qabiliyyətini artırmaq lazımdır.

4. Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına kömək edən əsas tədbirlər araşdırılıb və təklif olunan tədbirlər:

- cari statistik hesabat, habelə xüsusi araşdırmalar və bazar araşdırmaları əsasında rəqabətqabiliyyətlilik sahəsində sistemli tədqiqatların təşkili və istifadəsi;

- mikro səviyyədə idarəetmə və marketinqin təkmilləşdirilməsi, ilk növbədə idarəetmə istehsal xərclərinin azaldılmasına yönəldilməlidir;

- Bazarlar, rəqabət səviyyəsi və onlardakı rəqiblərin biliklərinə, xammal təchizatı və məhsul satışı üçün investor və strateji tərəfdaşlar axtarmağa ehtiyac;

- İstehsalın texnoloji və texniki səviyyəsini artırmaq üçün müəyyən istehlak mallarının istehsalına xarici investorları cəlb etmək. Dünyaca məşhur marka və ticarət nişanlarından istifadə hüquqlarının əldə edilməsində dövlət yardımı.

5. Yerli müəssisələri qorumaq üçün idxal inzibati yollarla, gömrük rüsumlarının artırılması, kvotalar və digər əngəllər qoyulmaması lazımdır.

6. Müasir şəraitdə yerli sənaye istehsalının rəqabət şəraitinə uyğunlaşdırılması zəruridir. Əvvəla, bu, iqtisadi inkişafın mikrorayonuna aiddir, burada rəqiblərin fəaliyyətini təhlil etmək, bazarda rəqabətli davranış strategiyasını hazırlamaq və müəssisənin iş planında inkişaf etdirilmiş tədbirləri həyata keçirmək lazımdır. Eyni zamanda, iri müəssisələrin rəqabətinə əsaslanan, lakin kiçik müəssisələrin fəaliyyətinə mane olmayan bir bazar quruluşunun inkişafı rəqabət mühitinin yaradılmasında böyük rol oynaya bilər.

7. Rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün müəssisələr istehsal potensialını yenidən nəzərdən keçirməlidirlər. Zərərli sahələri ləğv etmək, qeyri-mütərəqqi texnoloji prosesləri yenilikçi və mənbəyə qənaət edənlər ilə əvəz etmək məqsədi ilə müəssisələrin yenidən qurulması. Nəticə istehsal xərclərinin azalması və məhsul satışının artması olmalıdır.

Ədəbiyyatlar

1. 1.Əliyev T.N., Həsənov Ə.H. (2013) "Rəqabət qabiliyyətli sənayedə sahibkarlığın inkişafi". Bakı, "Avropa", 346 s.
2. 2.Sadıqov R. F. (2012) "Rəqabət və marketinq (monoqrafiya)": Bakı "Biznes Universitetinin nəşri", 157 səh.
3. Воронов Д. С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции / Д.С. Воронов // Современная конкуренция. – 2015. - №1. - С. 39-53.
4. Горшков Р.К. Анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия / Р.К. Горшков // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2014. - № 2. - С. 114-117.
5. Дарбаева А.Е. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий сферы сервиса / А.Е. Дарбаева // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов XLVII Международной научнопрактической конференции – Новосибирск, 2015 – С. 244-248.
6. Карпов А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия предприятия / А.Л. Карпов. - Иркутск: ОмГУ. - 2013. - 180 с.
7. Кравченко О.В. Проблемы управления конкурентоспособностью предприятия / О.В. Кравченко. - Саратов: Поволж. межрегион. учеб. центр, 2014. - 194 с.
8. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий. - https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiy
9. Портер М. Международная конкуренция: Пер с англ. / Под ред. и с предисловием Протас В.Ф. - М.: Издательство: ЮНИТИ, 2015. - 424 с.
10. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие / Е.А. Сысоева // Экономические науки. Экономика и управление. - 2015. - № 12. - С. 283–287.
11. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность: учеб.для вузов / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Экономика, 2013. - 504 с.
12. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт диверсификации / А.Г. Шмелев. - М.: Магистр, 2012. - 56 с.

Azərbaycan Respublikasının Kiçik Müəssisələrində Menecmentin Nəzəri Əsasları

Hikmət Quluzadə

hikmatquluzade@gmail.com

Xülasə

Bazar əlaqələrinə keçid mühitinin qarşısında duran ən vacib vəzifələrdən biri də firmalar (təşkilatlar, müəssisələr) həddində idarəedilmənin konseptual və metodoloji problemlərini işləyib tərtib etmək və gerçəkləşdirməkdir. Nəzəri idarəedilmənin innovativliyi iki nöqteyi-nəzərdən vacib önəm kəsb edir. İlk öncə, ölkənin bazar əlaqələrinə keçid mühitində təməl təsərrüfat bölmələrində idarəetmənin müvafiq forma və üsullarının tətbiq olunması, ikincisi, firmanın dünya bazarına çıxışı və xarici iqtisadi münasibətlərin genişləndirilməsi üzrə idarəedilmə praktikasının dərindən mənimsənilməsi tələb edilir. Əks təqdirdə firma həddində effektiv işləmək mümkün olmazdı. Həmin problemlərin tədqiqi istər keçid dövrünün, istərsə də bazar əlaqələrinin tələbidir.

Bazar münasibətləri şəraitində mikroiqtisadi sektorda qarşıda duran ən vacib vəzifələrdən biri də firmalar (təşkilatlar, birliklər) həddində idarəedilmənin nəzəri və metodik problemlərini tədqiq etmək və həll etməkdir. Cari periodda kiçik və orta sahibkarlığın tərəqqisinə hökumət dəstəyi sayəsində ölkədə yeni-yeni təsərrüfat sahələri yaranmaqdadır. Lakin sahibkarlıq sahəsində nəzəri biliklərə malik olmayan sahibkarlar və biznesmenlər təsərrüfatlarını idarə etmək bacarıqlarına malik olmurlar. Ali təhsil müəssisələrində menecment, biznesin idarə edilməsi, marketinq, sənayenin təşkili və idarə olunması ixtisasları üçün kadr hazırlığı bu bölmədə kadr problemlərinin aradan qaldırılmasında geniş önəm kəsb edir. Bu aspektdən, idarəedilmə dərs vəsaiti təzə yaranan və fəaliyyətdə olan cari sahibkarlıq bölmələrinin təşkil edilməsi və idarə olunmasına aid nəzəri biliklər toplusunu özündə ehtiva edir.

Yəni biz menecment dedikdə planlama, təşkil etmə, motivasiya, nəzarət, marketinq və bunların gerçəkləşdirilməsinin prinsip və üsullarını başa düşürük.

Açar sözləri: menecment, metodoloji, biznes

Giriş

Menecment fəaliyyət olmaqla birgə, o cümlədən bir prosesdir. Bu proses firma və təşkilatların son hədəfə çatması üzrə onun fəaliyyətinin gerçəkləşdirilməsinə xidmət edir. Menecment fəaliyyətini təşkil etmək və gerçəkləşdirmək üzrə menecment prosesini, onun mexanizmini ərsəyə gətirmək lazımdır. Menecment prosesi bu bölmədə bütöv funksiyaların, prinsiplərin, üsulların bilavasitə gerçəkləşdirilməsinin məcmusudur.

Ancaq menecment prosesi isə sıralanan bu komponentlərin gerçəkləşdirilməsi ardıcıllığını, icra edilmənin müddətlərini, periodlarını özündə əks etdirir. Deməli, menecment prosesi menecment fəaliyyətinin gerçəkləşdirilməsinin prosedur məcmusudur. Menecment prosesi firmanın fəaliyyətinin bütöv tərəflərini (maliyyə, istehsal, təchizat, marketinq, satış və sair.) əhatəliyi. Elə bir bölmə yoxdur ki, o menecmentdən kənarda qalsın. Əks halda, həmin bölmədə problemlər aşkar olunmaz, analiz olunmaz, onların qarşısı alına və aradan qaldırıla bilməz və bu da firmanın uğursuzluğa düçar olmasına gətirər. Firmada menecment prosesinin təşkil edilməsi və hansı prinsiplər təməlində gerçəkləşdirilməsi başçının və yaxud menecerin menecment bacarığından, qabiliyyətindən və metodologiyasından, bu bölmədəki nəzəritəcrübi biliklərinin vəhdətindən irəli gəlir.

Xarici və Daxili Amillər Haqqında

Təşkilatın müvəffəqqiyyətlərinə təsir göstərən xarici və daxili amillər haqqında biliklər inkişaf etdikcə idarəetməyə müxtəlif yanaşmalar formalaşır. Bunlar: elmi idarəetmə (klassik menecment) məktəbi, inzibati idarəetmə məktəbi, insan münasibtləri və yeniliklər haqqında elmlər məktəbi, idarəetmə

məktəbi (miqdar metodları). Ənənəvi idarəetmə məltəblərin yeniləşdirilməsi (modifikasiyası) baş verir. İdarəetməyə qarşı sistemli və vəziyyətlə bağlı (situasiyalı) yanaşmalar, təşkilatın mürəkkəb bir sosio-texniki system kimi qəbul olunması konsepsiyası inkişaf etməyə başlayır. Tam bir sistemdə ayrı-ayrı hissələr birgə fəaliyyət göstərirlər və bu da, bütövlükdə sistemin tam halda fəaliyyət göstərməsi prosesini təşkil edir. Bir-biri ilə əlaqədə olan müxtəlif cinsli tərkib hissələrinin birgə fəaliyyət göstərməsi sistemin keyfiyyətcə yeni funksional xassələrini meydana çıxarır ki, bunlar da sinergizm effekti hesabına yaranırlar (Şahbazov. və b., 2007: 23). Situasiya ilə bağlı olan yanaşma qəbul edilən idarəetmə qərarlarının alternativliyinə əsaslanır ki, bunlar bazaar mühiti üçün xarakterik olmaqdadır.

Menecmentnin bir elm qismində formalaşıb tərəqqi etməsində menecment məktəblərinin böyük payı olmuşdur. Menecment məktəbləri bu bölmədə nəzəri biliklərin təşkilinda, elmi məqalələrin və əsərlərin tərtibində, elmi təklif və tövsiyyələrin verilməsində özəl rol oynamışdır. Aşağıdakı menecment məktəblərinin yaranıb, müəyyən tarixi periodları keçməsi menecmentin tarixində əlamətdar hadisə qismində dəyərləndirilir (Həsənov, 2016: 43):

1. Elmi menecment məktəbi (1886-1920).
2. Klassik menecment məktəbi (1920 - 1950).
3. İnsani əlaqələr məktəbi (1930 – 1950).
4. İnnovativ menecment məktəbi (1950 - indiyədək).

Elmi menecment məktəbi menecment elminin banisi hesab olunur. Onun nümayəndələrindən Henri Hant, Fredrik Uilson, Teylor, Frenk və Lillian Gilbert və digərlərini nümayiş etdirmək olar. Elmi menecment məktəbi elmin təməlini qoymaqla menecmentə dair yeni konsepsiyalar, elmi fikir və təkliflər irəli sürmüşlər (Abbasov, 2011: 134):

- Menecment əməyi fiziki əməkdən ayrılmalıdır.
- Əmək prosesində iş və vaxt standartlarını tətbiq etmək.
- Təşkilatlarda əməkdaşyə artıq iş üzrə mükafat vermək.
- Əl əməyi yüngülləşdirilməli, bunun üçün müasir texnoloji proseslər tətbiq edilməlidir.

Bundan əlavə elmi menecment məktəbi işdə həvəsləndirmə sisteminin ərsəyə gətirilməsi fikrini irəli sürmüşdür ki, bu da istehsalın tərəqqisinə və artım dinamikasına təsir amili qismində qiymətləndirilmişdir. Bu tip təkliflərin və konsepsiyaların yaranması menecmentnin elmi-nəzəri təməlini təşkil edirdi.

Klassik menecment məktəbinin nümayəndələri birinci dəfə menecment elmini sistemləşdirmiş, onun funksiya, prinsip və üsullarını tədqiq etmişdirlər. Onlar isbat etmişlər ki, menecment fəaliyyəti menecmentin gerçəkləşdirilməsindən irəli gələn funksiyaların toplusundan ehtiva olub, uyğun prinsiplərə təməlli müəyyən üsullar və mexanizmlər təməlində gerçəkləşdirilir. Anri Fayol “İnzibati menecment nəzəriyyəsi” nin banisidir. O, menecmenti menecerin dünyagörüşü qismində dəyərləndirərək, menecmentin təməl funksilyalarını irəli sürmüşdür. Bu funksiyalar aşağıdakılardır (Ağamalıye, Məmmədrzayev, 2011: 104):

Sxem 1. Menecmentin təməl funksiyaları

Mənbə: Ağamalıyev M.Q., Məmmədrzayev M.M., (2011) "Kommersiya fəaliyyətinin təşkili". Dərslik. Bakı, "Səda" nəşriyyatı, məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Onlar menecmentin 3 metodunu təklif edirdilər: inzibati üsul; iqtisadi üsul; sosial-psixoloji üsul.

Sxem 2. Klassik menecment məktəbinin təklif etdiyi menecerlik üslubları

Mənbə: Ağamalıyev M.Q., Məmmədrzayev M.M., (2011) "Kommersiya fəaliyyətinin təşkili". Dərslik. Bakı, "Səda" nəşriyyatı, məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Enri Fayoldan fərqli Max Veber isə "Bürokratik menecment nəzəriyyəsinin" banisidir. O, bürokratik menecmentə qaydalar, əmək bölgüsü, təşkilati struktur, karyera vəzifəsi qismində baxmışdır. Bununla birgə, bürokratik menecmentin mənfi aspektlərini də qeyd etmişdir. Bunlar - sərt qaydalar və ləng qərarvermələrdir.

İnsan əlaqələri məktəbi. Burada idea, sosial qrupların necə təşkilinin və onların effektiv cəmiyyətə çevrilməsinin öyrənilməsini ehtiva etmişdir. (E.Meyo, 1880-1949).İnsani əlaqələr məktəbi hər bir əməkdaşa fərdi qaydada yanaşma tələb edir. Onlar bildirillər ki, əmək prosesində əməkdaşlsrın fərdi xarakteristikaları, tələbat qabiliyyəti, bacarığı, səriştəsi, psixologiyası müxtəlif formada diqqətə alınmalıdır. Bu məktəb menecmentin və fəaliyyətin effektivliyinin artırılması məqsədi ilə, maddi və mənəvi həvəsləndirməni, menecmentdə insan amilini, iş mühitini, ictimai əlaqələri diqqətə almağı vacib hesab edirdi. İnsani əlaqələr məktəbinin nümayəndələrindən Elton Mayo, Meri Follet, Abraham Maslou və digərlərini nümunə çəkmək olar. Meri Follet idarəedilməin "başqalarının köməyi ilə işlərin icra edilməsinin təmin edilməsi" qismində hesab edirdi. Abraham Maslou və Elton Mayo belə hesab edirdi ki, əmək effektivliyini artırılmasına nail olmaq üzrə təkcə maddi motiv amili şərt deyildir. Bu vaxt əməkdaşlar arası əlaqələrin düzgün qurulması və menecmenti, misal üçün əməkdaşlarla məsləhətləşmələr aparmaq, kollektivdə yaxşı ünsiyyət formalaşdırmaq, onların tələbatları, problemləri ilə maraqlanmaq önəmlidir. İnsani əlaqələr məktəbinin nümayəndələri

aşağıdakı məsələləri tədqiq etmişlər (Плотников, 2017: 101):

1. Fərdi davranış.
2. Qrupların meydana gəlməsi.

3. Qrup davranışı.

4. İnsanlararası münasibət.

5. Motivasiya.

6. Liderlik.

Menecmentin mövcud elmi məktəbləri əsasında idarəetmənin yeni konsepsiyaları inkişaf etməyə başladılar ki, bunlar da social sistemlərin həyat fəaliyyəti prosesində humanism və liberallaşmameyllərini əkc etdirirlər. Yeni yanaşmaların mahiyyətini "Manaqment ohne Hierarie" (iyerarxiyasız menecment) əks etdirir ki, o da aşağıdakı məqsdələri qarşıya qoyur (Плотников, 2017: 25):

- resurslar və inf ormasiya üzərində birtərəfli qaydada sərəncam verмək hüququnun legitimləşməsindən imtina olunması;

- hakimiyyət səlahiyyətlərinin şəxssizləşdirilməsi və ikili (dual) «sanksiya» və "mükafatlandırma" prinsipinin ləğv olunması;

- yüksək özününizamlama potensialına malik olan avtonom qrupların təsis olunması;

- birtərəfli iqtisadi nəticələrə istiqamətlənin əvəzində insanpərvər dəyərlərin və rəftar formalarının bərqərar olması;

- sahibkarlıq qərarlarının qəbul olunması zamanı iqtisadi tələblərin nəzərə alınması.

İstehsalat sferasında aşağıdakı konsepsiyalar inkişaf almışlar (Баженов, 2009: 99):

- Just-in-Time Production (JIT), istehsalatda və onunla əlaqədar fəaliyyət dairələrində itkilərin aradan götürülməsinə yönəldilən menecmentin fəlsəfəsini əks etdirir. Ancaq o miqdar məhsul istehsal olunmalıdır ki, həmin məhsul müəyyən olunmuş müddətə lazım olacaqdır;

- Total Quality Control (TQC), zəmanətli keyfiyyət konsepsiyasını əks etdirir, yəni istehlakçıların tələblərinin daha yaxşı təmin olunması üçün bütün istehsalat halqaları işçilərinin əhatə olunmasını nəzərdə tutur;

- Total Productive Maintenance (TCP). İstehsalat sisteminin effektivliyinin kompleks olaraq qaldırılmasına və bu prosesə təşkilatın bütün işçilərinin cəlb olunmasına istiqamətlənən konsepsiya;

- təşkilatın təşkil olunmasının ənənəvi formalarının çatışmazlıqlarını aradan qaldırmaq üçün son vaxtlar "mükəmməl" müəssisə konsepsiyası (Lean Manaqment/Lean production) işlənib hazırlanmışdır. Konsepsiya "mükəmməllikliyin" fəlsəfəsini təklif edir; müasir təşkiilatın 10 prinsipini özündə cəmləşdirir. "Mükəmməl" müəssisənin özəyini, mahiyyətini "mənfəət mərkəzləri" təşkil edirlər ki, onlar da məhsula istiqamətlənmişlər və özünün məhsulunun iqtisadi nailiyyəti üçün məsuliyyət daşıyırlar;

- bençmarkinq. Müəssisənin fəaliyyətinin fasiləsiz olaraq təkmilləşdirilməsinə və onun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına yönəldilmişdir. O, müəssisənin fəaliyyətinin təhlilinin və qiymətləndirilməsinın sistematik olaraq: əsas rəqiblərin bazardakı nailiyyətləri ilə; elm, texnika, texnologiya və digər sahələrin obyektiv inkişaf meylləri ilə; beynəlxalq təcrübədə yeksək nailiyyətlər ilə müqayisə olunmasına əsaslanır;

- biznesin reinjinirinqi.

Konsepsiya təşkilatın quruluşunun ənənəvi əsaslarının və onların təşkilati mədəniyyətinin yenidən baxılmasına, onların biznesproseslərinin köklü qaydada yenidən layihələşdirilməsinə əsaslanır. Biznesin reinjinirinqi hər şeyi yenidən, sıfırdan başlamaq deməkdir.

Menecment prosesinin nə dərəcədə effektiv və keyfiyyətli olub-olmamasını təyin edən meyar fəaliyyətin nəticəsidir. Bu məqsədlə firmanın fəaliyyətinin nəticələri öncəki periodla müqayisə edilir. Əgər tərəqqi və irəliləyiş varsa, bu menecmentin effektivliyinin nəticəsi qismində dəyərləndirilir. Əgər nəticə müsbətdirsə menecmenti keyfiyyətli və effektiv hesab etmək olar. Əks halda menecment keyfiyyətsiz və səmərəsiz hesab edilir. Bu halda firma başçıları təşkilati struktura təkrar baxmalı, əmək və vəzifə bölgüsündə ciddi transformasiyalar etməli, menecmentin funksiyaları, prinsipləri və üsullarının lazımi həddə gerçəkləşdirilməsi barəsində düşünməlidirlər.

İnnovativ periodda gerçəkləşdirilən iqtisadi islahatlar menecment sistemində aparıcı sahibkarlıq prosesi texnologiyaların tətbiq olunması, dəyişikliklərin gerçəkləşdirilməsində qabaqcıl metod və yanaşmaların istifadə olunmasını tələb edir. Ölkəmizdə bazar əlaqələrinə keçidlə əlaqəli var olan iqtisadi şərait planlaşdırmada innovativ yanaşmanın ön plana keçməsinə mühit ərsəyə gətirir. Belə ki, bu gün biznes qarşısında duran təməl vəzifələrdən biri də meydana gələn yeni sahibkarlıq prosesi-ideyaların gerçəkləşdirilməsində qəbul olunan qərarların maksimum effektivliyini təmin edən innovativ planlaşdırma formalar və modellərinin tətbiq olunmasını ehtiva edir.

Azərbaycanda Biznes-planların geniş tətbiqi XX əsrin 90-cı illərinin ortalarına təsadüf edir. Bu dövrdə ölkədə fəaliyyət göstərən bir sıra proqramlar (MDB ölkələrində iqtisadi islahat proseslərinin tezləşdirilməsinə yardım üzrə Avropa İttifaqının TACİS proqramı) və xarici maliyyə institutları, Dünya Bankının maliyyə qurumu olan Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası (İFC), Avropa Yenidənbərpa və İnkişaf Bankı (EBRD) Biznes-planların gündəmə gətirilməsində özünəməxsus rol oynamışlar (Candi, & Gemser, 2012:54).

Biznes-planlar adətən iki hədəf üzrə tərtib edilir(Candi, & Gemse, 2012: 23):

1. Xarici istifadə üzrə. Hədəf - İdeyanın gerçəkləşdirilməsi üzrə sərmayədarların axtarılması.

2. Daxili istifadə üzrə. Hədəf - İdeyanın gerçəkləşdirilməsinin menecment alətlərinin təmin olunması.

Biznes-Planların Tərtib Edilməsi

Biznes-plan tərtib edilməsi bölməsində fəaliyyət nümayiş etdirən ekspertlərin rəyincə, ilk mərhələdə daxili istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes-planların tərtibi daha məqsədəmüvafiqdur. Belə ki, onun tərtibi prosesində xarici istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes-planlarda əks edilməsi o qədər də önəmli olmayan çoxlu sayda məqamlara baxıla bilər. Ancaq bu məqamların intensiv öyrənilməsi, investorların da bütöv suallarını cavablandırmağa hazır olmağa mühit ərsəyə gətirir. Əslində, nəzərdə tutulan ideyanın gerçəkləşdirilməsi ilə əlaqəli lazım olan bütöv sualların tam formada cavablandırılmamağı, irəlidə ideyanın iflasa uğramasına səbəbiyyət verə bilər. Misal üçün, var olan istehsal bölməsində daxili istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes planının olmaması, həqiqətən də sərmayəyə ehtiyac duyulduğunu və yaxud daxili potensiallar hesabına istehsal gücünün yüksəldilməsi mümkünlüyünü dəyərləndirməyə potensial vermir. Bu halda investorun var olan sahibkarlıq prosesinə cəlb olunması yaxşı düşünülmüş taktiki qərar deyil, sadəcə onun xilaskar qismində qəbul olunmasıns səbəb olur. Nəticədə, csri sahibkarlıq prosesindən investora pay vermədən də tərəqqi etməyin mümkünlüyü aydın olanda, aldadılmış və istismar olunmuşluq hissləri insanı tərk etmir. Bütöv variantlar və tərəqqi

strategiyası, daxili istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes planında işlənib tərtib edilməlidir. Bunun nəticəsi qismində sərmayə cəlb olunmasının təməllı olması, həm var olan sahibkarlıq prosesinin, həm də investorun maraqlarını qoruyan partnyorluğun başlanğıcı ola bilər. Beləcə, daxili istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes planının tərtibi, gerçəkləşdirilməsi nəzərdə tutulan fikrin istər daxili, istərsə də xarici motivlərinin təmin olunmasında özünəməxsus rola sahibdir. Sahibkarlıq prosesində ən böyük qəbahət özünü aldatmaq ola bilər. Bu mənada, xarici istifadə üzrə nəzərdə tutulmuş biznes planı bir çox hallarda həqiqəti əks etdirmir və hər bir şeyin yüksək həddə olduğunu nümayiş etdirir. Özünü təbliğatın bu şəkli son nəticədə dağıdıcı faktora çevrilə bilər. Deməli, plan sahibkarlara yeni ideyanın gerçəkləşdirilməsi yönündə aşağıdakı məsələləri həll etməyə potensial verir (İmanov, 2009: 77):

- Perspektiv satış bazarının tutumunu, satış xəttlərini, dəyər siyasətini və tərəqqi perspektivlərini öyrənmək;

- Bazarda tələb edilən məhsulun (iş və yaxud xidmət) istehsalı üzrə xərclərin düzgün dəyərləndirilməsini gerçəkləşdirmək, onun satış dəyərlərini və nəzərdə tutulmuş ideyanın potensial qazanclılığını müəyyən etmək;

- Yeni ideyanın gerçəkləşdirilməsinə mane olan faktorları və onların aradan götürülməsi yollarını müəyyən etmək;

- Yeni ideyanın lazımi həddə gerçəkləşdirilməsinə müntəzəm nəzarət yollarını müəyyən etmək.

Bu deyilənlər, biznes planın təzə ideyanın gerçəkləşdirilməsində, sahibkarlığın tərəqqi etdirilməsində və nəhayət, planlaşdırmanın hökumət strategiyasının təşkilində özünəməxsus rola sahib olmasından xəbər verir.

Xüsusən qeyd etmək lazımdır ki, hazırda Azərbaycanda biznes planlaşdırmanın əsas məqsədi potensial sərmayədarların və tərəfdaşların cəlb edilməsindən ibarətdir.

Biznes-plan sahibkarlıq subyekti qarşısında duran strateji və taktiki vəzifələrin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur.

Biznes-plan hər hansı konkret struktura malik deyildir. Lakin bütün Biznes-planların hazırlanmasına aid edilən ümumi tələblər mövcuddur. Aşağıda Biznes-plan hazırlanmasında nəzərə alınması vacib olan əsas tələblər göstərilmişdir (Həsənov, 2016: 320):

• Biznes-plan qısa olmalı, lakin biznesin bütün əsas xüsusiyyətlərini özündə əks etdirməlidir;

• Biznes-planın hazırlanmasında ümumi istifadədə olan terminlərdən istifadə edilməlidir;

• Biznes-plan sadə və dolğun olmalıdır;

• Biznes-plan real fərziyyələrə əsaslanan həqiqi təhlillər üzərindən hazırlanmalıdır;

• Biznes-planda ikinci dərəcəli məlumatlar verilməməlidir. Bu məlumatların əlavə şəklində verilməsi məqsədəuyğundur;

• Biznes-planda nəzərdə tutulan ideyanın reallaçdırılması istiqamətində mövcud olan çətinliklər obyektiv qiymətləndirilməlidir;

• Maliyyə hesablamaları dəqiq aparılmalıdır;

• Mövcud risklər və onların dəf olunması yolları araşdırılmalıdır; • Qeyri-müəyyən proqnozlar verilməməlidir;

• Bir çox sərmayədar üçün vacib olan İdarəetmə, Mövcud və planlaşdırılan maliyyə göstəriciləri, Məhsul (iş və ya xidmət), Marketinq planı bölmələri güclü arqumentlər əsasında hazırlanmalıdır;

• Biznes-plan cəlbedici formada tərtib edilməlidir;

• Biznes-plan, təqdim olunacaq təşkilat və ya maliyyə institutunun tələblərinə cavab verməlidir;

• Biznes-planın nüsxələrinin miqdarı, onun baxılması üçün kifayət qədər olmalıdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, biznes planlaşdırma, əslində, çox zəhmət və uzun müddət tələb edən prosesdir. Biznes planlaşdırma üzrə bir çox mütəxəssislər, onun dolğun hazırlanmasına təqribən 200 saat vaxt tələb olunduğunu qeyd edirlər.

Biznes-planın tələblərinin həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı prinsiplərə riayət edilməsi vacibdir (Həsənov, 2016: 61):

• Mühitə uyğunlaşma. Sahibkarlıq subyektinin daim dəyişən mühitə uyğunlaşması. Bu prinsipə əməl olunması daxili və xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin Biznesplanda nəzərə alınmasını tələb edir;

• Fasiləsizlik. Planlaşdırmanın sürüşkən xarakter daşıması. Planlara yenidən baxılması və onların dövrlər üzrə (ay, rüb, il) sürüşdürülməsini nəzərdə tutur;

• Əlaqəlilik. Bütün qüvvənin mərkəzləşdirilməsi və birləşdirilməsi. Hər şey qarşılıqlı əlaqəli olmalı və ümumi məqsədə xidmət etməlidir;

• İştirak. Sahibkarlıq subyektinin fəaliyyət prosesinə birbaşa aid olanların hamısının iştirakının təmin edilməsidir;

• Adekvatlıq. Planlaşdırma prosesində real problemlərin və özünü qiymətləndirmənin əks olunmasıdır;

• Komplekslik. Sahibkarlıq subyektinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin bütün istiqamətlərinin kompleks şəkildə əks olunmasıdır;

• Variantların çoxluğu. Qarşıya qoyulmuş hədəfə nail olmaq üçün alternativ variantlardan ən əlverişlisini seçmək imkanı. Bu prinsipə əməl olunması, Biznes-planın müxtəlif ssenarilər üzrə hazırlanmasını tələb etməsidir;

• Çoxtərəflilik. Biznes-planın hazırlanmış bölmələrinin çoxtərəfli əlaqələndirilməsi imkanlarının olmasıdır.

Biznes planın tərtibi (Евсенко, 2011: 85):

1. Biznes planlar aiz aidiyyatı olan xidmət bölmələri ilə əməkdaşlıq təməlində tərtib eə bilərsiniz. Bu əksər hallar üzrə xarakterikdir; Lazımı istehsal menecmenti təhsiliniz olmadığı təqdirdə bank adətən öz xidmətini təklif kimi edir.

2 Xidmət təklifi sizin aidiyyatı olan iqtisadi, yaxud sahibkarlıq prosesi idarəçiliyi təhsilinə, banklar ilə iş və planların tərtib edilməsi bölməsində praktikaya sahib olmalıdır. Ancaq bu halda xidmət təklifi edən ideyalarınızın planda öz ifadəsini tapması və doğru əsaslandırılması üzrə sizə dəstək ola bilər.

Biznes-plan hazırlanmasında müasir texnologiyaların mənimsənilməsi, bu gün sahibkarlar qarşısında duran əsas vəzifələrdəndir. Ümidvarıq ki, bu fəsildə Biznes-plan hazırlanması ilə əlaqədar əks olunmuş metodologiya, yuxarıda adı çəkilən vəzifənin həyata keçirilməsində özünəməxsus rol oynayacaqdır

Metod

Tədqiqatın kiçik biznesdə nəzəri keyfiyyətli menecment anlayışı, bu menecment sistemlərinin əsas metodları, tələbləri, keyfiyyətli menecment keyfiyyətə nəzarət, keyfiyyətin təminatı, menecment texnologiyaları haqqında nəzəri məlumatlar təşkil edir. Tədqiqat işində iqtisadi analiz, müqayisəli təhlil metodlarından və s. üsullardan istifadə olunmuşdur.

Analiz

Menecerlər menecment prosesini elə tərtib etməlidirlər ki, bu proses firmanın son hədəfə nail olmasına xidmət etsin (Qafarov, 2014: səh. 63). Menecment prosesi firmada bütöv əməkdaş qüvvəsi və əmək vasitələrini hərəkətə keçirməlidir. Bundan əlavə menecment prosesi az xərc sərf etməklə çox qazanc əldə olunmasını nəzərdə tutur.

Nəticə

Bu gün də Biznes-planlaşdırmanın Azərbaycanda inkişaf etməsində və müasir tələblərə cavab verməsində aparıcı rol həm respublikamızda fəaliyyət göstərən beynəlxalq maliyyə institutlarına, həm də xarici sərmayədarlara malikdir. Doğrudur bu gün artıq Biznes-plan Azərbaycanda sərmayə cəlb edilməsi üçün tələb olunan əsas sənədlərdən birinə çevrilmişdir. Lakin bəzi yerli maliyyə institutları və sərmayədarlar hələ də Biznes-plana layiqincə qiymət vermir və onu nominal sənəd kimi qiymətləndirir. Yeni iqtisadi şəraitdə lazımi qərarların qəbul edilməsi üçün ən əlverişli variant Biznes-planların geniş tətbiq edilməsidir. Təcrübə göstərir ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində, tələb olunan səviyyədə hazırlanmış Biznes-plan olmadan, yüksək nailiyyətlərin əldə edilməsi qeyri-mümkündür.

Dəyişən şəraitə uyğun olaraq sistematik yenilənən Biznes-planın olmamağı nəzərdə tutulan ideyanın həyata keçirilməsində zəif idarəetmədən, mövcud vəsaitlərə nəzarətin aşağı səviyyədə olmasından, rəqabətli mühitdə uzunmüddətli stabilliyin əldə olunmasının qeyri-mümkünlüyündən xəbər verir. Beləliklə, , Biznes-plan sahibkarlıq prosesini planlama və icra etmə bölməsində başlanğıc nöqtəsi və təməldir. Bazar iqtisadiyyatı tərəqqi etmiş bütöv qabaqcıl ölkələrdə planlar artıq çoxdan öz layiqli olan yerini tutmuşdur. Hazırda ölkəmiz, həm maliyyə ehtiyatlarının əldə olunması, həm şəxsi sahibkarlıq prosesi ideyaların formalaşdırılması, həm də var olan sahibkarlıq prosesilərinini dəyərləndirilməsi yönündə önəmli alət olan biznes-planların tərtibi bölməsində praktika toplamaqdadır.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.B., (2005)" Biznesin əsasları".,Bakı, 655 səh.
2. Abbasov A.B., (2010) "Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri". Bakı, 365 s.
3. Abbasov A.B.,(2011) "Biznesin təşkili və idarəedilməsi"- Bakı
4. Ağamalıyev M.Q., Məmmədrzayev M.M., (2011) "Kommersiya fəaliyyətinin təşkili". Dərslik. Bakı, "Səda" nəşriyyatı,
5. Həsənov H.N., (2016) "Biznesin inkişaf strategiyası" Bakı 412 səh
6. İmanov Ə.Ş., (2009) "Kiçik sahibkarlıq". Dərs vəsaiti. Bakı, "Elm"nəşriyyatı, 368 səh.
7. Enterprise and Regulatory Reform,.
8. Candi, M., & Gemser, G. (2012). "Design Effectiveness Industry Report".
9. Баженов А. Ю. (2009) "Малые производства"

10. Евсенко Д. А. (2011) “Малый бизнес в Западной Европы”
11. Плотников Д.А. (2017) “Инвестирование инновационной деятельности наукоемких высокотехнологичных предприятий”. Москва, “ИНФРА-М”, 319 с.

İnsan Kapitalının İnkişafı və Onun İnkişafında Gender Bərabərliyi Siyasəti

Ziba Kərimova

ziba.karimm@gmail.com

Xülasə

Dünyanın qabaqcıl ölkələrinin inkişafı yeni bir iqtisadiyyatın – bilik iqtisadiyyatı, innovasiya, qlobal informasiya sistemlərinin formalaşmasına təkan verdi. Yeni iqtisadiyyatın əsasını müasir cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi olan insan kapitalı təşkil edir. İnsan kapitalı (human capital) – insanın və bütövlükdə cəmiyyətin müxtəlif ehtiyaclarını ödəmək üçün istifadə olunan bir anlayışdır. Bu termindən ilk dəfə 1958-ci ildə amerikalı iqtisadçı Ceykob Minser, 1961-ci ildə Teodor Şults istifadə etmişdir. 1964-cü ildə isə Geri Bekker bu ideyanı inkişaf etdirərək, insan davranışına iqtisadi yanaşma tərtib etdi (Корицкий 2000). Müasir iqtisadiyyatda insan kapitalı həm rəqabət mühitində üstünlüyün əldə edilməsi, həm də iqtisadi artımın keyfiyyət parametrlərinin təmin edilməsində həlledici rol oynayır. Əvvəlcə insan kapitalı dedikdə insana qoyulan investisiyalar, iş qabiliyyətinin artırılması, təhsil və peşə bacarıqları başa düşülürdü. Daha sonralar bu anlayış genişləndi. Hal-hazırda insan resursları dedikdə ağıla ilk gələn anlayışlardan biri də məhz insan kapitalıdır. Dünya Bankının məlumatlarına əsasən isə insan kapitalına istehlak xərcləri - ərzaq, geyim, təhsil, səhiyyə, mədəniyyət və s. xərclər aiddir. İnsan resursları insan və iqtisadiyyat arasında bir körpüdür. Müasir iqtisadiyyatda insana təkcə işçi qüvvəsi kimi yanaşılmır. İdarəçilik və istehsalatdakı rolu, fəaliyyəti nəzərdə tutulur. Aparılan bu tədqiqatın qarşısına qoyduğu əsas məqsəd Azərbaycanda insan resurslarının idarə olunması sahəsindəki vəziyyətin araşdırılması, ölkə iqtisadiyyatında insan kapitalının rolunun müəyyənləşdirilməsi və iqtisadiyyatda gender bərabərliyinin araşdırılmasıdır. Eləcədə tədqiqat sonunda müəyyən təklif və tövsiyələrin də ortaya çıxması da gözlənilməndir.

Açar sözlər: insan resursları, insan kapitalı, milli iqtisadiyyat, gender bərabərliyi.

Giriş

Müasir dövlətlərin iqtisadiyyatının inkişaf səmərəliliyi insan kapitalından olduqca çox asılıdır. İnsan kapitalı modern cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi olmaqla yanaşı, həm də yeni iqtisadiyyat – bilik, innovasiya iqtisadiyyatı, qlobal informasiya sistemləri, ən son texnologiyaların qurulması üçün əsasdır.

Sosial-iqtisadi inkişaf xüsusilə ötən əsrin ikinci yarısından və XXI əsrin başlanğıcından etibarən insan faktorunun artan rolu ilə xarakterizə olunur. İnsan kapitalının müasir nəzəriyyəsinin əsasında G.Bekkerin məntiqi sxemində ifadə etdiyi, insan davranışına olan iqtisadi yanaşma durur:

- qabiliyyət, bilik, peşə bacarıqları və motivasiya əməyin satışı zamanı kapitala çevrilir;
- əmək kapitalının artması istehsal və əmək məhsuldarlığının inkişafına töhfə verməlidir;
- kapitaldan düzgün istifadə işçi gəlirlərinin artımına səbəb olmalıdır;
- gəlir artımı işçilərin bilik və bacarıqlarını artırmaq, daha sonra isə səmərəli şəkildə inkişaf etdirmək üçün təhsilə, sağlamlığa investisiya qoymağa təşviq edir (Беккер, 2003).

Ümumi belə deyə bilərik ki, iqtisadiyyatda insan kapitalı dedikdə şəxsin gəlir əldə etmək üçün istifadə etdiyi bilik, sağlamlıq, bacarıq və təcrübə ehtiyatı nəzərdə tutulur. Bu yalnız insanın sahib olduğu bilgi və bacarıqlar toplusu deyildir. İnsan kapitalı özündə aşağıdakıları ehtiva edir:

- əldə olunmuş bilik, bacarıq ehtiyatı;
- bu ehtiyatlardan istifadə imkanı;
- işçidə maraq yaradan, insan kapitalına sərmayə qoyan, gəlirin artması;
- hər bir insanın ayrılmaz hissəsi olan istedadları;
- motivasiya (Призова, 2017).

İnsan reursları ölkəmizdədə kifayət qədər bilinən bir anlayışdır. İstər ölkə miqyasında istərsə də ayrı-ayrı müəssisə və təşkilatlar çərçivəsində bu sahəyə diqqət ayrılır, daim inkişaf etdirilir. Artıq insan resursları, insan kapitalı dedikdə adı çəkilən sferaya təkcə "kargüzarlıq" kimi yanaşılmır. Bunda ölkə başçısının gördüyü islahatların rolu da əvəzedilməzdir. Prezident cənab İlham Əliyevin 2016-cı il 16 mart tarixli 1897 saylı Sərəncamına əsasən milli iqtisadiyyatı və iqtisadiyyatın 11 sektorunu əhatə edən "Strateji Yol Xəritəsi" tərtib olunmuşdur ki, bu sənədin milli iqtisadiyyat bölməsində insan kapitalına geniş yer verilmişdir.

Məqalədə toxunulan digər məsələ isə insan resursları və iqtisadiyyatda gender bərabərliyidir. Bu mövzu nəinki Azərbaycan, hətta qlobal arenada çox müzakirə olunan bir mövzudur. Xüsusilə son dönəmlərdə qadınların iqtisadiyyata, əməyə cəlb olunması müsbət yöndə inkişaf etməkdədir.

Metod

Təqdiqatın informasiya bazasını yerli və xarici məqalələr, mövzu ilə bağlı yerli dərsliklər, Azərbaycanın dövlət qurumları tərəfindən dərc olunmuş rəsmi statistik məlumatlar təşkil edir. Metod olaraq isə analiz, məntiqi ümumiləşdirmə, analiz və sintez metodlarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

İnsan kapitalı nədir? İnsan kapitalı əhalinin sağlamlığı, bacarıqları, bilik və təcrübəsidir. İnsanlara sağlam qidalanma, inkişaf etmiş səhiyyə, keyfiyyətli təhsil, peşə imkanlarının yaradılması kimi investisiyaların qoyulması, ifrat yoxsulluğun aradan qaldırılması və daha möhkəm təmələ malik bir cəmiyyətin formalaşmasına gətirib çıxarır (Quliyev, 2013).

XXI əsrdə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının strateji əhəmiyyətli istiqamətlərindən biri də innovativ iqtisadiyyata keçiddir. Burada əsas prioritet bilik, innovasiya, ən son texnologiyaların tətbiqi, yaradıcılıqdır. Yenilikçi cəmiyyətin inkişafı ilk növbədə insan kapitalına qoyulan sərmayələrdən asılıdır. İnsan kapitalı daha çox gəlir əldə etmək üçün peşə biliklərindən və iş kollektivinin potensialından ibarət olan mürəkkəb bir kateqoriyadır. Amerikalı iqtisadçı, Nobel mükafatı laureatı Teodor Şults öz fikrini belə əsaslandırırdı: İnsan kapitalı digər kapital növlərində olduğu kimi investisiyalardan – məsələn təhsil, peşə təhsili və s. qidalanmalıdır (Ильина, 2012).

İnsan kapitalının formalaşması 6 amilin təsiri altında baş verir:

1)İnteqrasiya amili - regional və dünyəvi əmək və intellektual resurslarının birləşdirilməsi prosesidir (milli kimliyi qorumaqla). İnteqrasiya amili insan inkişafı indeksində əks oluna bilər. Bu göstərici dövlətdə insan kapitalının inkişaf səviyyəsini əks etdirən elementlərdən biridir. Bu amil sayəsində işçilərin bilik və peşəkarlıq inteqrasiyasını müşahidə etmək olar;

2)Coğrafi amil – işçinin bacarıqlarının regional və ya dünya səviyyəsində ötürülməsidir. Bu amil insanın istənilən əmək bazarındakı rəqabət qabiliyyətini göstərir. Qloballaşmanın inkişafı ilə müxtəlif dövlətlərin insan kapitalının birləşdiyini müşahidə edə bilərik.;

3)Sosial-demoqrafik amil - əhali, peşə və təhsildəki dəyişikliklərin öyrənilməsi və təhlilinə əsaslanır. Sosial-demoqrafik amil insanın inkişaf səviyyəsini və müasir istehsalatdakı rolunu əks etdirir. Demoqrafik faktor üzrə insan kapitalının analizi gələcəkdə kadrların region və ya ölkə üzrə strukturunu formalaşdırır. Aşağıdakıları diqqətdən kənar qoymamalıyıq:

a) qadınların artan sayı, iqtisadi cəhətdən fəal əhali və ənənəvi "kişi" işlərinə yiyələnmək;

b) qocalmış işçi qüvvəsi.

4)Ekoloji amil – insan sağlamlığı ilə əlaqəli olduğu üçün, birbaşa olaraq insan kapitalından asılıdır. Təhsil sisteminin bütün pillələrində əhalinin ekoloji maarifləndirilməsi millətin davamlı inkişafını təmin etməyə qadirdir;

5)Sosial-maddi amil – insan kapitalının formalaşmasına yönəldilmiş investisiyalardan cavabdehdir. İnsan kapitalına investisiya qoymaq – birbaşa olaraq təhsilə təsir etməklə, insanın bacarıq və biliklərini artırır. Əmək məhsuldarlığının artmasına təsir edən xərcləri investisiya hesab etmək olar. Çünki bu xərclər gələcəkdə artan gəlirlər sayəsində dəfələrlə kompensasiya olacaqdır.

6)İqtisadi amil – milli potensialın inkişafına kömək edən bir amildir. Buna təsir göstərə bilər: hökümətin iqtisadi inkişaf səviyyəsi, mövcud iqtisadi siyasətin xüsusiyyətləri, hökümətin maliyyə sisteminin hazırki vəziyyəti (Тугускина, 2016).

İnsan kapitalının strukturu:

a) individual insan kapitalı (mikrosəviyyə) – bu sonrakı münasibətlərin yaranması üçün baza səviyyədir;

b) korporativ insan kapitalı (mezosəviyyə) – təşkilat daxilindəki insan kapitalıdır;

c) milli insan kapitalı (makrosəviyyə).

Mikrosəviyyə özündə fərdi insan kapitalını ehtiva edir. Öz növbəsində bu kateqoriya 5 hissəyə bölünür: məmnuniyyət kapitalı, intellektual kapital, sağlamlıq kapitalı, mədəni-mənəvi kapital, sahibkarlıq kapitalı. Mikrosəviyyə işçinin yalnız peşəkar resurslarını xarakterizə etmir. O həmçinin sahibkarlıq keyfiyyətlərini, məsuliyyətini əks edir. Bu səviyyə növbəti iki səviyyənin formalaşması üçün sanki bir platforma, təməldir. Eyni zamanda mikrosəviyyəni yaradan münasibətlər müstəqildirlər və bir-birindən asılı deyillər.

Mezosəviyyə bir-biri ilə əlaqəli dörd hissədən ibarətdir: qeyri-maddi kapital, idarəedici kapital, siyasi kapital, patent kapital. Korporativ insan kapitalı fərdi kapital əsasında formalaşdığı üçün, onun elementləri birbaşa olaraq fərdi kapitaldan asılıdır. Şirkətin əmək ehtiyatları intellektual kapital və sağlamlıq kapitalı hesabına formalaşır. Eyni zamanda qeyri-maddi kapital idarəedici kapitala ehtiyac duyur. İdarəedici kapital isə sahibkarlıq kapitalı hesabına formalaşır. Həm də onun formalaşmasına korporativ və siyasi kapital da təsir edir.

Makrosəviyyə milli insan kapitalıdır. Bu iqtisadi göstərici dörd hissədən ibarətdir: milli sağlamlıq kapitalı, milli rəqabət üstünlüyü kapitalı, siyasi kapital, sosial kapital. Bu səviyyə mezosəviyyə əsasında formalaşır.

Ümumilikdə qeyd etmək olar ki, insan kapitalı termini ölkələr arasında getdikcə sürətlə yayılmaqdadır. Yüksək inkişafı diqqətə alan hər bir ölkə iqtisadiyyatını bu anlayış üzərində inkişaf etdirir. Dünya təcrübəsinə əsasən qeyd etmək lazımdır ki, ölkənin inkişafı təkcə onun sahib olduğu maddi və təbii resurslardan asılı deyildir. Burda əsas yük elə məhz insanın üzərinə düşür. Mövcud resurslardan doğru istifadə həm insan kapitalına, həm də ölkəyə təbii ki müsbət təsirsiz ötüşmür. Nümunə olaraq Qərbi Avropa ölkələri, Yaponiya, ABŞ kimi ölkələrin təhlilini etsək görərik ki, onların keçdiyi bu inkişaf yolunda başlıca səbəb təhsil, elm və texnologiyaya ayrılan diqqətdir. Xüsusilə də bu Yaponiyaya daha çox aiddir. Təbii sərvətləri olduqca az olan bu ölkə olduqca böyük potensiala sahib, dünya arenasında güclü mövqe qazanmış bir ölkəyə çevrilmişdir.

Dünya Bankının 2018-ci ildə dərc etdiyi insan kapitalı indeksində ilk sıralarda olan dövlətlərə nəzər yetirdikdə insan kapitalı və onun iqtisadiyyatdakı rolunu anlamaq mümkündür. Sıralama ilk beş ölkə üzrə aşağıdakı kimidir:

1. Sinqapur
2. Cənubi Koreya
3. Yaponiya
4. Honkonq
5. Finlandiya

Azərbaycan isə bu sıralamada 69-cu yerdə qərarlaşmışdır (World Bank, 2018).

Dünya Bankının apardığı tədqiqatlar göstərir ki, ABŞ-ın milli sərvətinin 76%-ni insan kapitalı təşkil edir. Bu göstərici Avropa ölkələrində təqribən 74%, Rusiyada isə 50%-dir. Ekspertlərin fikrincə, inkişafa təkan verən əsas bir göstərici də universitetlərdir. YUNESKO-nun ekspertləri düşünür ki, orta təhsildən sonrakı təhsil pillələri ölkə iqtisadiyyatının inkişafı üçün olduqca vacibdir. Azərbaycan universitetlərində təhsil səviyyəsini yüksəltmək üçün elmi-texniki bazanı genişləndirmək, innovasiyaların tətbiqini davamlı hala gətirmək, dərs metodlarını müasir tələblərə uyğunlaşdırmaq mütləqdir. Unutmamalıyıq ki, indinin tələbələri gələcəkdə Azərbaycan iqtisadiyyatının daha da güclənməsində töhfə verəcək fərdlərdir. Təhsil səviyyəsinə görə 2019-cu ildə ən yaxşı hesab olunan ilk beş ölkə bunlardır:

1. ABŞ
2. Böyük Britaniya
3. Kanada
4. Almaniya
5. Fransa

Müstəqillik qazandıqdan sonra Azərbaycan sürətli bir inkişaf yolu keçmişdir. Xüsusilə də son illərdə insan resursları anlayışına böyük diqqət ayrılır. Hələ Heydər Əliyevin prezidentliyi dövründə BMT-nin təşəbbüsü əsasında insan inkişafı hesabatları hazırlanmışdır. Layihəyə əsasən 1994-cü ildən insan inkişafının analizinə başlanmışdır.

Son illər ölkədə aparılan islahatlar, insan kapitalına ayrılan diqqət, bir sıra kompleks dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi, İEÖ-lərlə sıx münasibətlər Azərbaycanı daha da inkişaf etdirir, eləcə də İEÖ-lərin təcrübələrindən yararlanmağa da şərait yaradır. Ona görə də Azərbaycanda "Qlobal İnnovasiya İndeksi"-nin göstəriciləri getdikcə müsbət istiqamətə yönəlməkdədir. İnsan kapitalının təkmiiləşməsi eləcə də iqtisadiyyatda mühüm yerə malik olan bir mövzu -gender bərabərliyinin təmin olunmasıdır. Gender bərabərliyi – həm inkişafa yönəlik məqsəd, həm də iqtisadi siyasətə ağıllı bir yanaşmadır. Çünki inkişaf həm qadın həm kişinin eyni dərəcədə azadlıqlarının genişlənməsidir. Nəyə görə iqtisadi inkişaf prosesində gender bərabərsizliyinin qarşısını almaq vacibdir? Birincisi gender bərabərliyi öz-özlüyündə mütləqdir. İkincisi, yüksək gender bərabərliyi əmək məhsuldarlığına güclü təsir göstərən qadın əməyindən istifadədir. Bu bərabərsizlik özünü kişi insan potensialındada göstərir. Yüzilliklər boyunca qadın və kişilərin sosial durumundakı müxtəlifliklər yanlış yönlərdə, yanlış səbəblərlə izah edilmişdir. Gender bərabərliyi qadın və kişilərin bərabər hüquqlu olması, bərabər əmək

haqqına yiyələnmələri, sosial, siyasi, iqtisadi və digər sferalarda eyni hüquqa malik olmalarıdır. Unutmamalıyıq ki, qadın və kişinin bərabər olduğu, eyni hörmət və dəyərlərə malik olduğu cəmiyyət, onun iqtisadiyyatı yalnız və yalnız inkişaf edəcəkdir.

Bu bərabərsizliyi aradan qaldırmaq üçün edilən təşəbbüslər hələ ötən əsrdən başlamışdır. Problemin mövcudluğu bir sıra dünyəvi təşkilatları da hərəkətə gətirmişdir. BMT 1950-ci ildə etibarən ard-arda "Qadınların siyasi hüquqları haqqında", "Nikaha daxil olma, nikaha daxil olmaq üçün minimal yaş həddi, nikahların qeydə alınması haqqında", "Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv olunması haqqında" konvensiyaları qəbul etdi. 1975-1985-ci illəri əhatə edən onillik dövr isə BMT tərəfindən "Qadın hüquqlarının onilliyi" adlandırılmışdır.

Gender bərabərsizliyinə əsas tuş gələnlər qadınlar olsada bu bərabərsizlik özünü kişilərdədə göstərir. Məsələn, hərbi münaqişələr zamanı gənc kişilərin əsas hədəf kütləsi olması. Bərabərsizlik ayrı-ayrı fərdlərin, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına ağır zərbələr vurur. Yoxsulluq, ailə içi zorakılıq kimi problemlərin öhdəsingən gəlmək, qadınların fəaliyyətini artırmaq üçün bərabərliyə nail olmaq mütləqdir. İnsan kapitalının inkişafına istiqamətlənmiş siyasət aşağıdakı sahələr üzrə bərabərliyə nail olmağa çalışır:

a) qanunvericilik;

b) sosial təsisatlar;

c) ictimai münasibətlər;

d) ailədaxili münasibətlər (Birləşmiş Millətlər İnkişaf Proqramı, 2010).

WID (Women in Development) – qadın inkişafda. Bu mərhələ zamanı inkişaf siyasətinin təkcə kişiləri deyil, qadınları da əhatə etməsi gündəmdə idi. İqtisadi artıma söykənən inkişaf üçün insan ehtiyatı lazımlıdır. Ona görə də dünya üzrə yoxsul regionlarda açılan yeni dsənaye təşkilatlarında qadınların əməyə cəlb olunması böyük uğurdur. WID prinsiplərinə görə əmək haqqı qarşılığında qadınların çalışması onlara maliyyə azadlığı verir, gələcəkdə təhsil, peşə kimi vacib amillərə investisiya qoymalarına şərait yaradır.

WAD (Women and Development) – qadın və inkişaf. Bu mərhələdə qadınlar üçün kişilərdə olduğu kimi iş şəraitinin yaradılması, yüksək gəlirli sahələrə cəlb olunması nəzərdə tutulurdu. Mərhələnin əsas hədəfi ictimai sferada gender bərabərliyinə nail olmaq idi. Özəl sektordakı ayrı-seçkilik, qadınların ailə daxilindəki bir sıra fəaliyyətləri diqqət mərkəzindən kənarda idi.

GAD (Gender and Development) – gender və inkişaf. Bu yanaşma ümumiləşdirilmiş qadın yanaşmasını qəbul etmirdi. GAD qadınların ailə içində yerinə yetirdiyi fəaliyyətləri diqqət mərkəzinə qoydu. GAD yanaşması qadını dəyişmək yerinə, mövcud sistemi dəyişməyi nəzərdə tutur (BMİP, 2010).

Ölkəmizdə kişilər və qadınlar arasındakı bərabər hüquqlar Konstitusiya tərəfindən təmin olunur və tənzimlənir. Konstitusiyanın 25-ci maddəsinə əsasən kişi və qadın bərabərdir, irqindən, dinindən, dilindən və s. asılı olmayaraq ölkəmiz hər kəsin hüquq və azadlıqlarının bərabərliyinə zəmanət verir. Bərabərliyi göstərən bu məlumatlar eləcə də, "Ailə Məcəlləsi", "Əmək Məcəlləsi", "Cinayət Məcəlləsi"-də öz əksini tapmışdır. 2006-cı ildə "Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında" qanun qəbul olmuşdur ki, bu qanunda yuxarıda sadalananlar daha geniş şəkildə öz əksini

tapmışdır. Azərbaycan gender bərabərliyinin təmin olunması məqsədi ilə müxtəlif sazişlərə, CEDAW konvensiyasına, Minilliyin Bəyannaməsi, Minilliyin İnkişaf Məqsədlərinə qoşulmuşdur.

www.hdr.undp.org saytının məlumatına əsasən 2017-ci il üzrə gender bərabərsizliyi indeksinə (GII) görə Azərbaycan 80-ci yerdədir və saytın high human development (yüksək insan inkişafı) bölməsinə aid edilmişdir. Bu nəticə Azərbaycan üçün böyük bir uğurdur. Təbii ki bu uğurda dövlət tərəfindən həyata keçirilən düzgün siyasət, eləcədə xalqımızın bu mövzuda həssas davranması, qadına yüksək hörmət və dəyər verilməsidir.

Cədvəl 1: Gender amili nəzərə alınmaqla insan inkişafı indeksi

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
0,827	0,843	0,824	0,826	0,839	0,840	0,897	0,916	0,927

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

Hazırda Azərbaycanda modern iqtisadiyyat istiqamətində insan kapitalının inkişafı yönündə aparılan işlər əvəzedilməzdir. İnkişaf etmiş insan amili ölkələrin inkişaf səviyyəsini müəyyən edir. Yerinə yetirilən sosial-iqtisadi islahatlar iqtisadiyyatın, və onda başlıca rol oynayan xalqımızın inkişafına yönəlmişdir. Avrasiya İnsan İnkişafı Fondunun ərsəyə gətirdiyi hesabata görə insan kapitalının səviyyəsi insana qoyulmuş investisiya ilə hesablanır. Dünyadakı iqtisadi artımın 16%-i fiziki kapital, 20%-i təbii resurslar, 64%-i isə insan kapitalı hesabınadır. Yüksək inkişaf etmiş insan kapitalı, innovativ iqtisadiyyata zəmin yaradır. İqtisadi resursların olması ilə yanaşı, innovativ iqtisadiyyata nail olmaq üçün güclü idarəetmə sisteminə və ən son texnologiyanın tətbiqinə ölkəmizdə böyük ehtiyac vardır.

“Strateji Yol Xəritəsi”-nin qarşıya qoyduğu bir sıra məqsədlər vardır ki, bu məqsədlərin milli iqtisadiyyatı əhatə edən bölməsində insan kapitalı və onun təkmilləşməsi ilə bağlı qarşıya qoyulmuş məqsədlər öz əksini tapmışdır. Azərbaycanda innovativ iqtisadiyyata nail olmaq üçün həyata keçiriləcək islahatlar iki səviyyədə təmin olunacaqdır:

1. insan kapitalının formalaşması və inkişafı üçün təhsilin bütün pillələrində keyfiyyətin yüksəldilməsi;

2. əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsini təmin etmək üçün insan kapitalının fasiləsiz inkişafının, araşdırma və təkmilləşdirmə sahəsinə investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılması (Strateji Yol Xəritəsi, 2016) .

“Dünya İqtisadi Forumu”-nun 2015-ci il hesabatında Azərbaycan “İnsan Kapitalı İndeksi”-nə görə 63-cü, adı çəkilən qurumun 2016-2017-ci illər üçün açıqladığı “Qlobal Rəqabətlilik Hesabatı”-da isə 138 ölkə arasında 37-ci yerə yiyələnmişdir. Bu göstəricilər bir daha sübut edir ki, dövlətimiz tərəfindən rəhbər tutulan siyasət doğrudur və Azərbaycanın innovativ iqtisadiyyata nail olması üçün yüksək imkanları vardır. Sadəcə əldə etdiyimiz bu uğurlar bizi “rahatlaşdırmamalı”, əksinə daim üzərimizdə çalışaraq yenilikçi iqtisadiyyata və daha sivil cəmiyyətə nail olmalıyıq.

Nəticə və Təkliflər

Son olaraq qeyd etmək olar ki, hazırda Azərbaycan özünün yüksək inkişaf mərhələsindədir və kifayət qədər dünya arenasında tanınmış bir ölkədir. Son dövrlərdə İEÖ-lərlə qarşılıqlı münasibətlərin qurulması, onların təcrübələrinin tətbiqi, İKT-nin iqtisadiyyata tətbiqi, müxtəlif sektorlarda son texnologiyaların tətbiqi danılmaz və əvəzedilməzdir. Lakin düşünürəmki, biz bunla kifayətlənməməli, əldə etdiyimiz bütün bu təcrübə və uğurları bir araya cəmləyərək Azərbaycan iqtisadiyyatının nümunəvi insan kapitalı modelini yaratmalıyıq. Bunun üçün isə tərəfimdən bir sıra təkliflər düşünülmüşdür və həmin təkliflər aşağıdakılardır:

1. İlk növbədə inkişafa səbəb olan təməl göstərici - təhsilə nəzər yetirməliyik. Təhsilimizə İKT-nin tətbiq olunmasının şərt olduğunu düşünürəm. (məs. online mühazirələr, distant təhsil).

2. Gender bərabərliyinə nail olmaq, kişilərə nəzərən nisbətən daha arxa planda qalan qadınların iqtisadiyyata tam inteqrasiyasını təmin etmək. Ən ucqar rayonlarda belə yüksək məşğulluğa nail olmaq.

3. Bütövlükdə Azərbaycanın hər bir regionunda məşğulluğun təmin olunması.

4. Ucqar ərazilərdə gənc nəsilin vaxtının səmərəli və məhsuldar keçirilməsi, cəmiyyətə faydalı fərd, kadr olması üçün kompkles tədbirlərin görülməsi.

5. Beynəlxalq münasibətlərdə İEÖ-lərlə sıx münasibətlər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. 1.Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələri (6 dekabr 2016). Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, Bakı 947 səh.
2. 2.Bazarov T.Y., Yereminin B.L. redaktorluğu ilə (tərcümə). Heyətin idarə edilməsi (2012), Bakı, "İqtisad Universiteti" 508 səh.
3. 3.Əhmədova Sədaqət (2015). Azərbaycan iqtisadiyyatı, Bakı, "Bakı Universiteti" 90 səh.
4. 4.Quliyev Tofiq (2013). İnsan resurslarının idarə edilməsi, Bakı, "Nağıl evi" 828 səh.
5. 5.Беккер Г.С (2003). Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории, "ГУ-ВШЭ" 672 стр.
6. 6.Ильина Наталья "Формирование теории человеческого капитала как основы инновационного развития" Вестник, № 3 (82), 2012, стр 109-114.
7. 7.Корицкий А.В (2000). Введение в теорию человеческого капитала, "СибУПК" 112 стр.
8. 8.Леманова П.В. (2016). Социальная политика в управлении развитием человеческого капитала, "Издательский дом Академии Естествознания" 228 стр.
9. 9.Призова Светлана "Понятие человеческого капитала и особенности его использования в банковской сфере" Young Scientist, № 51 (185), 2017, стр 170-172.
10. 10.Тугускина Галина "Человеческий капитал: управление развитием" Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки, № 1 (4), 2016, стр 51-58.
11. cyberlinka.ru
12. fundamental-research.ru
13. stat.gov.az

Dövlət qulluğu anlayışı və etik dilemmalar

Gülay Hacıyeva

gulayyhaciyeva@gmail.com

Xülasə

Dövlət qulluğu sistemindən faydalanan vətəndaşlar bu sistemdə çalışan hər bir kəsin dürüst və etik prinsiplər çərçivəsində hərəkət etməsini və xidmətlərin onlara çatdırılması zamanı resursların ədalətli şəkildə idarə edilməsini və istifadəsini gözləyirlər.Buna görə də, dövlət idarəçiliyində etika çox böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Dövlət idarəçiliyində etika, dövlət məmurlarının dövlət xidmətlərini icra edərkən hansı davranışları etməli olduğunu izah edir. İdarəetmə fəaliyyətində rəhbərlərin münasibət və davranışları qədər xidməti təqdim edən məmurların davranışları da həm dövlət üçün, həm də dövlət xidmətindən istifadə edənlər üçün vacibdir. Xidmətləri yerinə yetirərkən göstərilən davranışlar, dövlətdə bürokratiyanın nə qədər sağlam və etibarlı fəaliyyət göstərdiyini əks etdirir (United Nations, 2000).

Etik prinsiplər və standartlar dövlət qulluğunda xidmət göstərən məmurların vətəndaşlara qarşı qərəzsiz, obyektiv və vicdanlı davranmalarını, eyni zamanda səlahiyyətlərindən düzgün, zamanında və yerində istifadə etmələrini təmin edir.Etik prinsip və dəyərlər dövlət qulluqçularının xidməti fəaliyyəti ilə bağlı nəyin yaxşı və doğru olduğunu göstərən bələdçi bir çərçivədir. Dövlət qulluqçuları qərar verərkən və xidməti vəzifələrini icra edərkən bəzən müəyyən dilemma ilə qarşılaşa bilər və hər hansı bir qərarın qəbul edilməsində müəyyən çətinliklərlə üzləşə bilərlər. Bu cür hallarda adətən belə bir sual yaranır: xidməti vəzifələri vicdanlı, ədalətli və qərəzsiz şəkildə necə həyata keçirmək olar? Dövlət qulluqçusunun xidməti vəzifələrini həyata keçirərkən etik qaydalara riayət etməsi "Dövlət qulluğu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununda dövlət qulluqçusunun əsas vəzifəsi kimi müəyyən edilmişdir.

Açar sözləri: etika, etik dilemma, dövlət qulluğu

Giriş

Dövlət qulluğu anlayışı, Fransada XIX əsrin sonlarında Duguit və Bordo məktəbi tərəfindən yaradılmış və uzun illər inzibati hüququn əsas konsepsiyası və nəzəriyyəsi kimi çıxış etmişdir (Rouban, 2018:59).

Dövlət qulluğu geniş mənada, dövlət və ya digər publik hüquqi şəxslər tərəfindən, onların nəzarəti altında aparılan ümumi və kollektiv ehtiyacları ödəmək, ictimai faydanı təmin etmək üçün cəmiyyətə təklif olunan davamlı və müntəzəm fəaliyyətlərdir. Dar mənada isə dövlət qurumlarının ictimai hüquqa xas olan metodlar çərçivəsində və mövcud qanundan irəli gələn səlahiyyətlərə əsaslanaraq göstərilən fəaliyyət və xidmətlərin məcmusudur (Spicker, 2009:975).

Başqa sözlə, dövlət qulluğu dövlət qurumları və ya publik hüquqi müəssisələr tərəfindən onların nəzarəti və məsuliyyəti altında həyata keçirilən tədbirlərdir. Bu tədbirlər əsasən, cəmiyyət üçün əhəmiyyət kəsb edən ortaq və ümumi ehtiyacı ödəmək üçün bəzən dövlətin özü, bəzən də publik hüquqi şəxslər tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətlər bütünüdür.

Metod

Tədqiqat işinin hazırlanmasında bir sıra metodlardan istifadə edilmişdir:

1) Tarixi metod. Dövlət qulluğu sisteminin iqtisadi mahiyyəti və onun tarixi inkişaf yolunun tədqiqində tarixi metoddan istifadə edilmişdir.

2) Təkamül metodu . Etik dəyərlərin dövlət qulluğunda əhəmiyyəti və önəmi, o cümlədən bu konsepsiyanın təkamülü müvafiq meetod vasitəsi ilə realizasiya edilmişdir.

3) Keyfiyyət və kəmiyyət metodikası. Dövlət qulluğunda etik davranış qaydalarına nəzarətin həyata keçirilməsi prosedurasu və etik dilemalar üzrə qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda olan kəmiyyət və keyfiyyət tərəfləri müəyyən edilmişdir. Hadisənin keyfiyyət tərəfi onun mahiyyətini ifadə edir. Kəmiyyət isə hadisənin miqdar ölçüsüdür. Bunların dialektik vəhdətində keyfiyyət müəyyənedicidir. Kəmiyyət dəyişmələri isə öz növbəsində labüd olaraq yeni iqtisadi keyfiyyətə doğru aparır. Məsələn, etik davranışın keyfiyyət müəyyənliyi olan dövlət qurumları münasibətləri onun nisbətən daha sürətli inkişafını təmin etmişdir.

Analiz

Dövlətin cəmiyyətlə bağlı formalaşdırdığı münasibətlərdə "dövlət", “ictimai” və ya "publik" kimi ifadələrin geniş işləndiyi görülür. İctimai ehtiyacların ödənməsi üçün mal və xidmət istehsalını öz üzərinə götürərək ictimai xidmət sahələrinin yaradılması əslində dövlətin "ictimailəşmə" üsullarından biridir. Bu baxımdan dövlət qulluğu mahiyyət etibarilə dövlətin funksiyalarına uyğun aparılmaqdadır. Bildiyimiz kimi, dövlətin funksiyalarından ən mühümü cəmiyyətin davamlılığının təmin edilməsi üçün onun davamlı inkişafının əsas üç qoldan - iqtisadi, sosial və ekoloji sahədən fəaliyyətinin tənzimlənməsi və bu sahələrdə inkişafının təmin edilməsi ilə bağlıdır.

Dövlət qulluğu sisteminin iqtisadi mahiyyətini özündə məhz burada ehtiva etdirir. Belə ki, cəmiyyətin iqtisadi inkişafı olmadan ekoloji və sosial problemlərin həlli də çətinləşəcəyi və davamlı inkişafı ləngiyəcəyi üçün dövlətin iqtisadi sahədə qərarları düzgün verməsi və dövlət qulluğunda bunu səmərəli şəkildə əks etdirməsi zəruridir. Bu sahədə müvəffəqiyyətin əldə edilməsi isə başlıca olaraq iqtisadi cəhətdən məhsuldar qüvvələrin qorunması, günün tələblərinə uyğun bilik və bacarıqlarının artırılması ilə birbaşa bağlıdır. İstehsal qüvvələri bir tərəfdən istehsal vasitələrindən, digər tərəfdən isə istehsalçılardan ibarət olduğundan, dövlətin ilk olaraq cəmiyyətdə bütün istehsal vasitələrinin və istehsalçıların qorunması və inkişafı üçün lazımi şərtləri təmin etməlidir. Beləliklə dövlət insanların ortaq iqtisadi ehtiyaclarını ödəmək üçün müxtəlif sahələrdə dövlət xidməti təqdim edərək ümumi maraqlara xidmət edir.

Dövlət qulluğu anlayışı konstitusiya prinsiplərinə və normalarına, ümumi hüquq prinsiplərinə, siyasi və sosial elmlərlə əlaqəli müəyyən meyarlara istinad edir. Bu gün iqtisadi əlaqələrin ictimai həyatda tutduğu yerə əsasən, qanunvericilik fəaliyyətlərinin tənzimlənməsində iqtisadi məsələlərə daha çox yer verilir (Richard, 1990:37).

Tarixi inkişafına nəzər saldıqda, dövlət qulluğu anlayışının zamanla dəyişdiyi görülür. XIX əsrin sonları və XX əsrin əvvəllərində mütləqiyyətçi (obyektiv) xüsusiyyətə sahib olan ictimai dövlət qulluğu zamanla dəyişmiş və nisbi (subyektiv) dövlət qulluğu anlayışına keçmişdir. Mütləqiyyətçi dövlət qulluğu anlayışında - bəzi fəaliyyətlər təkcə ictimai həyat üçün əvəzedilməz olduğu üçün dövlət qulluğu kimi qəbul edilirdi. Bu yanaşma dövlət qulluğunun ictimai həyatın dəyişən şərtlərinə uyğunlaşmaması və ya tətbiq edilə bilməməsi, həmçinin müasir demokratiyanın əsas nailiyyətlərinə uyğun olmaması səbəbi ilə tənqid edilmişdi. Buna görə də bu yanaşma dövlət qulluğunda dəyişikliyə səbəb olmuş və nisbi (subyektiv) dövlət qulluğu anlayışına keçməyə əsas vermişdir (Eser, Memişoğlu və Özdamar, 2011).

Dövlət xidməti kimi, dövlət qulluğu bir neçə dövlət qurumu tərəfindən cəmiyyətə verilən xidmətlərin toplusudur. Hər hansı xidmətin dövlət xidməti kimi qəbul olunmasının əsas şərti onun ictimai xüsusiyyətlərə sahib olması, ictimaiyyəti istiqamətləndirməsi, ictimai faydanın ən üstdə tutulmasıdır.

İnzibati hüquqda qeyd edilməkdədir ki, dövlət qulluğu bir institut olaraq dövlət ilə dövlət qulluqçuları arasında olan əlaqələri nizamlayır, dövlət qulluqçularının hüquqi statusunu müəyyənləşdirir.

Etika dövrümüzdə bir sıra peşələrin icra edilməsi zamanı riayət olunması vacib olan əsas dəyərlərdən biridir. Siyasətdə, idarəçilikdə, məhkəmə prosesində, biznesdə, tibbdə, təhsildə, elmdə, incəsənətdə, mətbuat və nəşrdə, həm vəzifənin icra edilməsi ilə bağlı cəmiyyət üçün ümumi etik dəyərlər, həm də həmin vəzifə ilə əlaqədar ümumbəşəri qəbul olunmuş bəzi etik prinsip və dəyərlər ön plana çıxır. Etik-davranış prinsiplərinin başlıca məqsədi dövlətdə və cəmiyyətdə sui-istifadəni və ümumiyyətlə korrupsiyanı aradan qaldırmaq, vicdanlılıq prinsipinin həyata keçirilməsini təmin etməkdir.

Beləliklə, qeyd edə bilərik ki, etik dəyərlər qanunlar ilə sərhədləri müəyyən edilmiş davranışlardan başqa, həm də insanın cəmiyyətdə ona olan etimada və gözlənilən davranışlara uyğun hərəkət etməsidir. Etik dəyərlər ictimai nizamı qurmaq üçün dövlət qulluğunda olan şəxslərin diqqət etməli olduğu prinsiplərdir. Bu prinsipləri aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- Cəmiyyətin maraqlarını öz maraqlarından üstün tutmaq;
- Özlərini maddi cəhətdən başqalarından asılı hala gətirəcək münasibət-

lərdə iştirak etməmək;

- Neytral olmaq;
- Hesab verə bilmək;
- Şəffaflığı təmin etmək;
- Açıq və dürüst olmaq;
- Davranışlarını təşkilatın etik prinsiplərinə uyğun təşkil etmək.

Dövlət məmurlarının davranışında iki əsas amil rol oynayır. Bunlardan biri qanunlar, digəri isə etik dəyərlərdir. Qanunlar dövlət məmurlarının davranışlarını tənzimləyən xarici təşkilat amili kimi qəbul edilir və onlara nəzarəti formalaşdırır. Etik dəyərlər isə təşkilat daxili amil olub, davranışların idarə edir və nəzarətdə saxlayır (Cooper, 2014). Davranışların xarici amil kimi müəyyən edilməsində rol oynayan qanun və qaydalar dövlət məmurlarını ictimai maraqlara uyğun hərəkət etməyə məcbur edir. Bu aspekdən yanaşdıqda, dövlət idarəçiliyi etikasını dövlət işçisinin hər cür davranışını qanunlara, etik kodekslərə və müxtəlif qaydalara uyğun icrası kimi müəyyən etmək olar. Etika, dövlət məmurlarının davranışının təşkilatdaxili istiqamətləndiricisi kimi, dövlət məmurlarının öz hərəkətlərini fərdi əxlaqi dəyərlərə istinadən yerinə yetirməsi kimi də nəzərə almaq olar. Bu perspektivdə vacib olan məqam dövlət məmurunun əxlaqi inkişaf səviyyəsidir (United Nations, 2000). Dövlət idarəçiliyi etikasına dair bu iki fərqli yanaşma bir-birini tamamlayır. Başqa sözlə, dövlət idarəçiliyində etikanı dövlət məmurlarının vəzifələri ilə bağlı fəaliyyətlərini qanunları və fərdi əxlaqi dəyərləri birlikdə reallaşdırması kimi qəbul etmək mümkündür.

Cəmiyyət dövlət qulluqçularından idarəetmə standartlarına həssas olmalarını tələb edir. Bu səbəbdən dövlət qulluqçuları yalnız rüşvət, dövlət əmlakının ələ keçirilməsi, qohumbazlıq, dostbazlıq (nepatizm) və s. kimi hallardan deyil, həmçinin xalqın inam duyğusunu (inamını sarsıda biləcək) zədələyə biləcək digər sui-istifadə şübhələrindən də özlərini qorumalıdırlar. Digər tərəfdən bəzən mövcud olan üsullar idarəetmə zamanı ortaya çıxan səmərəsiz (pis) idarəçiliyin və sui-istifadə hallarının aradan qaldırılmasına kifayət etmir. Mövcud üsullarla sui-istifadə hallarını yalnız ortaya çıxdıqdan sonra müəyyən etmək mümkün olur. Bu səbəbdən də israf edilən dövlət resurslarını geri qaytarmaq əksər

hallarda tam olaraq mümkün olmur. Məhz buna görə də sui-istifadə və ictimai etimada zidd davranışa qarşı qabaqlayıcı tədbirlərin həyata keçirilməsi istiqamətində bir vasitə olan etik nəzarət daha böyük əhəmiyyət daşıyır.

Etik dilemma müəyyən bir vəziyyət yarandıqda iki və ya daha çox alternativ və seçimin yaranması kimi izah edilə bilər. Ancaq qeyd edilməlidir ki, hər hansı bir dilemma yarandıqda müəyyən bir alternativin seçilməsi digər alternativlərin səhv olduğunu göstərmir. Əvvəlcədən müəyyən edilmiş etik prinsiplər və dəyərlər veriləcək qərar üçün əsas qəbul edilir. Burada qərar qəbuletmə prosesində vacib olan şey, etik prinsiplərə ən uyğun olan davranışların müəyyən edilməsidir. Etik dilemmanın mövcudluğunu bəzən iki və ya daha çox təklifin insan "daxilində" səsləndirilməsi kimi də göstərmək olar

Qərarın etik olub-olmadığını düzgün müəyyənləşdirmək, davranış və hərəkətləri etik səhvlərdən ayırmaq üçün üç əsas amil vardır. Bu amillər və onların müəyyənləşməsi üçün veriləcək suallar aşağıdakılardır (Rossy, 2011):

- Niyyət,
- Vicdan,
- Məsuliyyət.

Niyyət əsas amil kimi götürüldükdə veriləcək sual belədir: "Etdiyiniz hərəkətin və əməlin səhv olduğunu bilirdinizmi? Niyyətinizi gizlətməyə çalışdınızmı?". İkinci amil vicdandır. Bu zaman veriləcək sual "Etik olmayan davranışınızdan peşmansınızmı? Yoxsa tutulduğunuz üçün peşmansınız?" formasındadır.Sonuncu amil məsuliyyətdir.Dövlət qulluqçusunun məsuliyyətini başa düşməsi üçün verilməli olan sual belədir "Etdiyiniz səhvlərə görə yaranmış məsuliyyəti üzərinizə götürməyə və hər hansı bir qeyri-etik davranışa görə məsuliyyət daşımağa hazırsınızmı?".

Ümumiyyətlə, dövlət qulluqçuları qarşılaşdıqları etik dilemmalar nəticəsində qeyri-etik qərarlar qəbul edə bilərlər. Qərar qəbulu prosesində onları etik davranışlardan çəkindirməyə istiqamətlənmiş etik prinsiplərin müəyyən edilməsi dövlət qulluqçularının qərar qəbuletmə prosesini asanlaşdıra bilər. Bu məqsədlə, davranışların etik prinsiplərə uyğun olub olmadığını müəyyən etmək üçün Bostonda Bentley Kollecinin İş Etikası Mərkəzi tərəfindən bir araşdırma aparılmışdır. Bu tədqiqata əsasən insan müəyyən bir məsələ haqqında qərar verməzdən əvvəl aşağıda qeyd edilən altı suala cavab verməlidir (Watt və Doig, 2009):

- Bu doğrudurmu?
- Bu ədalətlidirmi?
- Əgər kiməsə zərər dəyəcəksə, bu kimdir?
- Əgər verdiyimiz qərar qəzetlərin ilk səhifəsində yerləşdirilsəydi, özümüzü rahat hiss edərdikmi?
- Ailənizə, uşaqlarınıza və ya qohumlarınıza bunu deyərdinizmi?
- Hadisə necə əks olunur?

Bildiyimiz kimi, insanların etik qərar qəbuletmə proseslərinə birbaşa və ya dolayı yolla təsir edən bir çox amil vardır. Bu amillər - mədəniyyət, fərdi xüsusiyyətlər, cins, yaş, din, peşə və təşkilati fəaliyyətlər olub, onların etik qərar qəbuletmə proseslərinə ciddi təsir göstərə bilir. Bundan başqa, qərar qəbuletmə prosesində insanların davranışına təsir edən amilləri üç qrupda, yəni şəxsdən asılı dəyişənlər, vəziyyətdən asılı dəyişənlər və qərar qəbuletmə zamanı mövcud olan dəyişənlər kimi də qruplaşdırırlır (Meghian, 2014).

Günümüzdə bir çox peşəkarlar işlədikləri sahədə etik təzyiqlərlə üzləşirlər və göstərilən bu təzyiq etik ziddiyyətlərə səbəb olur.Etik ziddiyyətlər və dilemmalarla tez-tez rastlaşan peşə qruplarından biri də dövlət qulluqçularıdır. Belə ki, dövlət qulluqçuları həyatın müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərir və həyati qərarlar qəbul edirlər.Buna görə də etika dövlət qulluğunun ayrılmaz bir hissəsidir və onların bütün davranışları etik mənaya sahibdir. Bir çox etik dilemma və qərarlar dövlət qulluğu sistemində rast gəlinir və bir çox insan qəbul edilən qərarların təsirindən birbaşa və ya dolayı yolla təsirlənir (https://www.scu.edu/government-ethics/resources).

Nəticə

Təcrübə göstərir ki, Beynəlxalq aləmdə gedən dinamika dövlət qulluğunun təbiətində təkmilləşdirmələrin aparılmasını tələb etmişdir. Bu gün dünya dövlətlərinin bir çoxunda təkmilləşdirmənin yeni metod və formalarının axtarışı dayandırmamışlardır. Azərbaycan bu yolda uğurlu addımlar atmış və zəruri təkmilləşdirmələr həyata keçirmişdir. Ancaq bu hal mütəmadi xarakter daşımalı və beynəlxalq dinamikaya uyğun novator addımlar realaşdırmağı davam etməlidir.Hər bir dövlət qulluqçusu da bu etik dilemmaların öhdəsindən gələbiləcək bacarığa sahib olmalıdır.

Baş verən vəziyyətlərin etik bir dilemma olub olmadığını müəyyənləşdirmək üçün dövlət qulluqçusunun məlumatlılıq səviyyəsi yüksək olmalıdır. Çünki etik dilemma ilə qarşılaşdıqda, məmurlar bilərəkdən və ya bilmədən etik qaydaları poza bilərlər. Etik qaydaların pozulması vətəndaşa, işin prosesinə və ya üçüncü bir tərəfə zərər verə biləcəyi üçün dövlət qulluqçuları bu məsələdə çox diqqətli olmağa borcludurlar.

Etik dilemma qarşısında özünü çarəsiz və qeyri-qənaətbəxş hiss edən və bu proses haqqında mənfi düşüncələrə sahib olan dövlət qulluqçularının etik dilemmalar zamanı düzgün qərar qəbul etməsi və məsələni həll etməsi çətin ola bilər.Etik dilemmaların həllində məsuliyyət daşıyan dövlət qulluqçularının etik dilemmalar baş verdikdə nə hiss etdiyi, nə düşündüyü və necə hərəkət etdiyini bilməsi və bunun fərqində olması vacibdir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Yanq R. Şabanov R. Azərbaycanda müasir dövlət qulluğu modeli axtarışı. Bakı. 2004
2. S. M. Qəndilov (ed.)Dövlət idarəçilik nəzəriyyəsi, Dərslik, Bakı, Elm və təhsil, 2010.
3. Dövlət qulluğu məsələlərinə dair normativ hüquqi aktlar, Bakı, 2003
4. "Dövlət qulluqçularının etik davranış qaydaları haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunu
5. Rzayev Ə.H., (2015) Dövlət qulluğu: nəzəriyyə və praktika, Bakı, 325 səh
6. АтаманчукГ.В. Сущвость государственной службы. Изд. второе, дополненное. М.: РАГС, 2008
7. The New Public Service: Serving, Not Steering 4th Editions. 12 p
8. Rossy, G. R. (2011). Five questions for addressing ethical dilemmas. Strategy & Leadership. 39 (6), 35,42.
9. Meghian, F. (2014), "Ethics and Commercial Communication", Management & Marketing, vol. XII, no. 2, 268-279.
10. Watt, D. & Doig, A. (2009). Etik yol liderlik programı uygulama kılavuzu, Ankara: Elma Yayınevi.

Yerli Özünü İdarəetmədə İnnovasiya Yönümlü İnkişafin Forlaşmasının Nəzəri Əsasları

Nurlan Səfərzadə

safarov.vip@mail.ru

Xülasə

Azərbaycanın bazar münasibətlərinə davam etməsinin müasir şəraitində sosial-iqtisadi inkişafın idarə edilməsinin mahiyyətini yenidən düşünmək mövcuddur. Bütövlükdə və ayrı-ayrı ərazilərin inkişafı üçün strateji prioritetləri müəyyənləşdirərkən insanın ehtiyaclarına, maraqlarına və fikirlərinə diqqət yetirməyin zəruriliyi ortaya çıxır. Bu baxımdan sosial-iqtisadi inkişaf prosesində yerli idarəetmə orqanlarının rolu artır. Bu prosesin dövlət orqanları ilə bərabərhüquqlu tərəfdaş kimi idarə edilməsində fəal iştirakı tələb olunur.

Yerli səviyyədə yeni idarəetmə yanaşmalarının praktik tətbiqi bir sıra hallarla çətinləşir. Bələdiyyələrin əksəriyyətində təşkilati və idarəetmə potensialından tam istifadə edilmir, yerli inkişafın idarə edilməsini yaxşılaşdırmaq üçün əhəmiyyətli ehtiyatlar mövcuddur. Bir çox bələdiyyənin strateji planlaşdırma texnologiyaları yoxdur. Mövcud inkişaf plan və proqramlarında hədəflər çox vaxt yerli əhalinin real ehtiyaclarına cavab vermir. Yerli təşkilatlar tərəfindən hazırlanmış ayrıca inkişaf planları və proqramlarında yaxşı inkişaf etmiş bir icra mexanizmi yoxdur, bu da hədəflər sistemindəki uyğunsuzluqlara və inkişafın idarə edilməsi prosesi üçün çatışmazlıqlara səbəb olur. Bələdiyyələrin sayında əhəmiyyətli bir artım ilə yerli vergi və rüsumların azaldılması və yerli büdcələrin gəlirlərinin azaldılması, öz inkişaf potensialından səmərəli istifadə problemi xüsusilə aktuallaşır. Bununla əlaqədar olaraq, yerli idarəetmə orqanlarına bələdiyyənin inkişafını təmin edən idarəetmə fəaliyyətlərinin səmərəliliyinin özünü monitorinqi üçün vasitələr lazımdır.

Azərbaycandakı ictimai, siyasi və iqtisadi sahələrdə əsaslı dəyişikliklər innovativ fəaliyyətin intensivləşməsini və ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının idarə edilməsinin qeyri-ənənəvi yollarını axtarmağı zəruri edir.

Yerli idarəetmə sisteminin sosial və iqtisadi proseslərin daha yaxından əlaqələndirilməsini, onların kompleks həllini və nəticədə bələdiyyələrin fəaliyyətində innovativ idarəetmə vasitələrinin istifadəsini tələb edən innovasiya amili yerli idarəetmə səviyyəsində mühüm rol oynayır.

Açar sözləri: idarəetmədə, inkişaf, innovativ

Giriş

Bələdiyyənin sosial-iqtisadi inkişafında yerli hökumət tərəfindən innovasiya siyasətinin tərkib hissəsi olaraq həyata keçirilən innovativ fəaliyyətə təkan verilməsi xüsusi yer tutur. Bu, cəmiyyətin inkişaf perspektivlərinin əsasən fəaliyyətin müxtəlif sahələrində, o cümlədən innovativ iş sahəsində mütəxəssislərin peşə hazırlığının yaxşılaşdırılması ilə yanaşı bələdiyyənin elmi-texniki potensialının inkişafı ilə əlaqədardır. Bununla yanaşı, yerli hakimiyyət orqanlarının və ictimai təşkilatların innovasiyanı artırmaqda işləməsi, bələdiyyənin sosial-iqtisadi inkişafında sabitliyi bərpa etmək üçün kifayət deyil. Buna görə vəziyyəti yaxşılaşdırmaq üçün yenilikçi idarəetmə metodlarından istifadə etmək məsləhətdir.

Beləliklə, mütərəqqi idarəetmə metodlarından istifadə etməklə innovasiya siyasətinin səmərəliliyinin artırılması məsələlərinin həlli də yerli özünüidarəetmənin funksiyasıdır.

Yerli Özünü İdarəetmədə İnnovasiyaların inkişafı

Elmi və texniki məhsullar elmi və ya elmi-texniki nəticələr, o cümlədən həyata keçirilməsi üçün nəzərdə tutulmuş intellektual fəaliyyətin nəticəsi kimi şərh olunur. Yəni, elmi və texniki məhsulların təyin edici xüsusiyyəti, əmtəə dövriyyəsinə və ya istehsal dövriyyəsinə sonradan qoşulma imkanıdır.

Elmi və texniki istehsal, ilk növbədə müəyyən elmi və texniki biliklərdə təcəssüm olunan elmi tədqiqatların məhsuludur və yalnız bundan sonra əldə edilmiş biliklər maddi istehsal yolu ilə müəyyən bir məhsula çevrilir. Bilik öz ifadəsini müəyyən bir forma - elmi məlumatlar vasitəsilə əldə edir, lakin məhsul olaraq bu məlumat bazara elmi-texniki tərəqqi (orijinal maddi obyekt və ya xidmət) şəklində çıxa bilər, bu da bilik məhsuluna müxtəlif keyfiyyətlər verir. Elmi və texniki məhsullar əmtəə formasının xüsusiyyətləri, birincisi, bu məhsulların istehsalının xüsusiyyətlərində, ikincisi, nəticələrinin mənimsənilməsi xarakterində özünü göstərir (Haciyev, 2011: 122).

İstehsalda istifadə olunan texnologiya səviyyəsindən asılı olaraq elmi və texniki məhsulların aşağıdakı növlərə bölünə bilər: yüksək, inkişaf etmiş, orta və aşağı texnologiyalar əsasında istehsal olunan məhsullar. Elmi və texnoloji biliklərdən istifadə etmədən bacarıq, təcrübə ötürülməsi əsasında istehsal olunan məhsullar var - bu ən aşağı səviyyədir.

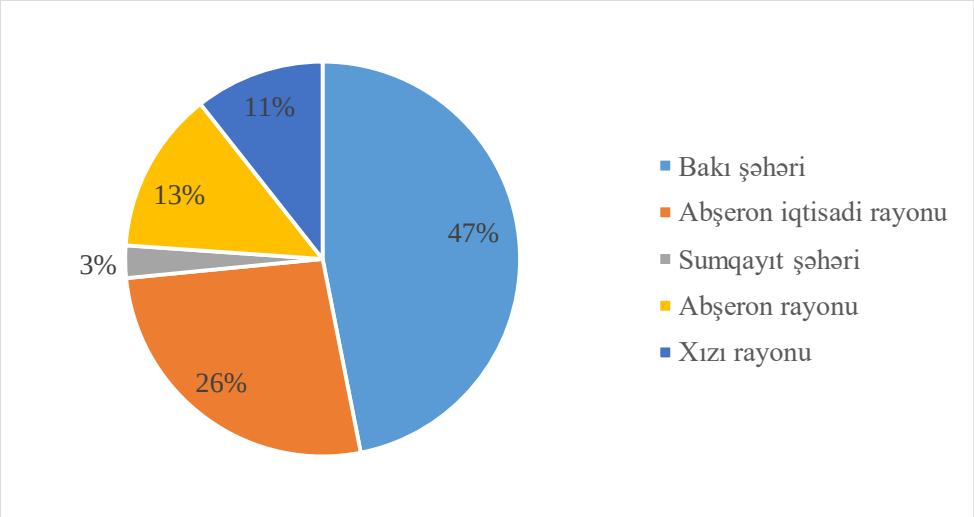
Respublikamızda bələdiyyələrin hüquq və vəzifələrinin icrası “Bələdiyyələrin statusu haqqında” 2 iyul 1999 cu il tarixli Azərbaycan Respublikası Qanunu ilə müəyyən edilir.

Cədvəl 1. 2018-ci ildə bələdiyyə büdcələrinin gəlirləri üzrə ümumi göstəricilər (min manat)

İqtisadi rayonlar	Bələdiyyələrin sayı	Hesabat rübü ərzində daxil olmuşdur	İlin əvvəlindən	
			Daxil olmuşdur	Əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən faizlə
Ölkə üzrə, cəmi	1607	10228.3	47338.9	62.8
o cümlədən:				
Bakı şəhəri	53	3253.7	9671.6	114.3
Abşeron iqtisadi rayonu	30	1670.5	7541.9	42.1
Sumqayıt şəhəri	3	492.9	2237.7	59.5
Abşeron rayonu	15	797.9	5638.2	39.4
Xızı rayonu	12	93.6	227.0	76.0

Mənbə: Link: https://www.stat.gov.az/

Sxem 1. Bələdiyyə sayı



Mənbə: 1.-ci cədvələ əsasən müəllif hazırlamışdır.

Bundan əlavə, bələdiyyə səviyyəsində yeniliyə ehtiyac aşağıdakı amillərdən qaynaqlanır:

- ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafının rifahının və davamlılığının artması amili kimi innovasiyanın artan rolu;
- bələdiyyədə müasir texnoloji quruluşlara əsaslanan təsirli sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı formalaşmasının aktuallığı;
- bələdiyyələrin toplanmış elmi-texniki potensialının istehsalın modernləşdirilməsi və iqtisadiyyatın yüksək texnoloji sektorunun inkişafı proseslərində fəal iştirakı üçün lazımi şəraitin olmaması.

Elmi və texniki məhsullar bazarı, sahibləri ilə müştəriləri arasında iqtisadi münasibətlər sahəsidir, bunun nəticəsində əqli mülkiyyət hüquqlarının ötürülməsi yolu ilə istehlak dəyəri ilə səmərəli tələb mübadiləsi baş verir. Bu bazar əsasən elmi təşkilatların və innovativ müəssisələrin texniki potensialı ilə müəyyən edilir və digər bazarlardan (əmək, maddi qaynaqlar, maliyyə) fərqlənir:

- bu bazarda, satışın başlanğıcında, birbaşa rəqib yoxdur (əqli mülkiyyət inhisarına görə);
- yeniliyin tədarükü tələbi üstələyir, lakin həddindən artıq yüklənmə baş vermir çox sayda ixtira və nou-hau yeni biliklər, yeni elmi və texniki məhsullar əldə etmək üçün bir mənbədir, yəni. gələcək yenilik.

İntellektual məhsullar və ya innovativ məhsullar bazarı aşağıdakılarla xarakterizə olunur:

- mübadilə sahəsindəki bu məhsullar malların bütün xüsusiyyətlərinə cavab verir;
- innovativ məhsulların milli bazarları kəmiyyət xüsusiyyətlərinə, sənaye və coğrafi quruluşa, öz reklam formasına, qiymətlərin hesablanması metodlarına, qanun normalarına malikdir;
- bazar amilləri əqli məhsulların milli bazarına daim təsir göstərir: ümumi - tsiklik dalğalanmalar və spesifik - elmi-texniki potensialın və istehsal sahəsinin vəziyyəti, innovativ fəaliyyət obyektlərinin həyata keçirilməsi üçün ticarət və siyasi şərait;
- qlobal innovasiya bazarı iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin milli bazarlarına əsaslanır.

Elmi və texniki məhsullar bazarının onu mallar bazarından fərqləndirən xüsusiyyətlərini əlavə olaraq vurğulamaq lazımdır.

- Birincisi, bu, xüsusi baxımdan bazarda yalnız bir nüsxədə mövcud olan unikal məhsullar üçün bir bazardır.
- İkincisi, innovativ məhsulların alınması üçün edilən hər bir əməliyyat fərdi və çox vaxt unikaldır, buna görə hər dəfə həm satıcı, həm də alıcının qərar qəbul etməsinə xüsusi yanaşma tələb olunur. Bu, elmi və texniki məhsulun alıcısı tərəfindən hərtərəfli qiymətləndirilməsinin zəruriliyindən ibarətdir: potensialı, məhsulu müəssisədə istifadə etmək imkanı, gələcək xərcləri, gözlənilən gəlirlər və s. alıcı üçün əməliyyat adətən fürsət əldə edildiyi üçün əməliyyat artan risklə əlaqələndirilir. Potensial gəlir itkisi riski də satıcıya aiddir, çünki yaradılan yeniliyin perspektivlərini düzgün qiymətləndirməmək mümkündür.
- Üçüncüsü, satış əməliyyatları üçün tətbiq olunan variantlar - innovativ məhsulların alınması həm satıcı, həm də alıcının müxtəlif həcmdə hüquqlarını təmin edir.
- Dördüncüsü, innovativ məhsulların alqı-satqısı üzrə əməliyyatların bağlanmasına dair müqavilələrdə onların istifadəsi üçün məhdudlaşdırıcı şərtlər mövcuddur - istifadə müddəti, ərazisi və həcmi.
- Beşincisi, satın alınan innovativ məhsula görə istehlakçı tərəfindən ödənilən qiymət də fərdidir. Təcrübə tərəfindən artıq hazırlanmış ümumi yanaşmalara baxmayaraq, müəyyən bir məhsulun qiyməti hər dəfə hər bir məhsul üçün müstəqil olaraq təyin olunur.

Tez-tez texnologiya bazarı adlandırılan elmi və texniki məhsullar üçün dünya bazarının əsas agentləri bunlardır:

- fərdi ixtiraçılar və kiçik innovativ firmalar - yeni texniki fikirlərin yaradıcıları;
- satıcı və alıcı kimi fəaliyyət göstərən iri sənaye şirkətləri;
- vasitəçi firmalar (patent nümayəndələri burada mühüm rol oynayır).

İnnovasiya sferasında fundamental və tətbiqi tədqiqatların nəticələrinə əsaslanan elmi və texniki məhsul yeni istehlak xüsusiyyətləri ilə satılan məhsula çevrilməkdədir. Bir proses olaraq innovasiya müxtəlif fəaliyyət növlərinin birləşməsidir: strateji planlaşdırma, tədqiqat və inkişaf, bazarı təhlil etmək və məhsulları tanıtmaq üçün marketinq fəaliyyəti, layihələrin idarə edilməsi və nəticələrin ticarəti. Bu nəticə yeni bilik və ya həll yolları olan və hər hansı bir məlumat daşıyıcısında qeyd olunan elmi və (və ya) elmi-texniki fəaliyyətin məhsulu kimi başa düşülür. Başa düşə bilərik ki, elmi və texniki məhsulların müəyyənləşdirmə mülkiyyəti onların sonrakı dövrlərdə əmtəə dövriyyəsində və ya istehsal dövriyyəsində iştirakı imkanlarıdır (Xəlilov, 2014: 212).

Elm və texnikanın nailiyyətlərinin bazarda məhdudiyyətləri var. Elmi və texniki məhsulların müəyyən bir zamanda istehlak dəyəri ola bilər, yəni. ticarəti altına alacaq və ola bilməz, ancaq müəyyən bir müddətdən sonra özünü göstərə bilər. Buna misal olaraq əsas tədqiqatdır. Onların məhsula çevrilməsi, tədqiqatın tətbiq olunan dəyəri müəyyən edildikdə baş verir. Bazar münasibətləri elmi-tədqiqat işlərinə tətbiq edilmir, nəticəsi kommersiya əsasında əldə edilə bilməz (tamamilə yeni bir texnika). Ancaq bir yenilik nəticəsində yaradılan bir yenilik müəyyən bir sosial ehtiyacı ödəyir və buna görə də istehlak dəyəri var.

Elmi və texniki məhsullar bazarı elmi və texniki məhsullar əldə etmək və ya əldə etmək niyyəti olan və ya satışa təqdim olunan şəxslərin, müəssisə və təşkilatların məcmusudur. Bu cür məhsullar tez-tez yeniliklər olduğundan, bu bazardan innovasiya bazarı kimi danışmaq olar (əvvəllər qeyd olunduğu kimi, yeniliklər təkcə elmi-texniki sahədə deyil, həm də iqtisadi və sosial həyatın digər sahələrində də mümkündür).

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən vacib formalarından biri ikitərəfli iqtisadi əməkdaşlıqdır. Öz növbəsində bu, həm yerli, həm də xarici təcrübəni öyrənərək Azərbaycan Respublikası bölgələrinin strateji innovativ inkişafına kömək edəcək bir çox problemin həllinə imkan verəcəkdir. Azərbaycan dövlətin gələcək inkişafı üçün regional innovasiya mərkəzlərindən birinə çevrilməlidir (Həsənoğlu, 2008: 319).

Hal-hazırda strategiyamız fərqlidir ki, burada təkcə iqtisadi vəzifələri müəyyənləşdirmir. Bu inkişaf proqramlarını araşdıraraq bir nəticəyə gələ bilərik ki, Azərbaycan Respublikası hərtərəfli strategiya hazırlamalıdır.

Bu gün biz dəyişiklik ortasında yaşayırıq və özümüzü dəyişdirməyə məcburuq. Yaşamaq üçün insanlar ətraflarında və özlərində baş verən vəziyyət və hadisələrə uyğunlaşmaq məcburiyyətində qalırlar. Təşkilatlar daim bu mühitdə yaşamaq üçün uyğunlaşırlar. Yalnız yaşamaq deyil, böyümək və inkişaf etmək lazımdır və bunun üçün hədəflərinizə çatmaq üçün özünüzü dəyişdirmək lazımdır.

“İnnovasiya” termini latınca “innovato” sözündəndir, bu da öz növbəsində yeniləmə və ya təkmilləşmə deməkdir. Yalnız XX əsrin əvvəllərində texniki yeniliklərin qanunları öyrənilməyə başladı.

Bu gün innovasiya sahəsi iqtisadi həyatın bütün sahələrini inkişaf etdirəcək bütün bölgə iqtisadiyyatının məhdud hissəsidir. Yeniliyin köməyi ilə istehsal qüvvələri, xüsusi mülkiyyətə münasibət dəyişəcək, iqtisadi münasibətlər və təsərrüfat növləri tənzimlənəcəkdir (Tağiyev, Səfərov, 2013: 39).

Yenilikçi bir strategiya hazırlayarkən ümumi strateji hədəfə əlavə olaraq, innovasiya menecmentinin “sehrli üçbucağı” adlandıran üç vacib alt hissəni də nəzərə almaq lazımdır. Bu alt qruplar innovativ müəssisə strategiyasının hazırlanması prinsiplərində öz əksini tapmışdır (Kalabık, 2013: 19).

Bazarlıq prinsipi o deməkdir ki, hazırlanan məhsul bazarın tələblərinə cavab verməlidir.

Xərcləri minimuma endirmək prinsipi, tələb olunan tələblər, tədqiqat və inkişaf xərcləri və dolayı (əlaqəli) xərclər nəzərə alınmaqla mümkün olan minimum səviyyəyə endirilmək deməkdir.

Əsas çətinlik hələ də iqtisadiyyatla texnoloji tərəqqi arasında əlaqə qurmaqdır. İnnovasiyanın iqtisadi artıma təsirini müəyyən edəcək metodlar tətbiq etmək lazım gələcək.

İnnovativ inkişaf, əlbəttə ki, ilk növbədə elmin uğurlarını əks etdirir, bölgənin sosial-iqtisadi inkişafının parametrlərinə təsir göstərir.

İnnovativ inkişafın strateji idarə olunmasının birinci mərhələsi onun bölgəsinin imkanlarının təhlilidir. Ancaq bir problem var ki, bu günə qədər hər cür şəraiti müəyyənləşdirməyə kömək edən metodik və metodik yanaşmalar mövcud deyil. Bəzi sahələri və həll yollarını müəyyənləşdirmək lazım olacaq.

Başlanğıc şəraitin təhlili metodlarına statistik məlumatlara görə, innovativ potensialın fərdi komponentlərinin qiymətləndirilməsinə iqtisadi ədəbiyyatda mövcud olan yanaşmalar daxil ediləcəkdir. Bölgənin innovativ potensialı innovativ fəaliyyət həyata keçirmək imkanlarından biridir.

Yerli özünü idarəetmədə innovativ tipologiyaların meyarları

İnnovativ tipologiyanın meyarı olaraq bölgələr üç növ ola bilər:

- regional, regionlararası, beynəlxalq əhəmiyyətə malik, şaxələndirilmiş iqtisadiyyata malik yüksək dərəcədə innovativ potensiala malik bölgələr;

- əsasən regional əhəmiyyət daşıyan, iki-üç şəhər meydana gətirən sənaye sahələri olan, orta dərəcədə innovativ potensialın konsentrasiyası olan bölgələr;
- kənardan xarici dəstəyə ən çox ehtiyac duyan innovativ potensialın aşağı konsentrasiyası olan bölgələr.

Müəssisənin fəaliyyətinin innovasiya aspekti onunla fərqlənir ki, o, müəssisənin strategiyasının bütün qalan ünsürlərini(sahibkarlıq, istehsal, elmi-texniki marketinq, sosial iqtisadi) özündə birləşdirir. Çünki, strategiyanın yuxarıda qeyd etdiyimiz ünsürləri yeni əmtəələrin, xidmətlərin, yeni təsərrüfatçılıq forma və metoldarının meydana çıxmasına, bəyənilməsinə və tirajının müəyyən edilməsinə əsaslanır. Bu nöqteyi nəzərdən innovasiya fəaliyyəti təkcə salamat qalma və tərəqqi şərti kimi deyil həm də müəssisənin fəaliyyətinin digər ünsürlərinin reallaşması üçün dayaq rolunu oynayır. İnnovasiyanın strateji tərəfi həm də onda ifadə olunur ki, o, həm də müəssisəyə bazar şəraitinə daha sürətlə uyğunlaşmağa, öz imkanlarının yeni sahələrə və yeni bazarlara irəlilədilməsi imkanlarını artırmağa imkan verir. Bu, hər şeydən əvvəl uzunmüddətli dövrdə rentabelliyin və maliyyə dayanıqlığının yüksəldilməsində meydana çıxır (İsgəndərova 2011: 94).

Bundan əlavə, dövlətin innovasiya yönümlü inkişaf strategiyalarının formalaşması innovativ potensialın hərtərəfli qiymətləndirilməsinin nəticələrinə və uzunmüddətli elmi və texnoloji proqnoza əsaslanır (Бочаров, Любовный, 2012: 233).

Sənayeləşmiş ölkələrdə innovativ mexanizmdə idarəetmə və təşkilati aspektlər mühüm yer tutur. Onların bir çoxu çox mərhələli idarəetmə həyata keçirir və innovativ münasibətlərin müxtəlif təşkilati formalarından istifadə edirlər.

Son 20 ildə innovasiya sahəsinin - elmin, yeni texnologiyaların, bilik tələb edən sahələrin inkişaf səviyyəsinin və dinamizminin dayanıqlı iqtisadi artım üçün zəmin yaratdığı aydın oldu. Elmi və texnoloji tərəqqi istehsalın miqyasını və quruluşunu dəyişdirir, dünya iqtisadiyyatının vəziyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. 1990-cı illərdə elmi və texnoloji dəyişikliklərin artan tempi, yüksək texnoloji sənaye və xidmətlərin sürətli inkişafı sənayeləşmiş ölkələrdə iqtisadi artımın sürətlənməsinə yeni təkan verdi. Dünya iqtisadiyyatında bilik və yeniliklərin ən vacib iqtisadi qaynaqlar kimi istifadəsinə əsaslanan yeni bir böyümə paradiqması formalaşır. Bu, milli innovasiya sistemləri konsepsiyasının inkişafını əvvəlcədən müəyyənləşdirdi. İnnovasiya prosesinin ayrı-ayrı elementlərini mürəkkəb bir sistemin qarşılıqlı əlaqəli əlaqəsi hesab edən, fəaliyyətini müəyyən institusional amillər dəstəyi ilə təmin edir (İbrahimov, 2014: 294).

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Dissertasiyanın yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Tədqiqat işinin əsas müddəalarından bu sahədə toplanmış beynəlxalq və Azərbaycan təcrübəsindən istifadə edərək yerli idarəetmədə konstruktiv əməkdaşlıq yolu ilə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı və böyüməsinə yönəlmiş uzunmüddətli strategiyasının hazırlanmasında və həyata keçirilməsində istifadə edilə bilər. Həmçinin yazdığımız tədqiqat işin əsas müddəalarıda göstərir ki, yerli özünü idaretmədə innovasiyaların yüksək təsirləri vardır.

Nəticə

Yazdığımız məqalədə əldə edilmiş elmi nəticələr, daxilindəki nəticələr və tövsiyələr yerli özünüidarəetmədə innovasiya amilləri üçün istifadə edilə bilər. Təcrübə göstərir ki, inkişaf etmiş ölkələr öz milli mənafeyinə uyğun "Milli innnovasiya sistemi" formalaşdırırlar. Bu zaman iqtisadiyyatın inkişafına xidmət edən yeni texnologiyaların yaradılmasına və tətbiqinə, yeni istehsal proseslərinin təşkilinə yönələn elmi biliklərə, stimullaşdırıcı tədbirlərin tətbiqinə üstünlük verilir.Çünki innovasiya iqtisadi inkişafın əsas həlledici amilidir və onun tətbiqi ilə iqtisadiyyatda və eyni zamanda elm sektorunda ciddi dəyişikliklər - texnoloji proseslərin təkmilləşdirilməsi, elmi-tədqiqatların nəticələrinin reallaşması və s. baş verir. İnnovasiya iqtisadi inkişaf şəraitində sahələrarası əlaqələrin optimallşadırılmasında milli innovasiya sisteminin formalaşdırılması mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Dövlətin innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsində ortaya çıxan problemlər müxtəlifdir.Onların içərisində dünya standartları və məhsul istehsalı səviyyəsindən geridə qalmağımızı, əksər istehsal edilən məhsulların rəqabətə davamsızlılığını, innovasiya sferası üçün geniş infrastrukturun olmamasını, innovativ tipli, həmçinin innovasiya fəaliyyəti ilə məşğul olan kiçik müəssisələrin qıtlığını, pul vəsaitlərinin yoxluğunu göstərmək olar.

Ədəbiyyatlar

1. İbrahimov İ., (2014) "Bələdiyyə idarəçiliyinin beynəlxalq təcrübəsi" "Elm və Təhsil"
2. İsgəndərova A., (2011) "Azərbaycan Respublikasında bələdiyyə mülkiyyətinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri" Bakı, "Elm"
3. Tağiyev A. H., Səfərov. Q. Ə., (2013) İnnovasiya layihələrinin menecmenti, Bakı, "Poliqrafiya"
4. Həsənoğlu.M., (2008) "Azərbaycan Respublikasının yenidən qurulması və bələdiyyələin gücləndirilməsi" Bakı., "Elm"
5. Haciyev Ş.H., (2011), Dövlət və bələdiyyə idarəçiliyi, dərslik, Bakı, "Şərq və Qərb"
6. Xəlilov Q., (2014) "Yerli özünüidarəetmə və onun özünütəyinetmə məzmunu" Bakı, "Elm və Təhsil"
7. Юрьев А. (2004) "Конкурентоспособность страны: ресурсы, структура и функции". 354 стр.
8. Гимазова Ю. В., Омельченко Н. А (2019) Государственное и муниципальное управление, Москва: Гриф УМО ВО,
9. Купряшин Г. Л. (2019) Основы государственного и муниципального управления, Москва: Гриф УМО ВО,
10. Бочаров Ю.П., Любовный В.Я. (2012) "Город и производство"
11. Sharma M. (2014) Local Government: Rural and Urban, Anmol Publications, New Delhi,
12. Heywood A. (2010) Key Concepts in Politics, Macmillan Press Ltd, London,

Müasir Şəraitdə İnsan Resurslarının Motivasiyasının Mahiyyəti, Metodları və Funksiyaları

Nicat Əliheydərli

neliheyderli@gmail.com

Xülasə

Məqalədə müasir şəraitdə insan resurslarının motivasiyasının mahiyyətindən, metodlarından və funksiyalarından bəhs olunur. Heyətin səmərəli motivasiyası müasir təşkilatların rəqabətqabiliyyətliliyinin ən mühüm amillərindən biridir. İqtisadi modernləşmə şəraitində müəssisələrin uğuru və rəqabət qabiliyyəti tamamilə mövcud ehtiyatların səmərəli istifadəsindən asılıdır. Bundan əlavə, müəssisələr üçün ən vacib inkişaf mənbələri arasında əmək və yaradıcılıq potensialı, peşə təcrübəsi və biliyi olan insan resursları nəzərə alınır.

Müasir şəraitdə müəssisələrlə əlaqəli köklü yeni vəzifələr ilk növbədə insan resurslarının idarə edilməsində yaranır. Bununla əlaqədar, insan resurslarının effektiv idarə olunması üçün ən təsirli vasitə kimi müəssisə işçilərinin əməyinin motivasiyasının vacibliyində ciddi artım var. Müəssisənin istehsal və təsərrüfat fəaliyyətlərini idarə etmək üçün alt sistem kimi çıxış edən insan resurslarının idarəetmə sistemi vasitəsilə insanları və onların məhsul və xidmətlər istehsal etmək bacarığı idarə olunur. İstehsal və təsərrüfat fəaliyyətlərini səmərəli şəkildə idarə etmək yalnız müəssisə işçilərinin əsaslandırılmış işi şəraitində mümkündür, çünki məhz motivasiya insanın əsas məhsuldarlığını artırır. İşçilərin rasional qiymətləndirilməsi və motivasiyası, daha yüksək göstəricilərə və əməyin nəticələrinə nail olmağa kömək edir və işçilərin işə münasibətinin dəyişməsi, ümumi şəraitdə qorunub saxlanılması və yaxşılaşdırılması bazar şəraitində əsas vəzifə olan müəssisənin ümumi gəlirliyini və rəqabət qabiliyyətini artırır.

Məqalədə motivasiya insan resurslarının idarə edilməsinin ən vacib funksiyalarından biri hesab olunur. Elmi ədəbiyyatın təhlili əsasında motivasiya prosesinin mahiyyəti və quruluşu fərqləndirilir. Qeyd edilir ki, motivasiyanın əsas mexanizmi rəhbərliyin arsenalında mövcud idarəetmə metodlarıdır. Müasir təşkilatlarda həm ənənəvi, həm də müasir olaraq insan resurslarının maddi və qeyri-maddi motivasiya metodlarına xüsusi diqqət yetirilir.

Açar sözlər: motivasiya, motivasiya prosesləri, insan resursları, stimullaşdırma, motivasiya metodları

Giriş

Hazırkı idarəetmə sistemindən bazar iqtisadiyyatına keçidin hazırki mərhələsi iqtisadi fəaliyyətin bütün sahələrində dəyişikliklər, əsasən yeni, daha effektiv idarəetmə metodlarına keçidi tələb edir (Варенов, 2017). Təbii ki, bu, istehsalın təşkili ilə bağlı müəyyən bir problem yaradır və kadr idarəetmə prosesinə keyfiyyətcə yeni tələblər qoyur (Quliyeva, 2017)..

Aydındır ki, idarəetmənin bütün səviyyələrində menecerin vəzifəsi təşkilatın məqsədlərinə çatmaqdır. Bir insanı müəyyən bir problemin həllinə bağlamaq üçün bir insanın nəyi nəyə təhrik etdiyini, onu hərəkətə gətirən və nəyə can atdığını, müəyyən bir iş görməsini yaxşı bilmək və başa düşmək lazımdır (Егоршин, 2013).

Azərbaycan müəssisələrinin əhəmiyyətli bir çatışmazlığı, təşkilatlarda çalışan insanların potensial və intellektual qaynaqlarının düzgün qiymətləndirilməməsidir. Lakin müəssisə üçün insan potensialı əsas rəqabət üstünlüyüdür. Hal-hazırda, təşkilatın bütün işçiləri gələcəyə aydın bir baxış bəsləyən, vacibliyi və məqsədlərinə çatmaq üçün müstəqil hərəkətlərə motivasiya ilə yaxın bir qrup kimi çıxış etmələri lazımdır. Təlimli, həvəsli və mütəşəkkil bir heyət müəssisənin taleyini təyin edir (Varenov, 2017:).

Motivasiyanın Mahiyyəti

İdarəetmə prosesinin əsas funksiyalarında bir olan motivasiya, həmdə idarəetmənin müasir modelinin əsas prinsiplərindən biridir. Planlaşdırma və təşkiletmə funksiyasına uyğun olan

müdəaların səmərəli realizasiyası üçün, yəni təşkilatın qarşısında qoyulan məqsədlərin səmərəli surətdə əldə edilməsi üçün digər insanların fəaliyyəti koordinasiya və motivasiya edilməlidir. Bunu yaxşı başa düşən rəhbərlər yaxşı hər zaman şüurlu və intuitiv halda insanları motivasiya etməyə çalışmışlar. İstər ümumi qrup, istərsə də fərdi məqsədlərə çatmaq üçün insan davranışına təsir vasitələrindən biri də məhz motivasiyadır.

Motivasiya- özünü və digərlərini şəxsi və təşkilati məqsədlərə çatmaq naminə işləməyə vadar etmək prosesidir. Vadaretmənin əsas həlqələri motivlər və stimullardır.

Sosial-əmək münasibətləri cəmiyyətin həyat fəaliyyəti sistemində mərkəzi yerlərdən birini tutur. Əməkdə özünü büruzə verən insanın fəaliyyəti genişlənmiş təkrar istehsal və cəmiyyətin böyüməkdə olan ehtiyaclarını təmin etmək üçün əsas rol oynayır. Xüsusiyyətləri, maraqları, davranış motivləri olan bir insan, sosial-iqtisadi inkişafın dinamikliyini, intensivliyini və ya əksinə, belə inkişafın qeyri-sabitliyini təyin edir (Kafidov, 2013).

Əslində sosial-əmək münasibətləri anlayışına əmək münasibətləri və digər əlaqəli münasibətlər daxildir (məsələn, peşə təhsili və sosial sığorta sahəsindəki münasibətlər). Əmək bazarında işçi ilə işəgötürən arasındakı münasibətlər, əməyin təşkili və tənzimlənməsi, əmək şəraiti və əməyin mühafizəsi, əmək haqqı sistemi, motivasiya, stimullaşdırma və s. kimi vacib məsələlər daxil olmaqla, əmək prosesində davam etməkdədir.

İnsan resurslarının idarə olunması nəzəriyyəsi və praktikasında təşkilat işçilərinin motivasiya metodlarına çox diqqət diqqət yetirilir. İşçiləri qarşıdurmalar və problemlər olmadan səmərəli idarə etmək üçün motivasiyanın və onun bütün əsas metodlarının nə olduğunu bilmək lazımdır. Motivasiya əsas idarəetmə funksiyalarından biridir, insan resurslarını motivləşdirmək sənəti menecerlər və idarəçilər üçün çox vacibdir. Qeyd edək ki, motivasiyaya diqqət edilməsi insan resursları menecmentini kadr idarəçiliyindən fərqləndirir.

Motivasiya nədir? İdarəetmə klassiklərinin dəqiq bir tərifi ilə - M. Meskon, M. Albert və F.Hedouri, motivasiya "özünü və başqalarını şəxsi məqsədlərinə və təşkilat məqsədlərinə çatmaq üçün işləməyə həvəsləndirmə prosesidir" (Aytürk, 2010). Motivasiya - bunlar təşkilat işçilərinin daha səmərəli işləmək və əllərindən gələni vermək istəyini yaratmaq yollarıdır. İşçilərin məqsədlərinə çatmasına səbəb olan daxili bir motiv var. İşçinin özü performansını artırmaq və işinin keyfiyyətini artırmaq istəyir.

İşçilərin əməyini idarəetmə səviyyəsi yüksək keyfiyyətli, effektiv, ədalətli və korrupsiya olmadan kadr idarəçiliyindən birbaşa asılıdır. Sosial və əmək münasibətləri sistemində rəhbərin həyata keçirdiyi əsas funksiyalardan biri də təşkilatların işçilərinin müntəzəm olaraq işləməsidir. Menecerlər, insan resurslarını motivasiya etmək üçün innovativ metodların tətbiqi ilə işçiləri yüksək məhsuldar fəaliyyət göstərməyə təşviq edir və bununla da işçilərin sədaqətini artırmaqla əmək səmərəliliyinin ümumi yaxşılaşdırılmasına töhfə verirlər

Hal-hazırda bir müəssisənin məhsuldar və yüksək səmərəli fəaliyyəti təkcə təhsilli, fəal, yüksək səviyyəli işçiləri deyil, həm də müəyyən məqsədləri və özlərini fərdi olaraq əməyi reallaşdırmaq arzusu olan işçiləri tələb edir. İşçilərin motivasiyasının ənənəvi metodlarından istifadə etməklə işçinin bütün zəruri keyfiyyətlərini qorumaq çətindir.

Bu gün həm yerli, həm də xarici alimlərin çoxu əməyin motivasiyası və stimullaşdırılması məsələsində iştirak edirlər. Effektiv, eyni zamanda yenilikçi, motivasiya problemi kadr idarəçiliyi ilə əlaqəli ədəbiyyatda geniş şəkildə nəzərdən keçirilir. Üstəlik, fundamental əsərlərindəki müxtəlif bilik

sahələrinin nümayəndələrinin verilmiş problemin hansı tərəfinin elmi işin mərkəzinə çevrilməsindən asılı olaraq bir-birindən fərqli olan öz fikirləri var.

"Motivasiya" termini iqtisadi konsepsiya olaraq istehsalın demokratikləşməsi ilə əlaqədar nisbətən son zamanlarda istifadə edilmişdir. Əvvəllər bu, əsasən psixologiya və pedaqogikada istifadə olunurdu, çünki iqtisadi elmlərdə psixoloji elmlərlə əlaqəni təhlil etmək istəyi yox idi və həmçinin "motivasiya" anlayışı "stimullaşdırma" anlayışı ilə əvəz edilmişdir (Varenov, 2017). Motivasiyanın bu təfsiri müəssisənin iqtisadi sferasında qısamüddətli hədəflərin ortaya çıxmasına, eyni zamanda dərhal qazanc əldə etməyə səbəb oldu. Bu da, öz növbəsində işçinin şəxsiyyətinin ehtiyac duyduğu motivasiya sisteminə mənfi təsir göstərdi, işçilərin öz inkişaflarına, özünü inkişaf etdirməyə maraqlarının olmamasına səbəb oldu və bu sistem bu gün əmək məhsuldarlığının artırılması üçün ən vacib ehtiyatdır.

Yerli və xarici alimlərin əsərlərinin təhlili göstərdi ki, "motivasiya" anlayışının tərifinə müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. İqtisadi ensiklopediyada motivasiya dedikdə, bir tərəfdən təqdim olunan daxili motivasiya elementlərinin nəticə sistemi olan ehtiyaclar, dəyər istiqamətləri və maraqlar, digər tərəfdən insan şüuru tərəfindən əks olunan və sabitlənən ətraf mühit amilləri, yəni xarici stimullar kimi başa düşülən iş üçün insanın fəaliyyətə motivasiyası başa düşülür. (Qavrilov, 2015).

V.V. Lukaşeviç öz yazılarında deyir: "Motivasiya, insanın həm şəxsi məqsədlərinə, həm də təşkilatın məqsədlərinə çatmaq üçün hərəkətə sövq etməsidir" (Kibanov, 2008).

A.İ.Turçinovun "Motivasiya" anlayışına yanaşması V.V.Lukaşeviçin yanaşmasına bənzəyir. Motivasiya dedikdə, A.İ.Turçinov, fərdi və ümumi məqsədlərə çatmağa yönəlmiş müəyyən bir fəaliyyətlə əlaqəli daxili və xarici amillərin köməyi ilə bir insanın təşviq edilməsi prosesini başa düşür.

Hesab edirəm ki, motivasiyanın ən əhatəli tərifi aşağıdakı tərifl ortaya çıxır: motivasiya, bir motivin təsiri altında bir insanın davranışını idarə edən və öz ehtiyaclarını ödəmək üçün hərəkət istiqamətini təyin edən fizioloji və psixoloji planın dinamik bir prosesidir.

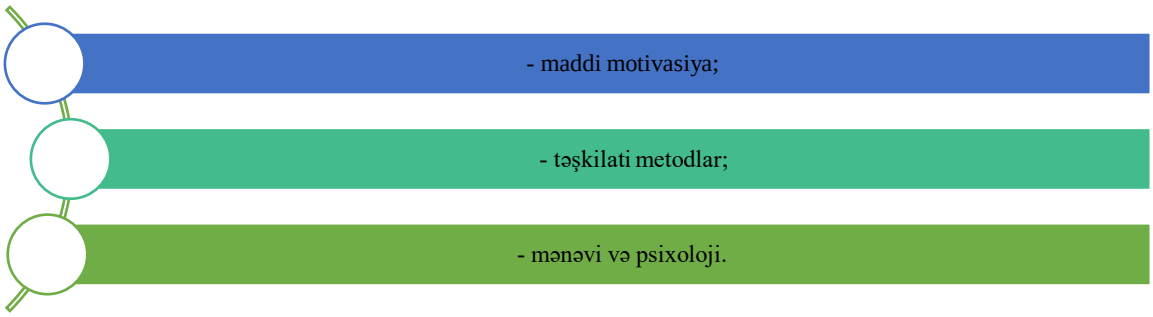
Əməyin motivasiyası, insanın psixoloji və fizioloji imkanları ilə məhdudlaşan işləmək üçün daxili motivasiyası kimi başa düşülməlidir. Bundan əlavə, motivasiya obyektinə təsir birbaşa və ya dolayısı ilə əməklə əlaqəli olan ehtiyaclara əsaslana bilən müəyyən motivlər və təşviqlər nəticəsində baş verir. Qeyd etmək lazımdır ki, hər hansı bir motivasiyanın müəyyən məqsədləri var: ya liderin şirkətin rifahı naminə qarşıya qoyduğu məqsədlərə, ya da iş prosesində öz məqsədlərinə nail olmağa.

Beləliklə, yuxarıdakılardan belə nəticə çıxarmaq olar: alimlər və İR mütəxəssisləri arasında motivasiyanı təyin etmək üçün vahid bir yanaşma yoxdur. Bu, kadrların motivasiyası sahəsində, eləcə də onun həllinə yanaşmalarda problem olduğunu göstərir.

Motivasiya Metodları

İşçilərin motivasiya metodları çox müxtəlif ola bilər və müəssisədəki motivasiya sisteminin incəliklərindən, ümumi idarəetmə sistemindən və müəssisənin özünün xüsusiyyətlərindən asılıdır.

Sxem 1. Effektiv iş davranışı metodları



Mənbə: Şimşek M. Şerif, Akgemici T., Çelik A. (2011). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Gazi Kitabevi, 7.Baskı, Ankara, Eylül., Materıalları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Maddi motivasiyanın ən çox yayılmış forması (metodu) fərdi mükafatdır. İldə bir dəfə ödəmək məsləhət görülür, əks təqdirdə əmək haqqına çevriləcək və motivasiya rolunu itirəcəkdir. İl ərzində mükafatların faizini əvvəlcədən müəyyənləşdirmək və işçinin nailiyyətlərinə uyğun tənzimləmək məsləhət görülür. Mükafatın həcmi, bir qayda olaraq, əsas qazancın ən azı 30% -ni, ən aşağı idarəetmə səviyyəsində mükafat 10-30%, orta hesabla 10-40%, ən yüksək 15-50% olmalıdır.

Mükafatların səmərəliliyi əsasən göstəricilərin düzgün seçilməsi, şöbələrin rolundan və təbiətindən, vəzifələrin səviyyəsindən, həqiqi ödəmədən və yekun nəticələrdən yönəldilməsi, işçi uğurlarının qiymətləndirilməsi meyarlarının çevikliyi ilə müəyyən edilir (Şimşek, Şerif, Akgemici, Çelik, 2011).

Motivasiya metodlarının yuxarıdakı təsnifat sxemi klassikdir. Müasir menecmentdə motivasiya metodlarının digər qruplarından da istifadə olunur. Genişləndirilmiş bütün motivasiya metodlarını da aşağıdakı dörd növə qruplaşdırmaq olar: Bütün növlərin iqtisadi motivləri (əmək haqqı bütün növlərdə, o cümlədən müqavilə, bonuslar, müavinətlər, sığorta, faizsiz kreditlər və s.). Onların təsirinin müvəffəqiyyəti, komandanın sistemin prinsiplərini nə dərəcədə başa düşməsi, ədalətli olaraq tanıması, həvəsləndirmənin (cəzalandırılmanın) və iş nəticələrinin qaçılmazlığının nə dərəcədə müşahidə edildiyi, vaxtında yaxın əlaqələri ilə müəyyən edilir.

Müəssisədə əməyin təşviqi və stimullaşdırılmasının ən çox istifadə olunan metodlarını sadalayırıq və xarakterizə edirik. Ənənəvi olaraq, onları maddi və qeyri-maddi olaraq ayırmaq adətdir. Maddi, öz növbəsində, pul və qeyri-pul bölünür. Pul güzəştlərinə aşağıdakılar daxildir:

1. Əmək haqqı - işçinin əmək fəaliyyətinə görə kompensasiya. Bu işçi səmərəliliyinin stimullaşdırılması əsas, güclü vasitələrdən biridir, çünki digər komponentlərlə müqayisədə nisbətən böyük ölçülərə çata bilər, nəticədə işçilər üçün ən cəlbedici vasitələrdən biridir. Maaşın yüksək səviyyədə olması şirkətin müsbət imicinin möhkəmlənməsinə və səlahiyyətli mütəxəssislərin cəlb olunmasına kömək edir.

Bu metodun çatışmazlıqları arasında, məsələn, görülən işlərin nəticələrinin unikal qiymətləndirilməsinin mürəkkəbliyi də adlandırıla bilər. Çətinliklər ümumiyyətlə işçinin əməyinin nəticələri hesablanmalı olduqda yaranır. Məsələn, istehsalda, əməkhaqqının müəyyənləşdirilməsində heç bir problem yoxdur - nə qədər uyğun hissələr hazırlanır, belə əmək haqqı. Bəs kollektiv də daxil olmaqla intellektual əməyi necə hesablamaq olar? Vaxt əsaslı ödəniş sistemi o qədər də effektiv deyil, çünki fərqli performansla fərqli sayda saatlar işləyə bilərsiniz. Belə bir fəaliyyətin qiymətləndirilməsinin ən açıq yolu müxtəlif skor kartlarını inkişaf etdirməkdir.

Digər bir çatışmazlıq, işçinin hər hansı bir yüksək əmək haqqından daha əhəmiyyətli hadisələrlə qarşılaşmasıdır. Bu cür hadisələrə güclü fiziki yük, davamlı işləmə saatları, normal sayılan və təşviq olunmayan , aşağı iş şəraiti, komandadakı daimi münaqişə vəziyyətləri daxildir.

2. Mükafatlar, müavinətlər, əlavə ödənişlər - yüksək əmək nəticələri, təcrübə və bilik, təşəbbüs, rasionallaşdırma təklifləri üçün maddi təşviq. Bu metodu istifadə etməyin müsbət tərəfi işçinin işinin səmərəliliyi ilə mükafat arasındakı əlaqəni birbaşa qeyd etməsidir. Bu metoddan istifadə edən bir sistem məhsuldarlığın artmasına kömək edir, işçilərə yeni bilik və bacarıqlar əldə etməyə və ən yaxşı nəticələrə nail olmaq üçün fəaliyyətlərində tətbiq etməyə həvəsləndirir.

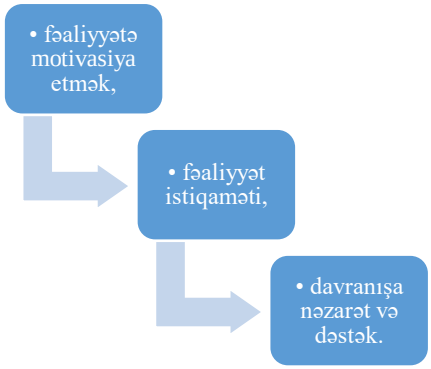
Çatışmazlıqlar, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, qiymətləndirmənin çətinliyi, ilk növbədə ümumi nəticəyə fərdi ödəniş və bu əsasda komandada konfliktlərin baş verməsini əhatə edir. Bundan əlavə, bir işçinin əsas gəliri tamamilə mükafatlardan asılı olarsa, başqa sözlə, ən azı ümumi ehtiyacları ödəyəcək sabit minimum zəmanətli qazanc olmazsa, çox güman ki, bu işçi mükafatların nə qədər yüksək olmasından asılı olmayaraq başqa bir təşkilata gedəcəkdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, motivasiya sisteminin düzgün hazırlanmış maddi hissəsi bütün proqramın əsasını təşkil edir. İşçilərin əksəriyyətini özünə cəlb edən bu hissədir, yəni bir təşkilat seçərkən bir insan ilk növbədə bir şirkətin təklif etdiyi əmək haqqı səviyyəsinə diqqət yetirir. Yalnız maddi cəhətdən yaxşı işləyənlər üçün əməyin səmərəliliyi əmək fəaliyyətini stimullaşdırmanın qeyri-maddi və qeyri- maddi metodlarından asılıdır (Yeqorşin, 2013:61) .

Motivasiyanın Funksiyaları

Motivasiya funksiyası təşkilati hədəflərə çatmaq üçün işçiləri səmərəli, səylə fəaliyyət göstərməyə motivasiya etməkdir. Kadrların ehtiyaclarını müəyyənləşdirməyə, müxtəlif əmək haqqı sistemlərindən istifadə edərək yerinə yetirilən işlərə görə mükafatlandırma sistemlərini inkişaf etdirməyə yönəlmişdir (Kravşav, Budvar, Devis, 2014) .

Sxem 2. Motivasiyanın əsas funksiyaları bunlardır:



Mənbə: Кибанов А.Я. (2008) “Управление персоналом организации. Практикум: учеб. Пособие” Москва, “ИНФРА-М”, 2008, Materıalları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Fəaliyyətə motivasiya etmək. Motivlər - bu bir insanın hərəkət etməsinə səbəb olan və ya hərəkətə təkan verən şeydir. Bu mənada, hər hansı bir ehtiyacı ödəməyə imkan verən müəyyən bir məqsədə çatmaq üçün fəal şəkildə hərəkət edən bir adam, motivasiya edilmiş və passiv, laqeyd və ya hərəkətsiz - hərəkətsiz və ya aşağı motivasiya sahibi sayılacaqdır.

Fəaliyyət istiqaməti. İnsanlar daima hədəflərinə necə çatacaqları barədə qərarlar qəbul edirlər. Məsələn, ac insan evdə, işdə və ya küçədə qəlyanaltı yeməyi arasında seçim edə bilər. Yalnızlıq hissini yaşayan bir insan fərqli dostlar və ya fərqli şirkətlər arasında seçim edə bilər. Rəhbərində xoş təəssürat yaratmağa çalışan bir işçi də fərqli seçimlər seçə bilər: xüsusilə vacib bir iş üzərində çox çalışın, bir rəhbərə bir növ xidmət verin və ya ona yaltaq olun. Bütün bu hərəkətlərdə ortaq bir şey var - onlar müəyyən ehtiyacı təmin etməyə imkan verən müəyyən bir məqsədə çatmaq üçün insanın səylərini istiqamətləndirən bəzi seçimləri təmsil edirlər.

Məqsədə nail olmağa yönəlmiş davranışa dəstək və nəzarətdə saxlamaq bu məqsədə çatmaqda müəyyən əzmkarlıqla ifadə olunur. Motivasiya insanı qərəzli, maraqlı edir. Beləliklə, davranışı pul motivasiyası ilə təyin olunan, fərqli vəziyyətlərdə və fərqli şərtlərdə pul qazanmağa çalışan bir insan bu dominanta uyğun hərəkət edəcəkdir. Qarşısına qoyulan vəzifələri və ya əsasən pul qazanma nöqteyi-nəzərindən açılacaq imkanları nəzərdən keçirəcəkdir.

Nəzəri cəhətdən, motivasiyanın öyrənilməsi obyekti insanların davranışı (fəaliyyəti) və ona təsir üsullarıdır. Motivasiyanın praktiki vəzifələri təsirli təsir metodları və metodlarının seçilməsindən, habelə işçilərin məhsuldar fəaliyyətə yönəldilməsi üçün çevik model və mexanizmlərin formalaşmasından ibarətdir. Bu problemlərin həlli üçün inteqrasiya olunmuş bir polis sistemi tələb olunur , çünki insanın davranışı daxili və xarici amillərin birləşməsi ilə müəyyən edilir. Bir insanın şüuruna inteqrasiya etmək və sındırmaq çətin olan bütün bu proseslər bütövlükdə onun hərəkətlərinə, sözlərinə, hərəkətlərinə, davranışlarına çevrilir.

Bildiyimiz kimi, hər hansı bir təşkilatı sosial obyekt kimi idarə etməyin mahiyyəti aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirməkdir:

- planlaşdırma, ümumi hədəflərin qurulmasından başlayaraq, parçalanması və planlı vəzifələri hər bir ifaçıya çatdırmaq;
- işçilərin əməyinin təşkili, yəni ümumi məqsədə çatmaqda bütün elementlərin və əlaqələrin qarşılıqlı əlaqəsini təmin etmək;
- bir sosial obyektin hər bir elementi və onların birləşməsi ilə məqsədə çatmağın düzgünlüyünü və ya səviyyəsini təmin etmək üçün zəruri olan nəzarət (işçilərin fəaliyyətinin kəmiyyət və keyfiyyətcə qiymətləndirilməsi);
- fərdin, qrupun, komandanın davranış motivasiyasının formalaşmasının sosial mühitdə məqsədlərə çatmağın əsas vasitəsi kimi qiymətləndirilməsi.

Məhsuldar fəaliyyət üçün şəxsi motivasiyanın formalaşmasında əsas yeri işçilərin və komandanın keyfiyyətlərini, münasibətlərini, əməyini hərtərəfli (kəmiyyət və keyfiyyətcə) qiymətləndirmək tutur. İnsanların davranışını (fəaliyyətini) qiymətləndirmədən müəssisənin effektiv fəaliyyətini təmin etmək mümkün deyil. Davranışın (fəaliyyətin) qiymətləndirilməsi fərdin, komandanın və cəmiyyətin mülkiyyətini işçinin bir işçi və vətəndaş kimi öz vəzifələrini nə dərəcədə yerinə yetirdiyini, yəni cəmiyyət üçün nə qədər ehtiyac duyduğunu və faydalı olduğunu, ümumi işə şəxsi əmək töhfəsinin nə olduğunu aşkar edir və edir (Qavrilov, 2015).

Kadrların kəmiyyət və keyfiyyət qiymətləndirmə obyekti olaraq fəaliyyətlərin son nəticələrinə nail olmaq üçün kadrların kompleks motivasiya sisteminin formalaşması modelində nəzərə alınır:

- şəxsiyyət xüsusiyyətləri;
- işçi fəaliyyəti;

- başın fəaliyyəti;
- qrupların, kollektivin fəaliyyəti;
- münasibətlər (istehlakçılar, işçilər, menecerlər);
- davranış motivasiyası.

Tədqiqatlar göstərir ki, qiymətləndirmə və işçilərin nailiyyətlər barədə məlumatlandırma və faiz dərəcələrində istifadə edilməsi (faiz, xal, rəngli məlumat və s.) komandada əmək səmərəliliyinin 25-30% artmasına səbəb olur.

Metod

Tədqiqat işində induksiya və deduksiya, sistemli yanaşma, abstraksiya və s. metodlardan istifadə edilmişdir. Tədqiqatın obyekti insan resurslarıdır. Tədqiqatın aparılmasında yerli və xarici alimlərin - iqtisadçıların, müəssisələrin idarə edilməsi sahəsindəki mütəxəssislərin, sosioloqların, psixoloqların əsərlərində verilmiş konseptual inkişaf, müddəalar və nəticələrdən istifadə olmuşdur.

Analiz

Motivasiya sistemlərinin qurulmasında motivasiyanın mahiyyətinin, metod və funksiyalarının öyrənilməsi müasir şəraitdə önəmli məsələlərdən olmuşdur. Eyni zamanda, Azərbaycanda motivasiya sistemlərinin qurulması indiki şəraitdə aktuallıq kəsb etdiyi üçün məqalədə aparılan tədqiqat əhəmiyyətə malikdir.

Nəticə

Beləliklə, nəticədə qeyd etmək lazımdır ki, məqalədə insan cəmiyyətinin idarə edilməsi sisteminin müasir cəmiyyətdəki əhəmiyyəti məsələsini nəzərdən keçirildi, sistemin ən vacib elementlərindən biri kimi motivasiya funksiyaları və proseslərini işıqlandırıldı.

İnsan resurslarının idarə edilməsinin əsas məqsədi insanların köməyi ilə təşkilatın uğurlarını təmin etməkdir. İnsan resurslarını idarəetmə sistemi təşkilat və işçi heyəti arasındakı əlaqələrin istifadəsinə əsaslanan idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi yolları olaraq təyin olunur.

Beləliklə, motivasiya özünü və başqalarını şəxsi məqsədlərinə və təşkilatın məqsədlərinə çatmaq üçün işləməyə həvəsləndirməkdir. Motivasiyanın ən vacib mexanizmi idarəetmə üsullarıdır. Maddi və qeyri-maddi motivasiya yollarının çevik birləşməsi menecerə təşkilatın istənilən işçisinə səmərəli yanaşmasına imkan verir. Maliyyə böhranı şəraitində idarəetmə tərəfindən böyük xərc tələb etməyəcək motivasiya metodlarının optimal birləşməsini dəqiq müəyyənləşdirmək lazımdır. Deyilənlərə əsasən, motivasiya metodlarının səmərəliliyinin artırılması baxımından aşağıdakılar faydalı ola bilər:

1. Müəssisənin son nəticələrinə (istənilən səviyyədə) nail olmaq üçün inteqrasiya olunmuş motivasiya modelini hazırlamaq.

2. Müəssisənin fəaliyyətini və insan davranışlarını kəmiyyət və keyfiyyətcə qiymətləndirmək.

3. Müəssisənin nəticələrinin qiymətləndirilməsinə (motivasiya və qiymətləndirmə yolları və metodlarının seçimi daxil olmaqla) inteqrasiya olunmuş bir yanaşma həyata keçirmək üçün bir mexanizm yaratmaq.

4. Strateji hədəflərə çatmaq üçün funksional əlaqələri optimallaşdırmaq və müəssisə bölmələrinin fəaliyyətini əlaqələndirmək.

5. Təşkilatların təhsil və peşə fəaliyyəti üçün kompleks motivasiya sistemini formalaşdırmaq üçün peşə ali təhsilin məsləhət və tədris kompleksini müəssisənin ehtiyacları üçün kadrların istehsalat təlimi ilə birlikdə istifadə etmək .

6. Nəzəri və praktik idarəetmənin innovativ problemlərinin yaradılması və həlli imkanlarını genişləndirmək. Tapşırıqların icrası məhsuldar fəaliyyət üçün kompleks kadr motivasiyası sisteminin modelində əks olunur.

Motivasiya sistemindəki dəyişikliklərlə onu sınamaq və sonra fəaliyyətini diaqnozlaşdırmaq və vəziyyətə uyğun olaraq düzəlişlər etmək çox vacibdir.

Ədəbiyyatlar

1. Quliyev T . Ə. (2013) “İnsan resurslarının idarə edilməsi”, Bakı, 325 s.
2. Quliyev T., (2010) “Menecmentin əsasları”, Bakı, 452 s.
3. Quliyeva Ş.T. (2017) “Menecmentin əsasları”, Dərs vəsaiti, Bakı,
4. Aytürk, Nihat (2010). Örgütsel ve Yönetsel Davranış, Detay Yayıncılık, Ankara.
5. Şimşek M. Şerif, Akgemici T., Çelik A. (2011). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Gazi Kitabevi, 7.Baskı, Ankara, Eylül.
6. Варенов, А. В. (2017) “Мотивация персонала. Игра или работа” Москва, Речь, 160 с.
7. Ветлужских, Елена (2018) “Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика” Москва, Альпина Паблишер, 152 с.
8. Гаврилов, А.Т. (2015) “Мотивация персонала: денежная и иная (проблемы документального оформления, учета, налогообложения)”. Москва, Российская газета, **494** с.
9. Гапоненко А.Л., Панкрухина А.П., (2007) Теория управления: Учебник /Под общ. ред..:Изд-во:РАГС, 523с.
10. Егоршин, А.П. (2013) “Мотивация и стимулирование трудовой деятельности” Москва, НИЦ ИНФРА-М, 378 с.
11. Кафидов В. В. (2013), “Управление человеческими ресурсами”, Питер, 208 с
12. Кибанов А.Я. (2008) “Управление персоналом организации. Практикум: учеб. Пособие” Москва, “ИНФРА-М”, 2008
13. Маслоу (2016) “”Мотивация и личность” Москва, СПб: Евразия, 478 с.
14. Пряжников, Н.С. (2012) “Мотивация трудовой деятельности” Москва, ИЦ Академия, 368 с.
15. Crawshaw, J.R., Budhwar, P.S. and Davis, A. (eds.) (2014) Human resource management: strategic and international perspectives. London: SAGE.

Layihələrdə Monitorinq və Qiymətləndirmənin Qarşılıqlı Əlaqəsinin Təkmilləşdirilməsi İstiqamətləri

Nərmin Xanlarlı

xanlarli.nermin@hotmail.com

Xülasə

Müasir dövrdə iqtisadiyyatda təsərrüfatçılıq proseslərin davamlı və sürətli inkişafının yüksək şəkildə təmin edilməsi zəruridir. Çağdaş dünyada iqtisadiyyatda təsərrüfatçılıq proseslərin davamlı və sürətli inkişafının yüksək şəkildə təmin edilməsi zəruridir. Bu isə öz növbəsində səriştə, yeni metodların tətbiqini və inkişaf etdirilməsini özündə birləşdirir. Layihələrinin təşkili, tətbiq olunması və həyata keçirilməsi, belə layihələrin məqsədlərinin araşdırılması, ölkəmizdə və dünyada sənayenin inkişafındakı rolunun qiymətləndirilməsi iqtisadiyyatın inkişafı üçün çox böyük rola malikdir. Dünyada müxtəlif xüsusiyyətli və çoxlu sayda layihələr həyata keçirilməkdədir. Bu layihələrin hazırlanması üçün çox miqdarda pul vəsaitləri, resurslar, zaman xərclənir və bir çox addımlar atılır. Layihələrə edilən inestisiyalar da günü-gündən artmaqdadır. Müəssisələr yeniliklər həyata keçirmək və sürətli inkişaf üçün yeni layihələr yaratmaqda, layihə idarəəetmə sistemləri formalaşdırmaqdadırlar. Müasir şəraitdə reallaşdırılan layihələrinin iqtisadi səmərəliliyinin müəyən olunması, ilk olaraq, arzu olunan müddət ərzində qoyulmuş pul vəsaitlərinin qaytarılma imkanlarının təyin edilməsi və istənilən gəlirliliyin alınması məqsədi ilə keçirilir.

Həyata keçirilən layihələrin uğurunu qiymətləndirmək, icrası zamanı ortaya çıxan problemlərin həlli, layihənin çatışmazlıqlarının zamanında müəyyənləşdirilməsi, ona təsir edən amillərin tədqiqi monitorinq və qiymətləndirmə proseslərindən asılıdır. Buna görə də layihələrin monitorinqi və qiymətləndirilməsi layihə idarə edilməsi sistemində vacib proseslərdir. Tədqiqatın əsas məqsədi layihələrin montorinqinin və qiymətləndirməsinin xüsusiyyətlərinin təhlili, onlar arasındakı əlaqə və layihələrin idarə edilməsindəki rolu haqqında təhlil aparmaqdır. Məqalədə həmçinin monitorinq və qiymətləndirmənin layihənin uğuruna təsir amilləri, onlar arasındakı bağlılıq, oxşar və fərqli xüsusiyyətlər öz əksini tapmışdır.

Açar sözlər: qiymətləndirmə, layihə, monitorinq

Giriş

Artan rəqabət, sürətlə inkişaf edən texnologiya müəssisələri yeni bacarıqlar əldə etməyə, yeni sahələrə investisiya yatırmağa, dəyişikliklər etməyə məcbur edir. Çatışmazlıqlar və onların əmələ gətirdiyi nəticələr müəssisələrə mənfi yöndə təsir göstərir. Müəssisələrə olan bu mənfi təsirlər onları inkişafa və dəyişməyə məcbur edir.

Hal-hazırda iqtisadiyyatın davamlı inkişafının təmin olunması, müəssisələrin rəqabətqabiliyyətli fəaliyyətin təmin olunması əsas məsələlərdən biridir. Bu sahədə isə layihələr əsas alət kimi çıxış edir. Daima dəyişən mühitdə dəyişikliklərin tələblərinə uyğunlaşmaq, hər sahədə texniki və iqtisadi cəhətdən getdikcə artan problemlərinin həllinə layihələr köməklik göstərir. Son zamanlarda layihələr çətinliklə uğurlu olmağa, bəyənilməyə başlayıb. Bu isə daha güclü uzlaşma, koordinasiya, nəzarət tələb edir. Layihələrin idarə edilməsi və həyata keçirilməsi zamanı isə bir çox problemlərlə qarşılaşmaq mümkündür. Layihələrin bir çoxunda zaman, büdcə və əhatə dairəsi baxımından müqavilədə olan şərtlər ödənilməməkdədir. Bu problemlərin nəticəsi olaraq ciddi maliyyə vəsaitlərinin itkisinə, bu isə layihələrin uğursuzluqla nəticələnməsinə səbəb olur. Layihələrin uğursuzluqla nəticələnməsinin qarşısını almaq üçün ən düzgün yollardan biri isə onların daim monitorinqi və nəticələrə əsasən lazımlı tədbirlərin vaxtında görülməsidir. (Babanlı M.B, Mehdiyeva A.M, 2018: s.67-68)

Monitorinq və qiymətləndirmə layihənin hər bir komponenti ilə əlaqəli məlumat alınması, bu

məlumatların layihəyə bağlı tərəflərə ötürülməsi və əldə edilən biliklərin mövcud layihənin icrası prosesində və yaxud da növbəti layihələrdə istifadə edilməsidir. Monitorinq məlumatların alınması və əlaqəli tərəflərə ötürülməsi ilə bağlı məsələlərə istiqamətlənərkən, qiymətləndirmə isə məlumatların analizi, ona qədər görülmüş işlər və görüləcək tədbirlərə maraqlanır. (José Ramón San Cristóbal Mateo, 2015: p.27)

Monitorinq və Qiymətləndirmənin Layihənin İdarə Olunması Prosesindəki Rolu

Monitorinq minumum səy göstərməklə düzgün qərarların qəbul edilməsi üçün məlumatların toplanılmasıdır. Bu məlumatlar təhlil edilməsi, müzakirələr aparılması, qiymətəndirmə və hesabat üçün baza məlumatlar kimi çıxış edir. Bir qayda olaraq monitorinq sitematik şəkildə layihənin həyat dövründə həyata keçirilən prosesdir və qiymətləndirmədən fərqlidir. Monitorinqin əsas məqsədi layihənin icrası zamanı keyfiyyətin artırılması üçün işlərin effektiv görüldüyünü və bunun düzgün edildiyini müəyyən etməkdən ibarətdir. Monitorinq davam edən əsas funksiyası layihə idarəçiliyinin inkişafını təmin etmək, maraqlı tərəflərin tələblərini ödəmək, çatışmazlıqları erkən tədqiq etmək və layihə uğuruna təsirini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Monitorinqin ilkin şərti iş planının və büdcəsinin mövcudluğudur. Monitorinq layihə menecerinə layihənin uğurunu, problemlərini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Monitorinq həmçinin potensial problemləri və onların layihəyə təsir amillərini təhlil edir. Bundan əlavə müsbət nəticələrin əldə olunmasına kömək edir. Nəticələri ölçmənin aşağıdakı faydaları vardır:

- Nəticələri ölçməsən, uğursuzları bilmərsən;
- Əgər müvəffəqiyyəti görməsən, onu mükafatlandıra bilməzsən;
- Əgər uğuru görməsən, onu öyrənə bilməzsən;
- Uğursuzluğu təhlil etməsən, onu düzəldə bilməzsən;
- Nəticələri nümayiş etdirsən, dəstək qazana bilərsən.

Layihə monitorinq və nəzarət prosesi layihə meneceri və layihə komandası tərəfindən layihənin məqsədlərinə uyğun hərəkətini yoxlamaq, irəliləyiş səviyyəsini təhlil etmək məqsədilə aparılır. Əsas hədəf əsas layihə dəyişikliklərini - dəyər, vaxt, keyfiyyət amillərini izləməkdir. Bu prosesin əsas obyektivləri aşağıdakılardır:

- Layihənin nailiyyətlərini və plana uyğun nəticələrini təhlil etmək;
- Layihənin indiyə qədərki naliyyətlərini gözdən keçirmək və ehtiyac varsa planda dəyişikliklər etmək;
- Layihə davam edərkən layihə meneceri və layihə komandası layihə üzərində əhəmiyyətli dərəcədə düzəldici tədbirlər həyata keçirə bilər.

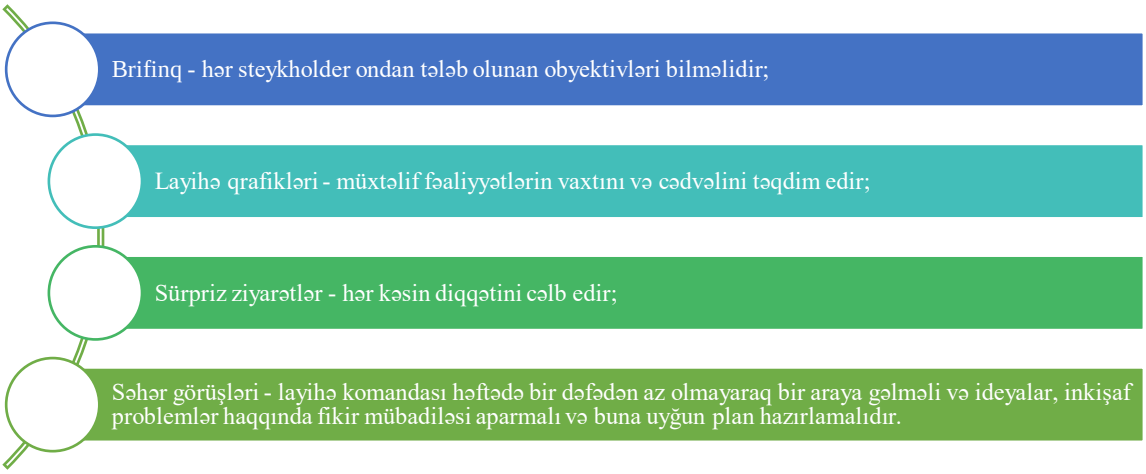
Layihələrin monitorinqi aşağıdakı mərhələləri əhatə edir:

- Layihənin vəziyyətini təhlil etmək;
- Faktiki və planlaşdırılmış parametrləri müqayisə etmək;
- Bu parametrlər arasında dəyişikləri müəyyən etmək;
- Düzəldici tədbirlər həyata keçirmək.

Layihənin monitorinqi layihənin icrası zamanı ölçmələr aparmağa, planlaşdırdığınız və gözlədiyiniz nəticələrlə müqayisələr aparmağa xidmət edir. Planla mövcud icra vəziyyəti arasında müqayisə zamanı ortaya çıxan kiçik yayınmalar, layihənin qeyri-müəyyənliyi ilə bağlı fikirlər əldə etməyə dəstək verir. Böyük fərqlər isə layihənin icrasına daha çox diqqət yetirməyi, nəzarət tədbirlərini daha da

gücləndirməyi tələb edir. Effektiv monitorinq üçün əsas tələblər icra zamanı istifadə olunan məlumatlar, göstəricilər və bunları əhatə edən mexanizmlər, əməliyyatlar, maraqlı tərəflərin görüşləri, planlaşdırılan tədbirlərdir.

Sxem 1. Layihə monitorinqinin yolları



Mənbə: Jeffrey K. Pinto. (2016). Project management Achieving Competitive Advantage. Published by Pearson Education.

Qiymətləndirmə layihənin bütün iştirakçıları üçün öyrənmə xarakteri daşıyır, onun nə qədər faydalı, uğurlu, effektiv və səmərəli olduğunu müəyyən etməyə imkan verir. Layihə qiymətləndirilməsinin əsas məqsədi əldə olunanan nəticələr uğurlu deyilsə onun reallaşdırılmaması, ona təsir edən amillərin müəyyən olunması, problemlərin, çatışmazlıqların aşkara çıxarılması, düzəlişlərin icra olunmasından ibarətdir. Qiymətləndirmə layihənin dayandırılması, dəyişikliklərin həyata keçirilməsi, davam etdirilməsi haqqında qərarların verilməsində əhəmiyyətli yerə malik köməkçi vəsitədir. Layihələrin qiymətləndirilməsinin qarşısında duran vacib problem isə layihələrdə qeyri-müəyyənliyi azaltmaqdır. Bu qeyri-müəyyənlik daha çox layihənin gələcək gəlirləri ilə bağlıdır. Layihə qiymətləndirilməsinin idarə olunmasına müxtəlif metodlar, yanaşmalar, nəzəriyyələr daxildir. Layihənin idarə olunmasında qiymətləndirmə prosesi aşağıdakı əsas komponentləri özündə birləşdirir:

- Məsrəflərin təhlili;
- İş icraatının gözdən keçirilməsi;
- Tədarük prosesinin təhlili;
- Riskilərin analizi;
- Satıcı araşdırması.

Layihənin qiymətləndirilməsi onun dəyərinin müəyyənləşdirilməsinə kömək edir. Qiymətləndirmə layihə daxilində fəaliyyətlərin, strategiyaların təhlili, onların faydalı olub olmadığı haqqında məlumatların əldə olunmasının əsasıdır. Qiymətləndirmə həmçinin layihə üçün kritik ola biləcək komponentlərin bərpasına xidmət edir. Layihənin reallaşdırılması zamanı məqsədlərin nə dərəcədə icra olunduğunu görmək, layihənin uğursuzluğa apara biləcək ünsürlərin müəyyən olunması qiymətləndirmənin önəmliliyini göstərir. Qiymətləndirmə layihənin müxtəlif mərhələlərində tətbiq oluna bilər:

- Layihəyə başlamazdan əvvəl;
- Layihənin icrası zamanı;
- Layihəni başa çatdırdıqdan sonra.

Layihə qiymətləndirməsi davam edən və ya başa çatmış layihədə onun sistemlivə mümkün qədər obyektiv olmasını, planlaşdırılmasını, siyasətini və nəticəsini daim gözdən keçirən idarəetmə alətidir. Burada əsas məqsəd inkişaf istiqamətlərinin aktuallığını, effektivliyini, səmərəliliyini, yerinə yetirilməsini müəyyən etməkdən ibarətdir. Qiymətləndrimə layihə mənbələrindən istifadənin yaxşılaşdırılması, layihənin icrası zamanı təklif və tövsiyyələri analiz etmək üçün aparılır.

Bamberger and Hewitt qiymətləndriməni layihələrin seçilməsi və planlaşdırılmasına kömək kimi qiymətləndirirlər. Qiymətləndirmə araşdırmaları layihəyə təsirlərini müəyyən etməyə, qruplar arasında mənfəətin düzgün bölüşdürülməsinə, layihənin iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən edilməsinə xidmət edir. Buna görə də qiymətləndirmə davam edən və ya başa çatmış bir layihənin aşağıdakı aspektlərinin təhlilinə imkan yaradır:

- Uyğunluq – layihələşdirilmənin uğurlu olub-olmaması, icra zamanı ortaya çıxmış nöqsanların əldə olunmuş nəticələrdə nə dərəcədə həll olunduğu;
- Performans – layihə planlaşdırıldığı kimi həyata keçirilib keçirilməməsi;
- Naliyyət – qısamüddətli və ya uzunmüddətli olmasından asılı olmayaraq layihə nəzərdə tutulan müvəffəqiyyəti əldə edibmi. (P. Gudda, 2011: p.72-73)

Layihə qiymətləndirilməsinin bir neçə əsas vəzifələri vardır:

- Strategiya, seçilmiş istiqamətlər, əməliyyat zamanı verilən qərarlar barədə məlumatlar əldə etmək və layihəyə müdaxilələr həyata keçirmək;
- Yuxarı orqanlara hesabatlılıq nümayiş etdirmək;
- Təkmilləşdirilmiş qərar qəbulu sisteminə nail olmaq, resurslardan daha qənaətli və səmərəli istifadəni təmin etmək.

Bundan əlavə layihə qiymətləndirilməsinin digər məqsədlərini də qeyd etmək olar:

- Korporativ inkişafa dəstək olan biliklər toplusu necə fəaliyyət göstərir və ya göstərmir, əgər göstərmirsə niyə suallarına cavab tapmaq;
- Layihənin keyfiyyətini yoxlamaq və təkmilləşdirmək;
- Uğur strategiyalarını müəyyən etmək və genişləndirmək;
- Uğursuz seçilmiş strategiyaları modifikasiya etmək;
- Layihə müdaxilələrinin təsir effektini, faydalarını ölçmək;
- Steykholderlərə layihə fəaliyyəti və keyifiyyəti barədə söz sahibi olmağa imkan yaratmaq;
- Digər tərəfdaşlara, layihəyə dəstək olan tərəflərə layihəni təsdiqlətmək üçün şərait yaratmaq.

Layihə qiymətləndirməsinin keyfiyyət karakteristikaları. Qiymətləndirmənin 6 xarakteristikası vardır, lakin bunlar məlumatın tam qüsursuz olacağına zəmanət vermir. Buna baxmayaraq menecerə əldə olunan məlumatların istifadəyə yararlı olub-olmaması barədə rəy formalaşdırmasına yardım edir. Bu karakteristikalar aşağıdakılardır:

- Qərəzsizlik. Qiymətləndirmə məlumatları qərəzsiz və dəqiq olmalıdır. Burada hər hansı siyasi və ya digər təsirlərə imkan verilməməlidir. Güclü və zəif əlamətlər qeyd edilməlidir və təkcə menecerin görüşləri əsas götürülməməlidir.
- Faydalılıq. Qiymətləndirmə məlumatları aktual, başa düşülən, vaxtında hazırlanmış olmalıdır. Axtarılan suallara tam cavab verməli və başa düşülən olmalıdır.

- Texniki uyğunluq. Məlumat müəyyən texniki standartlara cavab verməlidir - uyğun dizayn, düzgün seçmə mərhələləri, dəqiq anketlər və təlimatlar, məzmun və statistik analizlər, nəticələrə əsasən obyektiv tövsiyyələr olmalıdır.
- Steykholderlərin iştirakı. Layihədə maraqlı tərəflərilə müzakirələr aparılmalı, onların qiymətləndrimədə iştirakına şərait yaradılmalıdır. Əgər steykholderlər məlumatlara güvənəcəksə, mülkiyyət dəstəyini öz üzərinə götürəcək və aktiv tərəfdaş kimi yeni siyasətin, planın seçilməsinə kömək edəcəkdir.
- Əlaqə və yayılma. Məlumatın uyğun şəkildə, düzgün və vaxtında paylanmalıdır. Əlaqənin düzgün qurulmaması vaxt, güvən itkisinə səbəb ola bilər.
  - Pulun dəyəri. Məluamatlar üçün lazım olan qədər xərcləmək lazımdır, artıq olmasına icazə verilməməlidir. İstifadə olunmayacaq bahalı məlumatlar əldə etmək məqsədəuyğun deyildir. (P. Gudda, 2011: p.85-88)

Layihə qiymətləndirməsi bir neçə mərhələlərdən keçir ki, bu da aşağıdakı kimidir:

- Qiymətləndiriləcək layihə standartlarının müəyyən edilməsi;
- Seçilən fəaliyyətlərin, proseslərin, məhsulların xüsusiyyətlərinin araşdırılması bu standartlara əsasən aparılır. Seçilmiş təhlil keyfiyyət və ya kəmiyyət göstəriciləri ilə proqram daxilində qiymətləndirilir;
- Analizin nəticəsi sintez edilməsi;
- Nəticələrə əsasən tövsiyələr hazırlanır;
- Tövsiyələrə əsasən yeni əldə olunanlar layihəyə daxil edilir və digər qərarqəbuletmə prosesləri həyata keçirilir.

Monitorinq və qiymətləndirmə arasındakı əlaqənin təhlili

Monitorinq və qiymətləndirmə bir biri ilə əlaqəlidir. Hər ikisi qərar qəbulu prosesində məlumat toplamaq və hesabatlılığı nümayiş etdirmək üçün zəruri idarəetmə vasitələridir. Onlar bir birini həm dəstəkləyir, həm də hər ikisi vacib ünsürlərdir. Monitorinq və qiymətləndirmə eyni mərhələlərdən keçir, lakin müxtəlif məlumatların əldə olunmasına xidmət edirlər. Monitorinq uğurlu qiymətləndirmənin əsasıdır. Qiymətləndirmə də monitorinqi dəstəkləyən prosesdir. Onlar konseptual və metodoloji yeniliklərin inkişafı, yeni layihələrin hazırlanması zamanı əsas məlumat mənbəyi kimi çıxış edirlər. Monitorinq və qiymətləndrimə bir birindən fərqli olsalar da, bir biri ilə sıx bağlıdırlar. Monitorinq seçilmiş keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərinə əsasən, qiymətləndrimə üçün baza məlumatların əldə olunmasına yardım edir. Monitorinq və qiymətləndirmə arasındakı əlaqə aşağıdakı cədvəldə təsvir edilmişdir. Onların hər ikisi aryrı-ayrı proseslərdir və bir-biri əvəz edə bilməzlər.

Cədvəl 1. Monitorinq və qiymətləndirmə arasındakı əlaqə

Monitorinq	Qiymətləndirmə
Davamlı aparılan prosesdir.	Mütəlif zamanlarda:layihənin icrası zamanı, sonunda həyata keçirilə bilər.
Layihənin icrası zamanı sənədləri nəzarət altında saxlayır.	Dərin analizlər aparır, mövcud icra işləri ilə plan arasında müqayisə aparır.
Giriş, çıxış fəaliyyətlərinə, yerinə yetirilən proseslərə, davam edən əlaqələrə yönəlir.	Giriş fəaliyyətlərin nəticələrinə, məsrəflərlə bağlı nəticələrə, uğur əldə etmək üçün proseslərə, bütün fəaliyyətlərə yönəlir.
“Hansı fəaliyyətlər layihənin uğurlu olmasına təsir edir?” sualına cavab axtarır.	“Niyə və nə cür layihə uğurlu nəticələr əldə etdi?” sualına cavab axtarır.
Menecerləri problemlərlə bağlı xəbərdar edir, düzəldici fəaliyyətlərlə təmin edir.	Mencerləri strategiya və plan ilə təmin edir.

Özünü dəyərləndirmə layihə meneceri, nəzarətçilər, steykholderlər tərəfindən aparılır.	Daxili və xarici analizlər layihə menecerləri, dəstəkcilər, steykholderlər, xarici dəyərləndirənlər tərəfindən aparılır.

Mənbə: UNICEF (1991). WFP (May 2004). Transformation of inputs into outputs through activities.

Metod

Daimi dəyişiklik və güclü rəqabət şəraitində müəssisələr üçün yeniliyin əhəmiyyəti gündən-günə artır. Monitorinq və qiymətləndrimə arasındakı əlaqəni təhlil etmək, araşdırmaq üçün müxtəlif metodlardan istifadə edilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Tədqiqatın aparılmasında emprik tədqiqat metodlarından - təcrübə, nəzəri tədqiqat metodlarından - təhlil və tərkib, induksiya və deduksiya üsullarından istifadə olunacaqdır. Bu metodlardan əsas yeri nəzəri tədqiqat metodları tutmuşdur. Təhlil metodunun tətbiqi məlumatları tərkib hissələrə ayırmağa və başlıca əlaməti müəyyən etməyə etməyə kömək edəcəkdir. Bu metod tərkiblə birlikdə ayrı ayrı hissələrin əlaqələndirilməsini özündə birləşdirir. İnduksiya metodu konkrekt faktlardan ümumi nəticəni almağa, deduksiya metodu isə ümumi nəzəriyyədən xüsusi faktları əldə etməyə xidmət edir. Tədqiqatda həmçinin iqtisadi-təhlil, müqayis metodlarından da istifadə olunmuşdur. Tədqiqat üçün məlumatların toplanılması zamanı əsas üstünlük ikinci əldən məlumatların toplanılmasına verilmişdir.

Analiz

Günümüzdə sürətlə dəyişən, inkişaf edən dünyada müəssisələr ayaqda durmaq, rəqabət yönümlü olması üçün dəyişikliklərə cavab verməlidir. Bu prosesin həyata keçirilməsində isə layihələr əsas alət kimi çıxış edir və müəssisələrə bu çətinliklərin üstəsindən gəlməyə kömək edir. Buna görə də layihələrin tədqiq edilməsi, onların qiymətləndirilməsinin və monitorinq prosesinin araşdırılması tətqiqatı önəmli eedən əsas səbəblərdəndir.

Nəticə

Bütün bu qeyd olunanlar monitorinq və qiymətləndirmənin ayrı-ayrı xüsusiyyətlərə, funksiyalara malik olduğunu göstərir. Həmçinin bununla yanaşı onlar arasında sıx əlaqə olduğunu və layihə idarə edilməsi prosesində önəmli yerə malik olduğunu vurğulayır. Yaxşı monitorinq və qiymətləndirmə layihənin faydalılıq potensialını artırır, sisteminin daha effektiv qurulmasını təmin edir. Layihənin potensialının müəyyənləşdirilməsi vacib amil kimi çıxış edir, lakin bu proses zamanı çox zaman zəif nəticələr əldə olunur. Layihənin potensialının müəyyən olunmasının əsasını monitorinq və qiymətləndirmə başda olmaqla, onların tərkibində olan layihə analizləri, layihələşdirmə və hesabat sistemi, sosial-iqtisadi məlumatların toplanılması və idarə edilməsi, funksional sistemlərin qurulması, qərar qəbulu üçün məlumatların əldə edilməsi təşkil edir. Layihənin uğurlu, effektiv, səmərəli şəkildə başa çatmasının əsasını monitorin və qiymətləndirmə sistemi təşkil edir. Layihələrin monitorinqi və qiymətləndirməsinin əsas hədəfləri bunlardır:

- ✓ Təhlil etmək, təsvir etmək, təklif etmək üçün layihə steykholderlərinin potensialını artırmaq;
- ✓ Layihənin nəticəsinin uğurlu olması üçün düzəldici tədbirlər görməklə, strategiyaları dəyişməklə öyrənmə, tənzimləmə fəaliyyətlərini həyata keçirmək;
- ✓ Təşkilati baxımdan bütün səviyyələrdə, həmçinin layihənin icrası və maliyyələşdirilməsi üçün cavabdeh olanlar tərəfindən hesabatlılığı təmin etmək;
- ✓ Əldə etdiklərin üzərində işləmək və uğuru qeyd etmək.

Uğurlu şəkildə qurulmuş monitorinq və qiymətləndirmə sistemi:

- ❖ Layihənin effektivliyinin artmasına, xarici mühitə tez uyğunlaşmasına;

- ❖ Layihənin keyfiyyətinin yüksəlməsinə;
- ❖ Layihənin və onun tərəfdaşlarının uğur əldə etməsinə;
- ❖ Layihənin etibarlılığının artmasına;
- ❖ Heyətdə yüksək nailiyyətin və məmnunluq hissinin əldə olunmasına və məhsuldarlığın artmasına təminat verir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Babanlı M.B, Mehdiyeva A.M. (2018) " Layihələrin idarə olunması" Bakı, ADNSU-nun nəşri.
2. Babayev İ.A (2003) "Layihələrin idarə edilməsi metodologiyası" Bakı, "Elm" nəşriyyatı.
3. James P. Lewis. (2000). The Project Manager's Desk Reference Copyright by The McGraw - Hill companies.
4. Jeffrey K. Pinto. (2016). Project management Achieving Competitive Advantage. Published by Pearson Education.
5. José Ramón San Cristóbal Mateo. (2015). Management Science, Operations Research and Project Management.
6. John Willey. (2003). Project Management Methodologies Selecting, Implementing, and Supporting Methodologies and Processes for Projects. Copyright by John Wiley & Sons.
7. Nəcəfov Z.M. (2006) "İnnovasiyanın əsas anlayışları" / Elmi-praktiki seminarınmaterialları. Bakı, "Elm" nəşriyyatı
8. Patrick Gudda. (2011) A guide to Project monitoring & Evaluation.
9. Ranjit K. Sau. (2019). Approaches to Project Evaluation. Published by: Economic and Political Weekly
10. Richard Luecke. (2009). Proje yönetimi. Çeviren: Ümit Şensoy. Türkiye iş bankası kültür yayınları.
11. Willis H. Thomas, PMP. (2012) "Project evaluation and lessons learned".
12. https://www.projectmanager.com/blog/5-ways-to-measure-project-success
13. https://www.finance-ni.gov.uk/articles/programme-and-project-benefits-evaluation
14. https://managementhelp.org/consulting/project-evaluation.htm
15. https://www.healthsherpa.com/blog/top-10-government-programs-for-low-income-families/
16. https://www.planetizen.com/node/92752/25-best-examples-innovative-government-programs

İdarəetmə Sistemində İnnovasiyaların Nəzəri-Metodoloji Əsasları

Ayxan Nəbiyev

nabiyev.97@list.ru

Xülasə

Məqalədə idarəetmə sistemində innovasiyaların nəzəri metodoloji əsasları araşdırılmış və təhlil edilmişdir. Məqalənin məqsədi idarəetmə sahəsində əsas islahatarın istiqamətlərini təhlil etməkdir. İnnovasiya prosesi sosial-iqtisadi münasibətlərin keyfiyyətini dəyişməklə və özünəməxsus yığım forması, xüsusi sərvət strukturu və yığım effektivliyinin xüsusi qiymətləndirmə meyarları kəsb edən yeni innovasiya yönümlü iqtisadiyyatı yaratmaqla bütün təsərrüfatçılıq sisteminin fəaliyyətində hakim rol oynamağa başlayır. Bu zaman iqtisadi artım kimi istehsalın intellektləşdirilməsi çıxış edir, yəni ÜDM artımı, əsasən, elmtutumluməhsul və xidmətlərin buraxılışı və reallaşdırılması hesabına əldə edilir.

Bu gün dünyada ümumi daxili məhsulun elmtutumluğu göstəricisi ölkədə elm və innovasiyanın fəaliyyətinin səviyyəsini xarakterizə edən əsas göstəricidir. Bu göstəric-i milli innovasiya sisteminin yetkinliyi və tarazlığını qiymətləndirmək üçün əsas meyardır. Azərbaycan resublikasında iqtisadiyyat sahələrinin mövcud texniki-texnoloji durumu yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal etməyə imkan vermir. Bununla əlaqədar müvafiq inkişaf proqramını işlənilməsi bir çox problemlərin konstruktiv həllini, idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri olan təsirli, səmərəli innovasiya sistemi nəzəriyyəsinin işlənilməsinin vacibliyini ön plana çəkir.

Ümumiyyətlə, iqtisadiyyatın davamlı və dinamik inkişafı innovasiya proseslərinin effektivliyindən birbaşa asılıdır və bu proseslərin effektivliyi isə məqsədyönlü idarəetməni tələb edir. Belə bir idarəetmə isə ayrı-ayrı innovasiya yönümlü tədbirlərin, makro və mikro səviyyədə hazırlanan və reallaşdırılan innovasiya siyasətinin ən müxtəlif komponentlərinin uzlaşdırılmasını, birbirini tamamlamasını, bir sözlə, sistemli yanaşmanı zərurətə çevirir. Buna görə dı Milli İnnovasiya Sisteminin (MİS) formalaşması innovasiya inkişafının ən zəruri mexanizmi hesab edilməlidir və bu zərurət MİS-lərin çevik formalaşması üçün ən müxtəlif səviyyələrdə müvafiq tədqiqatların aparılmasını tələb edir. Buna görə də dissertasıyanın mövzusu aktualdır.

Açar sözləri: innovasiya, texnika, inkişaf, texnologiya, təşkilati-idarəetmə.

Giriş

Müasir dövrdə elm tutumu və rəqabətqabiliyyətli məhsul (xidmət) isthsalı davamlı iqtisadi inkişafın ən mühüm şərti hesab olunur. Beləki elmtutumlu məhsul istehsalına çəkilən xərclərin əhəmiyyətli artımı və səmərəliliyi iqtisadiyyatda davamlı artım tendesiyasının, intellektual potensialın formalaşması və inkişafının əsasını təşkil edir. Hesablamalar göstərir ki, hər hansı bir ölkədə elmin inkişafı, həmin ölkədə ÜDM in orta hesabla 50% artmasına təsir göstərə bilir. XX əsrin ortalarından başlayaraq , inkişaf etmiş ölkələrdə sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi, qlobal rəqabət şəraitindən yararlanmaq üçün innovasiya amilinə üstünlük verilir. Qlobal tərəfdaşlıq, birgə tədqiqat müəssisələrinin yaradılası da daxil olmaqla, kooperasiya əlaqələri genişləndirilməkdədir.

Dünyanın elmtutumlu aparıcı kooperasiyalarının qloballaşma prorsesində tədqiqat strategiyası gücləndirilərək, xarici təcrübənin daha sürətlə mənimsənilməsinə yönəldilməkdədir. Qloballaşma prosesində ölkələr arasında texnoloji rəqabət dahada kəskinləşmişdir. İqtisadi cəhətdən liderlik etmək üçün hamı tərəfindən qəbel edilən yeganə yol daima innovasiyalı yeniləşmədir. Gələcəyin innovasiyalı inkişafının mənzərəsinin formalaşması, ilk növbədə elmitexniki inkişafın ən yeni meyllərinin məcmusunu, maliyələşmənin miqyasını dövlət elmi mərkəzlərində və özəl sektor şirkətlərində prinsipcə yeni texnologiyaların işlənəsi və mənimsənilməsi əhatə edir.

İdarəetmə sistemində innovasiyaların nəzəri əsasları

"İnnovasiya" anlayışı daxilində yeni qayda, yeni üsul, yeni məhsul və ya texnologiya, yeni hadisə nəzərdə tutulur. Yeni iqtisadi kateqoriya kimi "innovasiya" terminini elmi dövriyyəyə XX əsrin ilk onilliklərində avstriya, sonradan amerika alimi Jozef Şumpeter daxil etmişdir. J. Şumpeter özünün "İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsi" (1911) işində ilk dəfə olaraq inkişafında dəyişikliklərin yeni innovasiya məsələlərinə baxmış və innovasiya prosesinin tam təsvirini vermişdir. J. Şumpeter inkişafda 5 dəyişikliyi ayırmışdır:

Sxem 1. J. Şumpeterin inkişafa aid 5 dəyişiklik sxemi

Mənbə: Литвинцева Е.А., 2008: s.28

J. Şumpeterə görə, innovasiya-yeni növ istehlak mallarının, yeni istehsal və nəqliyyat vasitələrinin, bazarların və sənayedə təşkilati formaların tətbiqi və istifadəsi məqsədilə baş verən dəyişiklikdir. O sübut etdi ki, iqtisadiyyatda mərkəzi novator-sahibkar olacaqdır (Литвинцева, 2008: 28).

J. Şumpeter "Texniki inkişaf nəzəriyyəsi" əsərində innovasiyaya texniki dəyişiklik ilə bağlı iqtisadi təsir kimi baxmışdır. O, istehsal funksiyası innovasiya sahibkarlığının mahiyyətini tapmağa cəhd etmiş və innovasiya prosesləri nəzəriyyəsinin əsaslarını tədqiq etmişdir. Şumpeter innovasiya prosesində sahibkarın rolunu qeyd etmiş və onu ixtira ilə yenilik arasında əlaqələndirici adlandırmaqla Yeniliyə texnologiyanın və idarəetmənin dəyişməsi kimi baxmışdır.

Bu tərifdə də müsbət effektin mütləqliyi, eləcə də ideyanın reallaşdırılmalı olduğu bazarın vacibliyi yaddan çıxarılmışdır. Xartman Xauştayn da innovasiyaya tərif vermişdir. O, özünün 1979-cu ildə Berlində nəşr olunan "Leiting industrieller Forchung und Entwicklund" kitabında qeyd etmişdi ki, innovasiya-ideyanın, təklifin, elmi-tədqiqi qərarın, modelin praktikada tətbiqi, həyata keçirilməsi və istifadəsidir. Lakin bu tərifdə də digərlərindəki kimi müəyyən çatışmazlıqlar vardır.Burada ideyanın bazara qədər hərəkəti nəzərə alınmır, istehsalın təşkili strukturunda, kadrların tərkibində dəyişiklik imkanına, qəbul olunmuş ideyanın mütləq səmərəliliyinə baxılmır. Məşhur eston iqtisadçısı V.H. Lapinə görə isə, innovasiya-insanların məlum tələbatını daha yaxşı ödəmək üçün yeni təcrübi vasitələrin yaradılmasına, 8 yayılmasına və istifadəsinə yönəldilmiş kompleks prosesdir.Göründüyü kimi, burada təşkilati-idarəetmə, sosial və digər innovasiyalar nəzərə alınmır. Prof. F. Valentanın təbirincə, innovasiya istehsal mexanizminin daxili strukturundan yeni vəziyyətə keçiddir.Yeni vəziyyətə məhsullara, texnologiyalara, istehsal vasitələrinə, işçi qüvvəsinin peşəkar və ixtisaslı

strukturuna, təşkilatlarına aid edilir. A.Abbasova görə innovasiya idarəetmə obyektinin dəyişdirilməsi və iqtisadi, sosial, ekoloжi, elmi-texniki və digər növ effekin alınması məqsədilə yeniliklərin tətbiqinin son nəticəsidir . Onun fikrincə, innovasiya fəaliyyətin elmi-texniki-tərəqqi və istehsalın inkişafı nöqteyi-nəzərindən beş cür olur (Павлютенкова, 2010: 78):

1. Böyük innovasiya. İnnovasiya nəticəsində inqilabi yeniliklər həyata keçirilir ki, buda istehsal strukturunu, idarəetməni və iqtisadi inkişafın sürətini kökündən dəyişir.

2. Radikal innovasiya. Elmi ideyalar və ixtiralarla nəticələnir ki, bunların da əsasında texnoloji sistemlərin keyfiyyətinin kökündən dəyişdirilməsi və nəticədə yeni istehsal sahələrinin yaranması mümkün olur.

3. Prinsipial innovasiya. Mövcud texnikanın yenisi ilə əvəz edilməsi, fundamental elmi prinsipin saxlanması şərti ilə yeni texnologiya yaratmaq üçün böyük ixtiralar və elmi-texniki təkliflərlə nəticələnir .

4. Təkmilləşdirilmiş innovasiya. Təkmilləşməyə yönəldilən innovasiyadır.Bunun nəticəsində, mövcud texnologiyanın, obyektlərin, məhsulun və texnikanın təkmilləşdirilməsi ilə yeni ixtiralar da meydana çıxır ki, onlar da buraxılan məhsulun əsas texniki-iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşmasına nail olur.

5. Sadə innovasiya. İstehsalda istifadə edilən texnika və texnologiyanın texniki-iqtisadi parametrlərinin bir müddət saxlanılır.

Yenilik anlayışı dinamik hərəkətdə olan mütərəqqi yeniliyi əks etdirməklə onu qəbul və istifadə edən təşkilati sistem üçün yeni sayılır. Mənasına görə, “innovasiya” sözü (ingiliscə innovation) “yenilik” sözü ilə eynidir. İnnovasiyaya inkişaf etməkdə olan kompleks sistem kimi baxılmaqla yeniliyin yaradılması, yayılması və istifadəsi üzrə innovasiya fəaliyyətinin inkişafına və səmərəliliyin yüksəldilməsinə kömək edir. İnnovasiyada istehsala tətbiq olunan obyekt və yaxud da özündən əvvəlki analoqundan keyfiyyətcə fərqli edilmiş kəşf aparılmış elmitədqiqat nəticəsində əldə edilir.. Ümumiyyətlə innovasiya yenilikləri əsasən iki qrupa bölünür: Maddi-texniki yeniliklər:

a) texnika (avadanlıqlar, cihazlar, EHM və s.);

b) texnologiya (istehsal prosesləri);

c) sənaye materialları (xammal və son məhsul) aid edilir. Sosial yeniliklər: a) iqtisadi (yeni vergilər sistemi, qiymətləndirmə, əmək haqqı sistemi, göstəricilər və s.);

b) təşkilati-idarəetmə (yeni təşkilati strukturlar, qərarların hazırlanması və onların yerinə yetirilməsinə nəzarət və s.);

d) sosial idarəetmə (icra, səhmdar cəmiyyətin fəaliyyətində dəyişikliklər, tərbiyə işi, rəhbərin seçilməsi və s.);

e) hüquqi (əsasən təsərrüfat qanunvericiliyində baş verən dəyişikliklər);

f) pedaqoji (tədris metodları, tərbiyə metodları) aid edilir.

Maddi - texniki və sosial yeniliklər arasında qarşılıqlı əvəzetmələr vardır.Belə ki, müəssisədə əmək məhsuldarlığı yeni texnikanın və texnologiyanın tətbiqi vasitəsilə və həmçinin əməyin təşkili və stimullaşdırılmasının mütərəqqi formalarının tətbiqi sayəsində yüksələ bilər.Bir sıra hallarda ikinci yol daha əlverişli və ucuz başa gəlir.Beləliklə, İnnovasiya fəaliyyəti deyərkən istehsal, kommersiya, idarə

etmə və sosial proseslərin səmərəliyini artıran elmi tədqiqatların və təcrübi - konstruktor işlərinin nəticələrinin praktiki tətbiqi nəzərdə tutulur.İnnovasiya prosesi nəticəsində 10 yeni və ya təkmilləşmiş məhsul, xidmət təklif olunur.Eyni zamanda innovasiya texnoloji prosesləri, idarə və təşkil etmə proseslərində tətbiq oluna bilər.

Daha dəqiq ifadə etsəm, innovasiya fəaliyyəti cəmiyyətin intellektual fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə yönələn nəticədir.Biliklərin artırılması özündə investisiya və innovasiyanı - yeni təkmil maşın və avadanlıqları, enerji mənbələrini və s. təcəssüm etməsə iqtisadi və ya digər effektin əldə olunmasına gətirib çıxarmayacaq. Nəticədə bütün mərhələləri - elmi ideyanın yaranmasından, ixtiraların rəsmiləşdirilməsindən emi-texniki və texnoloji modifikasiya əsasında texnoloji inkişaf və innovasiyaya qədər olan mərhələni əhatə etməlidir. Bildiyimiz kimi ETT ayrı-ayrı sahələrdə, regionlarda, ölkələrdə müxtəlif elmi-texniki istiqamətlərdə qeyri-bərabər olaraq həyata keçirilir. Bunlardan bəziləri texnoloji inkişaf lokomotivində liderliyi ələ keçirir, bəziləri isə əksinə olaraq "kölgə" altında qalaraq öz mövqelərini əldən verirlər. Liderliyin dəyişilməsi əsasən texnoloji inqilablar dövründə texnoloji inkişafın xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur. Bu barədə XX əsrin sonu və XXI əsrin əvvəllərinə olan texnoloji inkişaf göstəricilərinə nəzər salmaq yerinə düşərdi. Göründüyü kimi texnoloji inkişafın IV mərhələsi 1929-1933 il maliyyə böhranından sonra başlayıb. İlk əvvələr bu hərbi xarakter daşısa da sonralar, 50-ci illərdən başlayaraq dinc yolla - EHM - lərin tərtibi, atom enerjisindən istifadə, "Yaşıl İnqilab", kosmosun tətqiqi ilə davam edib. 70-ci illərin ortalarında baş verən dərin enerji və texnologiya böhranı texnoloji inkişafın V mərhələsi üçün böyük təkan vermiş oldu. Bunun əsasında mikroelektronika, personal kompyuter, biotexnologiya, gen mühəndisliyi, internet şəbəkəsi dayanırdı. Həmin dövrün lider ölkələrinə ABŞ, Yaponiya, Q.Avropa və keçmiş SSRİ daxil idi.Lakin XXI əsrin 15 əvvələrində artıq Vmərhələnin başa çatdığı aydın görünməyə başladı.Belə ki 2001- 2002-ci illər böhranı ilk dünya informasiya böhranı sayılırdı.Və bununla da VI texnoloji inkişaf mərhələsinə keçidin əsası qoyuldu.Bir qrup mütəxəssislərin fikrincə bu period XXI əsrin 20-50-ci illərini əhatə edəcək.Eyni zamanda istehsalın postindustrial texnoloji üsulu humanit xarakter daşıyaraq yaxın 200 ildə bütün planetin texnoloji simasını dəyişəcəkdir (Hüseynova, 2015: 88).

İnnovasiyaya Sosial Kateqoriya Kimi

Bu isə özündə aşağıdakıları əhatə edir:

1. Sosial kateqoriya kimi innovasiya praktiki olaraq bütün ixtiralar enerji xərclərinin, canlı əməyin azaldılmasına istiqamətləndirilmişdir, yeni məhsuldar qüvvələrin istehsala cəlb olunmasına ikan yaradır, əməyin və istehsalın səmərəliliyini yüksəldir.

2. İnnovasiya istehsal olunan məhsulların keyfiyyətini yüksəltməklə, istehsal və istehlak səviyyəsinin artımına gətirib çıxarır, həyatın keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına kömək edir.

3. İnnovasiyanın üçüncü funksiyasının xüsusiyyəti məhsulun keyfiyyətini yüksəldərək, xərcləri aşağı salaraq və istehsalı təkmilləşdirərək tələb və təklif, istehsal və istehlak arasında nisbətlərin qorunub saxlanmasını təmin etməkdir.

4. İnnovasiyanın işlənib hazırlanması gedişində və istifadəsi prosesində insanın inkişafı prosesi-onun intellektual qabiliyyətinin reallaşdırılması, gələcək yaradıcı artım üçün şərait yaradılması prosesi gedir. Yuxarıda qeyd olunanları yekunlaşdırmaqla belə nəticəyə gəlmək olar ki, innovasiya dedikdə, yəni əmtəə, xidmət, texnologiyalar, təşkilati forma, idarəetmə metodu şəklində öz praktiki təcəssümünü və tətbiqini tapmış ideyaların reallaşdırılması üzrə yaradıcılıq prosesi başa düşülməlidir.

İnnovasiyanın mənşəyini izah edən iki ehtimal: "texnoloji məkan" və "tələbin çağırışı" ehtimalları mövcuddur. "Texnoloji məkan" ehtimalı Q. Menş tərəfindən irəli sürülmüşdür.Bu ehtimala görə, innovasiyanın meydana çıxması mənbəyi kimi istehsalın daxili qanunauyğunluqları çıxış edir. K. Frimenin tərəfdarı olduğu "tələbin çıxarışı" ehtimalına görə isə innovasiyanın yaranmasında müəyyənedici amil tələbdir. Real həyatda innovasiyanın meydana çıxmasında bunlardan hansı birisinin ilkin səbəb kimi çıxış etdiyini müəyyən etmək çətindir.

İnnovasiyanın meydana çıxması amilləri isə o qüvvələrdir ki, onlar cəmiyyətin tələblə yeni yaradılmış biliyin hazır nəticəyə keçdiyinə imkan verirlər. Həmin amilləri iqtisadi, texnoloji və sahibkarlıq amilləri kimi qruplaşdırmaq olar. Iqtisadi amillər isə öz növbəsində aşağıdakılardan ibarətdir: rəqabət, mənfəət artımı, ixtiranın patent müdafiəsi. İqtisadi ədəbiyyatlarda "innovasiya" anlayışına dair müxtəlif fikirlərə rast gəlmək olar.Professor A.Abbasov qeyd edir ki, "innovasiya anlayışı ilk dəfə XIX əsrdə mədəniyyətşünaslıq üzrə elmi tədqiqatlarda bir mədəniyyətin bəzi elementlərinin digər mədəniyyətlərə daxil olmasını ifadə edirdi.Söhbət Avropa mədəniyyətinə Afrika və Asiya cəmiyyətlərinin ənənələrinin daxil olmasından gedirdi".İnnovasiya 13 nəzəriyyəsinin ilk banisi Avstriya iqtisadçısı İ. Şumpeterolub. Sonradan bu nəzəriyyə Almaniya iqtisadçısı Q.Menil, Sovet iqtisadçılarıakademik A.İ.Ançişkin, professor L.S.Boyutin, professorY.V.Yakoves və başqaları tərəfindən inkişaf etdirilmişdir (Haqverdiyev, 2008: 57).

XX əsrin 30-cu illərində innovasiya haqqında tədqiqatların əsasını qoyan Avstriya iqtisadçısı İ.Şumpeter özünün "İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsi" əsərində innovasiyaya texniki dəyişikliyin iqtisadi təsiri kimi baxmışdır. İ.Şumpater "İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsi" əsərində qeyd edir ki, innovasiyaprosesləri, yeni kombinasiyalar, yeni texnikadan istifadə, yeni xammalınyaranması, yeni məhsulun mənimsənilməsi, yeni təchizat bazarlarınınyaranması və istehsalın yenidən təşkili nəticəsində formalaşırlar. M.C.Atakişiyev və Q.S.Süleymanovun fikrincə, innovasiya bazar iqtisadiyyatına uyğun elm və texnikanın nailiyyətləri əsasında istehlakçıların tələbatını ödəmək məqsədilə yeni əmək məhsullarını təklif etmək üzrə tədbirlər olub, investisiyanın keyfiyyət tərəfini xarakterizə edir. T.Q.Evdokimova, Q.A.Maxovikova, N.F.Efimovaya görə innovasiya prosesini elmi biliyin innovasiya şəklinə düşməsi kimi yaxud ideyanın məhsul, texnologiya və ya xidmətə çevrilməsi prosesi kimi müəyyən etmək olar."Elmi-Texniki Tərəqqi" lüğətində innovasiya yeni məmulat növlərinin, texnologiyaların, yeni təşkilati formaların tətbiqinə və işlənib hazırlanmasına, yaradılmasına yönəldilmiş yaradıcılıq fəaliyyətini ifadə edir.

Yuxarıda qeyd edilən qlobal meylləri ölkənin və onun iqtisadiyyatının bütün sahələrinin və ilk növbədə elmi-texniki və innovasiya sferalarının gələcək inkişaf ssenarilərinin işlənməsində mütləq nəzərə almaq lazımdır. Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına qoşula bilməsinin mütləq şərtlərindən biri elmi-texniki və innovasiya fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi, yüksək texnologiyaya malik elmtutumlu istehsalın inkişafı əsasında iqtisadiyyatın struktur cəhətdən yenidən qurulması, daha yüksək texnologiyalı uklada keçid sayılır. Elmi (elmi-tədqiqat) fəaliyyət- elmi biliklərin alınmasına və tətbiqinəyönəldilmiş fəaliyyətdir. Fundamental elmi tədqiqat- insanın, cəmiyyətin onuəhatə edən təbii mühitin formalaşması, fəaliyyəti və inkişafının əsasqanunauyğunluqları haqqında yeni biliklərin alınmasına yönəldilmiş təcrübivə ya nəzəri fəaliyyətdir. Tətbiqi elmitədqiqat- təcrübi məqsədlərə nailolunması və konkret vəzifələrin həlli üçün üstün olaraq yeni biliklərin tətbiqinəyönəldilmiş tədqiqatıdır.Elmi-texnikifəaliyyət (ETF) - texnoloji, mühəndis, iqtisadi, sosial,humanitar və digər problemlərin həlli, elmin, texnika və istehsalın vahid sistem kimi fəaliyyətinin təmin olunması üçün yeni biliklərin alınmasına, tətbiqinəyönəldilmiş fəaliyyətdir.Təcrübi işləmələr elmi tədqiqatların

aparılması nəticəsində və ya əməlitəcrübə əsasında əldə edilmiş biliklərə əsaslanan, insanın həyat vəsağlamlığının qorunmasına, yeni materialların, məhsulların, proseslərin, qurğuların, xidmətlərin, sistem və ya metodların yaradılmasına vəgələcəkdəonların təkmilləşdirilməsinə yönəldilən fəaliyyətdir. ETF yalnız nəticəsi elmi tədqiqat və təcrübi-konstruktorişləmələr (ETTKİ) sayılan fəaliyyət sferasını deyil, həm də layihə, konstruktortəşkilatlarının, istehsal aparatının, təsərrüfat və sənaye sahələrinin bu nəticələri reallaşdırmaq qabiliyyətini, o cümlədən bunun üçün biliklərə malik olacaq kadrların hazırlanması qabiliyyətini özündə birləşdirir. ETF kateqoriyasını müəyyən edilməsinə bu cür yanaşma elmi-texniki tərəqqinin idarə olunması üçün metodoloji cəhətdən çox vacibdir. Ona görə ki, bu yanaşmaya yeni yexnika və texnologiyaların yaradılmasının, istehsalı və tətbiqinin bütün mərhələ və formalarında qarşılıqlı əlaqədə olmalıdırlar. O, "elmi-istehsal-istehlak" tsikli haqqında təsəvvürü praktiki olaraq üzvi vəhdətdə istifadəetməyə imkan verir (Piagessi, Danilo, 2011: 44).

Belə yanaşma həm də ona görə məhsuldardır ki, o, insan fəaliyyətinin bu sferasının təşkili formalarını müxtəlif tipli və səviyyəli elmi-texniki komplekslərin formalaşdırılması zəruriliyinin əsaslandırılmasına qədər izah edir və şərtləndirir. Elmin bilavasitə məhsulu- özündə yeni bilikləri əks etdirən və onunmütəxəssislər tərəfindən eyni başa düşülməsini və mənimsənilməsini təmin edən anlayışlar, nəzəri konstruksiyalar, modellər və digər informasiyalardır. Bu məhsul əmtəəyə çevrilir və yenilik kimi çıxış edir.

Dövlətin innovasiya siyasəti innovasiya fəaliyyətinin inkişafına və stimullaşdırılmasına yönəldilmiş sosial-iqtisadi siyasətin tərkib hissəsi olub, elmi tədqiqatlardan, işləmələrdən, təcrübi konstruktor işlərindən, elmi-texniki nailiyyətlərdən istifadə etməklə iqtisadi dövriyyədə reallaşdırılan yeni məhsulların, habelə texnoloji prosesin yaradılması deməkdir. Bu siyasət yerli məhsullara mövcud rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi, dayanıqlı iqtisadi artımın təmin olunması, əhalinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin, ölkənin müdafiə texnoloji və ekoloji təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün innovasiya fəaliyyəti prioritetliyi razılaşdırılmaqla formalaşdırılır və həyata keçirilir.

XXI əsrin sivilizasiyası elmi-texniki tərəqqi və ən yeni biliklərə əsaslanan bir cəmiyyətdir və bu danılmaz faktdır. Bu o deməkdir ki, istənilən fəaliyyət növünün özəyində elmi-texniki nailiyyətlər, fundamental və tətbiqi, elmitədqiqat və innovasiya prosesinin inkişaf nəticələri durur. Ancaq biliklərin artırılması özündə investisiya və innovasiyanı - yeni təkmil maşın və avadanlıqları, enerji mənbələrini və s. təcəssüm etməsə iqtisadi və ya digər effektin əldə olunmasına gətirb çıxarmayacaq (İsmayılov, 2004: 136).

Ona görə də onlar bütün mərhələləri - elmi ideyanın yaranmasından, ixtiraların rəsmiləşdirilməsindən emi-texniki və texnoloji modifikasiya əsasında texnoloji inkişaf və innovasiyaya qədər olan mərhələni əhatə etməlidir. Bildiyimiz kimi ETT ayrı-ayrı sahələrdə, regionlarda, ölkələrdə müxtəlif elmitexniki istiqamətlərdə qeyri-bərabər olaraq həyata keçirilir.

Son illər ölkəmizdə aparılan uğurlu islahatlar, quruculuq işləri, iqtisadiyyatda baş verən irəliləyişlər, qeyri-neft sektorunun inkişafı müsbət nəticələrə gətirib çıxarmış, regionların sosial-iqtisadi inkişafı, əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilmişdir. Dövlət innovasiya siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri elm və təhsil sahəsinə göstərilən qayğının ardıcıl davam etdirilməsi, elmi-texniki potensialın qorunub saxlanılması, elm və təhsil sahəsində yüksəkixtisaslı kadrların hazırlanması, onlara qayğı göstərilməsi, cəmiyyətdə elmi işçilərin nüfuzunun artırılması sahəsində bir sıra mühüm qərarların qəbul edilməsi olmuşdur.

Dünyanın tanınmış görkəmli iqtisadçı alimləri üçüncü minilliyə qədəm qoyarkən cəmiyyətin inkişafında ən böyük amil kimi kosmosun tətbiqi, informasiya texnologiyaları, genetika, nüvə energetikası deyil ümumiləşdirici xarakter daşıyan innovasiya proseslərinin olduğunu qəbul etmiş və buna uyğun olaraq hər bir dövlətin iqtisadi qüdrətinin artması, təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün məhz milli innovasiya sisteminin yaradılması hesab edilmişdir. Elmi müəssisələr əsasən dövlət büdcəsi hesabına maliyyələşdirilir. Elmi-texniki fəaliyyətin səmərəliliyinin artması ilə əlaqədar 2008-ci ildə elmin maliyyələşdirilməsinə ayrılan vəsaitin həcmi xeyli artmışdır. Belə ki, 2005-ci illə müqayisədə 2008-ci ildə dövlət büdcəsində elmə çəkilən xərclər artaraq 28,8 milyon manatdan 64,0 milyon manata çatmışdır.

Metod

Tədqiqatın metodları: Sistemli analiz metodu tətbiq olunur, buna uyğun olaraq, problem iqtisadi inkişafla əlaqəli tarixi inkişaf baxımından təhlil edilir. Dissertasiyada, tədqiqatın hər mərhələsində həm ümumi elmi analiz və sintez metodları, həm məntiqi analiz, həm də ekspert qiymətləndirmə metodu, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodlarından istifadə ediləcək.

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca yaxın əlaqəlidir, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Analiz

İnnovasiyanın dərk edilməsinə müxtəlif yanaşmaların təhlili belə bir qənaətə gəlməyə imkan verir ki, innovasiyanın məxsusi məzmunu dəyişikliklərdən ibarətdir, innovasiya fəaliyyətinin əsas funksiyası dəyişiklikləri optimal idarə etməkdir. Dünya inkişafının müasir mərhələsinin səciyyəvi xüsusiyyəti insan sivilizasiyasının sənaye cəmiyyətindən postsənaye cəmiyyətinə keçidi sayılır.

Nəticə

Yekun olaraq məqalədə araşdırılmış müasir idarəetmə üsullarının digər inkişaf etmiş dövlətlərlə müqayisəsininin nəticələrini Respublikamızda mövcud olan modelin inkişaf etdirilməsi üçün yararlana bilərik. İnnovasiyaların təhlili göstərir ki, onlar sosial-iqtisadi xarakterli funksiyalar yerinə yetirirlər. Iqtisadi ədəbiyyatlarda qeyd olunduğu kimi, innovasiya iqtisadi kateqoriya olaraq iki əsas funksiyanı-təkrar istehsal və stimullaşdırma funksiyalarını yerinə yetirir. Təkrar istehsal funksiyasını yerinə yetirməklə innovasiya geniş təkrar istehsalın mühüm maliyyələşdirmə mənbəyi kimi çıxış edir. İnnovasiyaların bazarda satışından əldə edilən pul gəlirləri sahibkarlıq mənfəətini yaratmaqla, maliyyə resurslarının mənbəyi və eyni zamanda innovasiya prosesi səmərəliliyinin ölçüsü kimi çıxış edir.

Ədəbiyyatlar

1. Mehdiyev R., (2008) Gələcəyin strategiyasını müəyyənləşdirərkən: Modernləşmə xətti. Bakı, “Şərq-Qərb”, 268 səh..
2. Asimqızı A. Viza probleminin asan həlli. Elektron vizaların verilməsi prosedurunun “Asan Xidmət”ə həvalə edilməsi razılıqla qarşılanıb //Kaspi.-2016.- 3 iyun.- S.6.

3. Governance for sustainable human development. AUNDP policy document. United Nations Development Programme, January 1997, http://mir-ror.undp.org/magnet/policy
4. Haqverdiyev B.,(2008) "İdarəetmə psixologiyası." Dərs vəsaiti. "Elm",343 səh.
5. Harper, Logan. "A Citizen's Guide Government to Open Government, E- Government, and Government 2.0 ". June 10,2013.
6. Hüseynova N., (2017) "Dövlət qulluğu və idarəetmə", Bakı, 201 səh.
7. Hüseynova N.. "Azərbaycan" qəzeti. 21.02. 2015.
8. Hüseynova N.. İdarəetmə və dövlət qulluğu: nəzəriyyələr, modellər və tendensiyalar Dövlət idarəçiliyi: Nəzəriyyə və təcrübə. № 1 (49) 2015, səh. 31-33
9. İsmayılov S., (2004) "Azərbaycanda dövlət qulluğu ənənələri və onun müasir durumu". Bakı , 412 səh.
10. Mahmudov M., Şabanov Z., Ələkbərov F., (2012) "İdarəetmə nəzəriyyəsi". "Elm və Təhsil". Dərslik. Bakı, 514 səh.
11. Mehdiyev R.Ə.., (2007) "Milli məfkurə, dövlətçilik, müstəqillik yolu ilə". Bakı-. 652 səh..
12. Məmmədov F.T., (2013) "İDARƏETMƏ MƏDƏNİYYƏTİ Xarici olkələrin təcrubəsi" - Bakı, "Apostrof" Cap Evi". 2013. 672 səh.
13. Piagessi, Danilo IGI Global. Global Strategy and Practice of E- Governance: Examples from Around the World: Examples from Around the World: Examples from Around the World.Apr 30.2011.564 pg.
14. Бюрократия в современноммире: теория и реалии жизни. Рос. Акад.Наук. Инст-т Философии. Отв. Ред. В.Н.Шевченко. М, ИНФРАН 2008.5.10
15. Литвинцева Е.А.. Анализ зарубежного опытаправового регулирования государственной гражданской службы. М.: Издво РАГС, 2008. в. 3.
16. Оболонский А.В.. Кризис бюрократического государства. Реформы государственной службы: международный опыт и российские реалии. - М.: Фонд «Либеральная миссия», 2011. в. 32.
17. Павлютенкова М.Ю.. Аналитика по отрасли. Академия Государственной Службы при Президенте 2010.

Azərbaycanda Rabitə Xidmətlərinin Təhlili Və Qonşu Ölkələrlə Müqayisəsi

Albina Həşimova

Albina-hesimova@mail.ru

Xülasə

Rabitə, iqtisadiyyatın mühüm sektorlarından biri kimi, bütün dövlət və təsərrüfat orqanlarının fəaliyyətinə və uzlaşdırılmış şəkildə çalışmasına xidmət edir. Bu, ən gəlirli və dinamik inkişaf edən bazarlarından biridir. Həmçinin, o, iqtisadi inkişafın ən mühüm elementi olaraq, Azərbaycan Respublikasının dünya iqtisadı və informasiya məkanına daxil olmasının əsasını təşkil edir. İstehsalın strukturu və masştablarında qlobal dəyişikliklər, Elmi Texniki Tərəqqinin sürətlənməsi, cəmiyyətin işgüzar fəallığının artması, əhalinin təhsil və mədəni səviyyəsinin yüksəlməsi, milli və beynəlxalq səviyyələrdə rabitə əlaqələrinin genişlənməsi nəticəsində rabitə sahəsinin əhəmiyyəti xeyli artır.

Məqalənin məqsədi Azərbaycanda İKT sahəsinin, xüsusilə də rabitə sektorunun inkişaf səviyyəsinin tədqiq edilməsidir. Bununla bağlı Azərbaycanda sabit (stasionar) və mobil telefon rabitəsi, genişzolaqlı internet xidmətlərinin qiymətlərinin mövcud vəziyyəti üzrə qonşu dövlətlərlə müqayisəli təhlil aparılmış, problemlər aşkar edilmiş, müəyyən nəticələr əldə edilmişdir. Məqalədə tədqiqat üsulu kimi müqayisəli və statistik təhlil, sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur.

Açar sözlər: İKT, Qiymət, Tarif, Sabit Və Mobil Telefon Rabitəsi, Genişzolaqlı İnternet, Xidmət, Operator.

Problemin Qoyuluşu

İnformasiya cəmiyyətinin əsas inkişaf göstəricilərindən biri informasiyakommunikasiya texnologiyalarıdır (İKT). Hazırda İKT iqtisadiyyatın gələcək inkişafı üçün mühüm sahələrdən biri hesab olunur. İKT-nin inkişaf səviyyəsinin araşdırılması, bu sahədə dövlətlərin həyata keçirdikləri siyasətin və əldə etdikləri uğurların xarakterizə edilməsi, eləcə də beynəxlaq, regional və ölkələrarası müqayisəli təhlilin aparılması son illərin xüsusi aktuallıq kəsb edən elmi-araşdırma mövzularındandır. Bir sıra nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar İKT haqda statistik məlumatları özündə əks etdirən illik hesabatlar hazırlayırlar. Bu hesabatarda müxtəlif indekslər öz əksini tapır ki, bunlar da İKT-nin dinamikasını müəyyən etməyə və inkişaf səviyyəsini ölçməyə imkan yaradır. Belə statistik məlumat mənbələrindən biri Beynəlxalq Telekommunikasiya İttifaqı (BTİ) tərəfindən hazırlanan "İnformasiya Cəmiyyətinin Ölçülməsi Hesabatı"dır. İllik olaraq tərtib edilən hesabatda İKT-nin inkişafı indeksi (İİİ) və İKT xidmətlərinin qiymət səbəti indeksləri (İQS) yer alır. İKT xidmətlərinin qiymət səbəti indeksi sabit (stasionar) və mobil telefon rabitəsi, həmçinin bu rabitələr üzrə genişzolaqlı internet xidmətlərinin qiymətləri üzrə ümumi indeks rolunda çıxış edir. Bu indeks İKT xidmətlərinin dəyərlərinin əlverişli olub-olmaması barədə məlumat verməklə yanaşı, həm də bu xidmətlər ilə bağlı tariflər üzrə dünya ölkələri arasında mövcud olan fərqləri müəyyən etməyə imkan verir. Bu baxımdan Azərbaycan və ona qonşu olan dövlətlərdə rabitə xidmətləri sahəsində tariflər və qiymətlərin mövcud vəziyyətinin araşdırılması və müqayisəli təhlili xüsusi maraq doğurur.

Metodologiya

BTİ-nin "İnformasiya Cəmiyyətinin Ölçülməsi Hesabatı"nda İKT xidmətlərinin qiymət səbəti indeksi (İQS) mobil rabitə, mobil genişzolaqlı və sabit genişzolaqlı internet qiymətləri üzrə göstəriciləri özündə əks etdirir. Mobil qiymətlər əvvəlcədən müəyyən edilmiş nisbətlərdə ay ərzində 30 çıxış zəngi və üstəgəl 100 SMS mesajı üçün aylıq istifadə qiymətinə istinad edir. Mobil qiymətlər mobil abunəçilərin ümumi sayına görə ölçülən və ən böyük bazar payı olan öncədən ödəmə (SimSim və ya postpaid) operatorundan əldə edilir. Sabit genişzolaqlı qiymətlər sabit genişzolaqlı aylıq abunə

qiymətinə aiddir. Sabit genişzolaqlı qiymətlər 1 GB həcmində aylıq məlumatların istifadəsinə əsaslanır. Genişzolaqlı qoşulma üçün minimum sürət 256 kbit/s təşkil edir. Tariflər abunəçi sayı ilə ölçülən ən böyük bazar payına sahib olan İnternet Servis Provayderdən (İSP) əldə edilir. Mobil genişzolaqlı qiymətlər 1 GB üçün 30 gün (və ya dörd həftə) müddətinə mobil genişzolaqlı abunəlik qiymətinə istinad edir. Tariflər mobil genişzolaqlı abunəçi sayına görə ölçülən və ən böyük bazar payı olan operatorun ən ucuz planına əsaslanır. Hər üç kateqoriya üzrə qiymət ölkənin orta aylıq adambaşına düşən Ümumi Milli Gəlirə (ÜMG) faiz nisbəti kimi hesablanır.

Azərbaycanda Rabitə Sektorunun Müasir İnkişaf Səviyyəsi

Azərbaycan İKT sahəsində dinamik inkişaf edən ölkələrdəndir. İKT ilə bağlı ölkədə möhkəm qanunvericilik bazası yaradılmış, çoxlu sayda qanunlar, dövlət əhəmiyyətli sənədlər, o cümlədən strategiyalar və dövlət proqramları qəbul edilmişdir. 2003-cü ildə təsdiqlənmiş "Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya 2003-2012-ci illər" çərçivəsində iki dövlət proqramı reallaşdırılmışdır. 2014-cü ildə "Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya" (Milli Strategiya, 2014), 2016-cı ildə Strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə Dövlət Proqramı təsdiq edilmişdir. Sektorda əsas hədəflər sırasına İKT-infrastrukturunun yenilənməsi, effektiv tənzimləmə, rəqabətqabiliyyətli İKT məhsullarının yaradılması, elektron hökumətin inkişafı, İKT-təhsil, informasiya təhlükəsizliyi və s. aiddir. İKT sahəsində görülmüş işlər nəticəsində 2003-2009cu illərdə 500-ə yaxın İKT ilə əlaqəli şirkətlər yaranmışdır. Respublikada İKT sektoru, xüsusilə də rabitə sektoru sürətlə inkişaf etmişdir. Sabit telefon şəbəkəsi üzrə infrastruktur modernləşdirilmiş, yeni texnologiyaların tətbiqi genişləndirilmişdir. MDB regionunda ilk dəfə ölkəmizdə bütün yaşayış məntəqələri telefonlaşdırılmış və ölkə üzrə 7 rəqəmli nömrələmə sisteminə keçid təmin olunmuşdur. Ölkədə sabit şəbəkə telefon xidmətləri – "Aztelekom" İstehsalat Birliyi və "Bakı Telefon Rabitəsi" MMC tərəfindən göstərilir. Hər iki iri şirkət dövlət operatorlarıdır. Sabit telefon şəbəkəsi üzrə "Ultel MMC", "Catel", «AZ-EVRO TEL» MMC, "TransEvroKom" MMC kimi operatorlar da fəaliyyət göstərir. Sabit telefon şəbəkəsinin əhatə dairəsi 2010-2015-ci illərdə 45% artmışdır. Respublikada internet xidmətləri bazarı da inkişaf dövrünü yaşayır. Azərbaycanda internetin inkişafı 1993-cü ildən, genişzolaqlı xidmətlərin göstərilməsinə isə 2006-cı ildən başlanılmışdır. İnternetdən istifadə edənlərin sayı da artmaqda davam edir. Hazırda genişzolaqlı, simsiz və mobil vasitələrlə qoşulmaların tətbiqi və eləcə də internet xidmətlərinin göstərilməsi genişlənməkdədir. Başlıca sabit genişzolaqlı şəbəkə provayderləri dövlətə məxsus olan Aztelekomnet, Baktelecom MMC və AzDataCom şəbəkəsidir. Bundan əlavə ölkədə 30-dan çox qeyri-dövlət İSP-ləri fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanın mobil telefon bazarı üç telekommunikasiya operatoru ilə təmsil olunur. Bunlar Bakcell, Azercell və Azerfon şirkətləridir. Şirkətlər müvafiq olaraq 1994, 1996 və 2007ci illərdə kommersiya xidmətləri göstərməyə başlamışlar. Abunəçi sayına görə bazar payları isə uyğun olaraq 48%, 31% və 21% təşkil edir. Ölkədə mobil cihazların (IMEI kodu) qeydiyyatı (2011-ci il) və mobil nömrələrin operatorlar arasında avtomatik daşınma sistemi (2014-cü il) fəaliyyət göstərir. Sektorda görülən işlər nəticəsində 2010-2015-ci illərdə mobil şəbəkənin nüfuzetmə səviyyəsi 38% artmışdır. Rabitə xidmətləri içərisində mobil internet mühüm yer tutur. İlk 3G şəbəkəsi 2009-cu ildə Azerfon tərəfindən, 4G isə 2012-ci ildən Azercell tərəfindən tətbiq edilib. LTE-nin tətbiqinə 2015-ci ildən başlanılmışdır. Hər 3 mobil operator tərəfindən bu xidmətlərinin göstərilməsi mobil genişzolaqlı xidmətin sürətlə yayılmasına müsbət təsir göstərmişdir.

Rabitə sektorunda əldə edilən gəlirlər artan dinamikaya malik olmuşdur. Sektorda fəaliyyət göstərən operatorlar arasında rəqabətli mühit və bu sahədə həyata keçirilən islahatlar nəticəsində bu sahədə əldə olunan gəlirlərin həcmi artmışdır. Belə ki, gəlirlərin həcmi 2000-ci ildə 142,3 milyon manat olduğu halda 2010-cu ildə 1,1 milyard manat, 2015-ci ildə isə 1,4 milyard manata qədər yüksəlmişdir. Təhlil edilən dövrdə 2016-cı ildə əvvəlki il ilə müqayisədə azalma müşahidə edilmişdir. Həmin il 2015-ci ilə nisbətən 4,6% geriləmə olmuş, gəlirlərin məbləği 1,3 milyard manat təşkil etmişdir. Ümumilikdə isə 2000-2016-cı illərdə gəlirlərin məcmu həcmi 9,2 dəfə artmış və 13,5 milyard manat olmuşdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, İKT sektorunda əldə edilən gəlirlərin böyük hissəsini məhz rabitə sektorunda yaradılan gəlirlər təşkil edir. Məsələn, 2000-2008-ci illərdə rabitə sektorunun məcmu İKT gəlirlərindəki xüsusi çəkisi 90-96% arasında dəyişmiş, 2016-cı ildə isə 82,1% təşkil etmişdir.

Rabitə sektorunda xidmətlərin göstərilməsindən formalaşan gəlirlərin tərkibində mobil rabitə sektorunun rolu böyükdür. Ən çox gəlir yaradan sahə məhz bu sahədir. Həm mobil rabitə operatorları, həm də özəl və dövlət provayderləri tərəfindən əhaliyə göstərilən internet xidmətlərinin əhatəliliyi də bu sahədə yaradılan gəlirlərin davamlı olaraq artmasına səbəb olmuşdur. 2016-cı ildə rabitə sektorunda gəlirlərin strukturunda mobil telefon rabitəsi böyük paya malik olmuşdur (62,7%). Qeyd edilən ildə 2000-ci ilə nisbətən mobil rabitə gəlirlərinin həcmi 11,6 dəfə artaraq 70,9 milyon manatdan 825,1 milyon manata çatmışdır. Rabitənin digər alt sektorlarının da gəlirlərin tərkibindəki xüsusi çəkisi təhlilin əhatə etdiyi dövr ərzində artmışdır. Ən çox artım internet gəlirlərində qeydə alınmışdır. Belə ki, 20002016-cı illərdə internet gəlirlərinin həcmi 74,5 dəfə artaraq 1,6 milyon manatdan 119,3 milyon manata yüksəlmişdir. Sabit telefon rabitəsi üzrə isə 2,4 dəfə artım olmuş, gəlirlər 65,6 milyon manatdan 160,6 milyon manata qalxmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, rabitə gəlirlərinin strukturunda 2000-2016-cı illərdə yalnız sabit telefon rabitəsinin xüsusi çəkisində azalma müşahidə edilmişdir. Başqa sözlə, bu göstərici 46%-dən 12%-ə enmişdir. Fikrimizcə, bunun başlıca səbəbi ölkədə mobil xidmətlərin geniş yayılması və əhalinin əksər hissəsinin sabit telefon şəbəkəsi xidmətlərinə nəzərən mobil xidmətlərdən istifadəyə üstünlük verməsidir. Ümumiyyətlə, mobil rabitənin gəlirlərdəki payı 2000-ci ildə 49%-dən 2007-2009-cu illərdə 73%-dək yüksəlmiş, 2011-ci ildən sonrakı illərdə isə davamlı olaraq 60% üzərində qərarlaşmışdır.

Azərbaycan Və Qonşu Ölkələrdə Rabitə Sektoru Üzrə Bəzi Göstəricilərin Mövcud Vəziyyətinin Müqayisəli Təhlili.

Internet World Stats statistik layihəsinin məlumatına görə, Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı 2017-ci ilin sonuna 8 milyon nəfər təşkil etmişdir ki, bu da ölkə əhalisinin 80,6%-dir. Əhali üzrə internetin nüfuzetmə səviyyəsinə görə, respublikamız ona qonşu olan ölkələrdən öndə durur. Qeyd etmək lazımdır ki, Rusiya dünyada internet istifadəçilərinin say çoxluğuna görə ilk onluqda, İran və Türkiyə isə iyirmilikdə yer almışdır. Qonşu ölkələr içərisində internet istifadəçilərinin say azlığına görə Ermənistan, internetin nüfuzetmə səviyyəsinin aşağı olmasına görə isə Gürcüstan fərqlənir.

Təhlil edilən ölkələrin hamısı hər 100 nəfərə düşən sabit telefon abunəçilərinin sayına görə dünya üzrə (13,6 nəfər) orta göstəricini ötmüşdür. İran inkişaf etmiş ökələr üzrə olan göstəricidən (38,1) yüksək nəticə göstərmişdir. Müqayisə aparılan ölkələrdən hər 100 nəfərə sabit genişzolaqlı şəbəkə abunəçilərinin sayına görə Ermənistan və İran dünya üzrə orta göstəricidən (12,4) aşağıdır. Bu

göstərici üzrə Azərbaycan yalnız Rusiyadan geridə olmuşdur. Ölkəmizdə sabit genişzolaqlı bazarda nüfuzetmə səviyyəsi MDB üzrə orta göstəricidən yüksəkdir.

Rabitə sektorunun ən gəlirli və sürətli inkişaf edən, yeni texnologiyaların tətbiqi, abunəçi bazasının genişlənməsinə görə aparıcı yeri mobil rabitə sektoru tutur. Qeyd edilən ildə hər 100 nəfərə düşən mobil telefon abunəçilərinin sayının dünya üzrə orta göstəricisinin 101,5 nəfər olduğunu nəzərə alsaq, görərik ki, İran və Türkiyə bu baxımdan geridədirlər. Diqqəti çəkən məqam isə Rusiya ilə yanaşı Gürcüstanın da inkişaf etmiş ökələr üzrə göstəricini (127,3) üstələməsidir.

Qlobal miqyasda mobil internet yüksək sürətlə yayılmaqdadır. Ölkəmizdə də mobil internet istifadəçilərinin sayı günü-gündən artır və mobil genişzolaqlı internetin artım tempi yüksəkdir. 2010-2014-cü illərdə mobil genişzolaqlı internet xidmətlərindən istifadə edən mobil abunəçilərin ümumi mobil abunəçilərdə payı 39% yüksəlmiş və bu göstərici 2014-cü ildə 44,1% təşkil etmişdir. 2016-cı ildə Azərbaycanda hər 100 nəfərdən 61-i genişzolaqlı mobil internet abunəçisi olmuşdur. BTİ-nin məlumatlarına görə, mobil genişzolaqlı nüfuzetmə və əhatə dairəsi üzrə Azərbaycan MDB regionunda liderlər sırasındadır. Ermənistanda 2013-cü ildə əhalinin cəmi 13%-i mobil vasitələrlə internetə daxil olduğu halda, 2016-cı ildə hər 100 nəfərdən 41-i genişzolaqlı mobil internet abunəçisi olmuş, genişzolaqlı internet abunəçilərinin 84%-i mobil şəbəkələr vasitəsilə internetə daxil olmuşdur. Burada mobil genişzolaqlı internetin əhatə dairəsi yuxarıdır: 3G əhalinin demək olar ki, 100%-i üçün əlçatandır, LTE-nin əhatə dairəsi MDB ölkələrinin orta səviyyəsindən yuxarıdır. Gürcüstan 3G və LTE şəbəkərinin nüfuzetməsi üzrə yüksək nəticələrə nail olmuşdur. Qonşu ölkələr içərisində LTE şəbəkəsini ən gec tətbiq edən Türkiyədə bu şəbəkənin nüfuzetmə səviyyəsi LTE sahəsində ilklərdən olan Rusiyaya nisbətən daha genişdir.

2018-ci ildə Content Review informasiya analitik agentliyi tərəfindən dünyanın 50 ölkəsində mobil internet xidmətləri tariflərinin araşdırılması məqsədilə 137 rabitə operatorunun təklif etdikləri tariflər təhlil edilmiş və 1 qiqabaytın (1GB) qiyməti hesablanmışdır. Təhlillərin nəticəsi göstərmişdir ki, ən bahalı mobil internet (data paketi) Yaponiyada olduğu halda, ən ucuz tarif qonşu ölkə İranda olmuşdur (Digital Azerbaijan, 2018).

Rabitə qiymətlərinin adambaşına düşən ÜMG-ə nəzərən hesablandığını nəzərə alsaq, qeyd etmək lazımdır ki, qonşu ölkələr içərisində Rusiya və Türkiyədə bu göstərici təhlil edilən digər ölkələrə nəzərən yüksəkdir. Təhlillərdən də göründüyü kimi, Türkiyədə rabitə qiymətləri qalan ölkələrlə müqayisədə daha yüksəkdir. Bu başa düşüləndir. Çünki bu ölkədə həyat səviyyəsi də daha yüksəkdir. Rusiyada da adambaşına ÜMG yuxarıdır. Lakin Türkiyəyə nisbətən rabitə qiymətləri müəyyən dərəcədə ucuzdur. Azərbaycan hər nəfərə düşən ÜMG göstəricisinə görə ona qonşu dövlətlər içərisində orta mövqedə dayanır. Ölkəmizdə rabitə tarifləri ilə bağlı müasir duruma gəldikdə isə, aparılan təhlillərin nəticəsində məlum olur ki, bu sahədə enmələr qeydə alınmışdır. Belə ki, mobil rabitə tarifləri 2014-cü ildə orta aylıq ÜMG-nin 1,71%-dən 2016-cı ildə 0,9%-ə, mobil genişzolaqlı tariflər 1,46%-dən 0,5%-ə, sabit genişzolqlı tariflər isə 2,08%-dən 1,1%-ə salınmışdır.

Nəticə

Aparılmış təhlillərin nəticəsi göstərir ki, Azərbaycanda rabitə sektoru kifayət qədər yüksək inkişaf etmişdir. Sektor müsbət göstəriciləri ilə diqqəti çəkir. Belə ki, ölkəmizdə qonşu ölkələrlə müqayisədə rabitə tarifləri aşağıdır. Həm sabit, həm də mobil genişzolaqlı internet qiymətlərinin ucuz olmasına görə ölkəmiz təhlil edilən ölkələr arasında ön sırada durmuşdur. Lakin bütün bunlarla yanaşı bəzi məqamları qeyd etmək yerinə düşərdi. Məsələn, sabit genişzolaqlı internet qiymətləri üzrə tariflərə

nəzər yetirdikdə, ilk baxışda respublikamızın rabitənin bu sahəsi üzrə ucuz qiymətlərə sahib olduğunu görmək olar. Lakin adambaşına düşən ÜMG-si Azərbaycana nisbətən 2 dəfə çox olan Rusiyada ölkəmizdən fərqli olaraq bu rabitə növü üzrə tarif 2 dəfə aşağıdır. Eləcə də Türkiyədə hər nəfərə düşən ÜMG ölkəmizlə müqayisədə 2,4 dəfə çox olsa da tariflər demək olar ki, eynidir. Rusiya və Azərbaycan arasında analoji müqayisəni həmçinin mobil rabitə və mobil genişzolaqlı internet tarifləri üzrə də aparmaq olar. Bu isə əslində, həyat səviyyəsinin yüksək olduğu bu ölkələrlə müqayisədə respublikamızda qiymətlərin elə də ucuz olmadığını göstərir.

Fikrimizcə, ölkədə rabitə sektorunun davamlı və sonrakı inkişafının təmin edilməsi məqsədilə rabitə operatorları tərəfindən göstərilən xidmətlərin qiymətlərinin endirilməsi məqsədəuyğun olardı. Rabitə sektorunda keyfiyyətli xidmətlər fonunda qiymətlərin endirilməsi abonentlərin sayının yüksəlməsi, onların bu xidmətlərdən daha faydalı yararlanması və məmnunluğuna, istifadəçilər üçün bu xidmətlərin səmərəliliyinin artmasına gətirib çıxarar. Eyni zamanda rabitə sektorunda, xüsusilə də mobil rabitə bazarında rəqabətin güclənməsinə və bu sahədə sağlam mühitin genişlənməsinə səbəb olar.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı (2018) [http://www.stat.gov.az].
2. Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya. (2014). Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi saytı. [https://president.az/articles/11312].
3. Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin rəsmi saytı. (2018). [www.mincom.gov.az/az].
4. Digital Azerbaijan. (2018). [https://digitalazerbaijan.az/mobil-internetindata-paketin-ucuzoldugu-50-olk%c9%99-iran-lider-oldu].
5. Internet World Stats. Usage and Population Statistics. (2017). [https://www.internetworldstats.com].
6. Knoema.(2016).[https://knoema.com/atlas/topics/Telecommunication/TelecommServices/Mobile-broadband-subscriptions-per-100-inhabitants].
7. Measuring the Information Society Report 2015, İTU. 236 p.
8. Measuring the Information Society Report 2016, İTU. 258 p.
9. Measuring the Information Society Report 2017, İTU. Volume 2. 252 p.
10. World Bank (2016). World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files. GNI per capita, Atlas method (current US$). [http://www.worldbank.org].

Azərbaycanın Əmək Bazarının Müasir Vəziyyətinin Təhlili Və Problemləri

Ziya Abbbaszadə

ziya.abbaszade.1996@mail.ru

Xülasə

Əmək bazarı əməyin təkrar istehsalı və məşğulluq proseslərini tənzimləyən münasibətlər sistemini müəyyənləşdirən bazar quruluşunun elementlərindən biridir. Əmək bazarının mövcud vəziyyəti Azərbaycanda iqtisadi və sosial dəyişikliklərin təsiri ilə məşğulluq sektorunda baş verən proseslərin qeyri-müəyyənliyini əks etdirir. Sovet dövrünün sonu xarakterik tam məşğulluq ilə iqtisadi fəallığın və məşğulluq səviyyəsinin azalmasına, gizli və digər formalarda işsizliyin yayılmasına, yeni sosial-iqtisadi proses kimi işsizliyin yaranmasına və əmək haqqındakı fərqlərin artmasına səbəb oldu.

Respublikamızın bazar iqtisadiyyatına keçməsi istehsal münasibətlərinin, o cümlədən, əmək münasibətlərinin məcmusunun əsaslı şəkildə dəyişməsinə səbəb oldu, cəmiyyətdəki bir çox sosial problemləri kəskinləşdirdi, köhnə ziddiyyətləri ortaya çıxartdı və yenilərinə səbəb oldu. İqtisadi islahatlar və qeyri-neft iqtisadiyyatının yaradılması zamanı müəyyən çatışmazlıqlar əhalinin məşğulluğunun və iqtisadi fəaliyyətinin sektor quruluşundakı disbalansa, əmək məhsuldarlığının əhəmiyyətli dərəcədə aşağı düşməsinə, gizli və qeydə alınmış işsizliyin artması ilə əlaqəli əmək istifadəsinin səmərəsiz sisteminə, əmək haqqı sisteminin deformasiyasına və kənara çıxmasına səbəb oldu. Respublikadan xeyli sayda əmək qabiliyyətli şəxslərin mövcud şəraitdə, iş dünyasında iqtisadi inkişaf dinamikasına vaxtında cavab verə biləcək sivil əmək bazarının formalaşmasına və inkişafına töhfə verə biləcək bu cür dəyişikliklərə ehtiyac duyduğu açıqdır. Bütövlükdə Azərbaycanda və onun bölgələrində əmək bazarının formalaşması ilə bağlı praktiki məsələlərin həlli məşğulluq, işsizlik və əmək bazarı ilə bağlı iqtisadi nəzəriyyələrin öyrənilməsini və yeni anlaşılmasını tələb edir. Tədqiqatda əmək bazarında müasir vəziyyətinin təhlilinə yer verilir.

Açar sözlər: əmək bazarı, məşğulluq, işsizlik, təkrar istehsal

Giriş

Sosialist blokunun siyasi və iqtisadi süqutundan sonra, keçid dövrünün əvvəlində, istehsalın ümumi həcmi, keçid iqtisadiyyatında olan demək olar ki, bütün ölkələrdə kəskin şəkildə aşağı düşdü. Bəzi ölkələrdə eniş 1990-cı ildəki səviyyənin 50%-ni keçdi. İstehsal həcminin azalması və yüksək inflyasiya məşğulluğun və real əmək haqqının azalmasına səbəb oldu. Bir çox keçid iqtisadiyyatlı ölkələr 1990-cı il istehsal və məşğulluq səviyyəsinə qayıtmağı və hətta üstələməyi bacarsa da, əmək bazarı strukturları bərpa olunmadı, əksinə yeni inkişaf yollarına başladı. Əmək bazarının inkişafı çox vacibdir, çünki o, iqtisadiyyatı istehsalın amillərindən biri ilə təmin edir, mövcudluğu və keyfiyyəti iqtisadi inkişafı müəyyənləşdirir.

Sovet İttifaqının dağılması Azərbaycan iqtisadiyyatında və əmək bazarında ciddi struktur dəyişikliklərinə səbəb oldu. Kənd təsərrüfatı və sənaye istehsalının azalması məşğulluğun azalmasına səbəb oldu və xidmətlərin sürətli inkişafı işçi qüvvəsinə tələbatı artırdı. Bununla yanaşı, xidmət sektorundakı məşğulluğun artımı kənd təsərrüfatında və sənayedə məşğulluğun azalmasını aradan qaldıracaq qədər böyük deyildi. Yeni şəraitdə məşğulluğun statusu quruluşu da dəyişdi: bütün sahələrdə, xüsusən də bütün işçilərin öz-özünə işlədiyi kənd təsərrüfatında özünüməşğulluğun payı artdı.

İqtisadi inkişafın indiki mərhələsində təkcə əhalinin işlə təmin olunması və cəmiyyətin əmək potensialının təkrar istehsalı problemləri deyil, eyni zamanda iş vaxtından, hər bir işçinin peşə və fərdi potensialından səmərəli istifadə məsələləri də aktuallıq kəsb edir.

Əmək Bazarında Sosial-iqtisadi Vəziyyət

İstənilən dövlətin iqtisadi potensialını müəyyən edən əsas makroiqtisadi göstəricilərdən biri əmək bazarının vəziyyətidir. Əmək bazarı dedikdə, iqtisadi agentlər arasında rəqabət nəticəsində tələb və təklif mexanizmi vasitəsilə müəyyən miqdarda məşğulluq və əmək haqqı səviyyəsinin qurulduğu iqtisadi mühit başa düşülür (Quluzadə, 2015).

Müasir iqtisadiyyatda əmək bazarı çox vacib rol oynayır. Son dərəcə mürəkkəb paylama mexanizmi olaraq işçilərin işlə əlaqəsini təmin edir və bununla da məhsuldarlığa, böyüməyə və iqtisadiyyatın bir çox digər parametrlərinə təsir göstərir. Əmək bazarı ümumiyyətlə açıq şəkildə institusional vəziyyətdədir və onun reaksiyaları əsasən müəssisələrin konfiqurasiyası və tənzimlənməsi ilə müəyyən edilir. Mövcud qurumlar mümkün bazar uğursuzluqlarının nəticələrini minimuma endirmək məqsədi ilə yaradıldı, lakin onların özləri çox vaxt səmərəsizlik və əlavə maneələr mənbəyinə çevrilirlər.

2018-ci ildə Azərbaycan qlobal rəqabətqabiliyyətlilik indeksi üzrə reytinqdə 140 ölkə arasında 69-cu yeri tutmuşdur (http://sosial.gov.az/post/2011, 2019).

2019-cu ildə reytinqdə birinci yeri ABŞ-ı qabaqlayan Sinqapur tutub. Beş lider arasında ABŞ, Hong Kong, Hollandiya və İsveçrə də var.

Ümumdünya İqtisadi Forumu (WEF) tərəfindən hər il tərtib olunan qlobal rəqabət qabiliyyətliliyi indeksində Azərbaycan 2019-cu ildə 141 ölkə arasında 58-ci yeri tutmuşdur.

Reytinqlərin yuxarı yarısında Azərbaycanın mövcudluğu "Dinamik biznes" (23-cü yer), "Əmək bazarı" (21-ci yer), "Məhsul bazarı" (23), "İnfrastruktur" (38), "Bacarıqlar" (48), "Dövlət qurumları" (49), "Bazar ölçüsü "(67), "İKT potensialı" (69), "İnnovasiya potensialı" (68-ci yer) kimi indekslərdə qeyd olunmuşdur.

Eyni zamanda, ötən ilin reytinqi ilə müqayisədə Azərbaycan aşağıdakı göstəricilərdə mövqeyini yaxşılaşdırdı: "İnfrastruktur", "Dövlət qurumları", "İnnovasiya potensialı", "Əmək bazarı", "Biznes dinamikası", "Məhsul bazarı", "Makroiqtisadi mühit", "Bacarıqlar" (http://sosial.gov.az/post/2011, 2019).

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin əsas istiqamətlərindən biri əmək bazarının inkişafı və əməyin səmərəli istifadəsidir.

Ölkədəki islahatlar iqtisadiyyatda köklü dəyişikliklərə və dinamik iqtisadi inkişafa səbəb oldu. Bölgələrin iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, əhalinin rifah halının və həyat səviyyəsinin daha da yaxşılaşdırılması, ölkə iqtisadiyyatının, xüsusilə də qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün müvafiq tədbirlər görülmüşdür. Yeni iş yerləri, müəssisələr, infrastruktur və s. məşğulluq təmin etmək üçün hazırlanmışdır. (http://sosial.gov.az/post/2011, 2019).

Cədvəl 1: Əmək bazarının əsas sosial-iqtisadi göstəriciləri

	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Əhalinin orta illik sayı – min nəfər	8500,3	9054,3	9535,1	9649,3	9757,8	9854,0	9939,8
İqtisadi fəal əhalinin sayı - min nəfər[1)]	4380,1	4587,4	4840,7	4915,3	5012,7	5073,8	5133,1
Məşğul əhalinin sayı - min nəfər	4062,3	4329,1	4602,9	4671,6	4759,9	4822,1	4879,3

o cümlədən mülkiyyət növləri üzrə:							
dövlət	1229,8	1142,7	1178,2	1176,1	1171,4	1158,4	1154,9
qeyri-dövlət	2832,5	3186,4	3424,7	3495,5	3588,5	3663,7	3724,4
İşsiz əhalinin sayı, min nəfər[2)]	317,8	258,3	237,8	243,7	252,8	251,7	253,8
Məşğulluq xidməti orqanlarında rəsmi işsiz statusu verilmiş şəxslər, nəfər	56343	38966	28690	28877	32972	38481	20088
onlardan işsizliyə görə müavinət alanlar	2087	87	1613	1543	1857	6974	1117[3)]
İqtisadiyyatda məşğul olan qadınların sayı - min nəfər	1957,6	2101,7	2226,8	2263,4	2294,2	2319,3	2349,9
İqtisadiyyatda muzdla işləyənlərin sayı[4)] – min nəfər	1297,1	1382,9	1519,7	1502,5	1514,3	1525,0	1551,7
Muzdla çalışan işçilərin orta aylıq əməkhaqqı – manat	123,6	331,5	444,5	466,9	499,8	528,5	544,6
Kadrların peşə hazırlığı, nəfər	5254	4792	6914	7453	4815	4502	5629
İxtisaslarını artırmış rəhbər işçi və mütəxəssislərin sayı - nəfər	10022	22326	15450	13045	14429	11499	17676

Qeyd: 1) 2005-2018-ci illərdə Beynəlxalq Əmək Təşkilatının metodologiyasına əsasən bütün işsizlər nəzərə alınmaqla hesablanmışdır.
2) Beynəlxalq Əmək Təşkilatının metodologiyasına əsasən (rəsmi işsiz statusu verilmiş şəxslər də daxildir
3) İşsizlikdən sığorta ödənişi alanlar
4) İlin sonuna
Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/. Tarix: 12.01.2020

2018-ci ildə ölkədə iqtisadi fəal əhalinin sayı 2005-ci il ilə müqayisədə 753.0 min nəfər artaraq 5133.1 min nəfər təşkil etmişdir ki, bunun da 4879.3 min nəfəri iqtisadiyyatda məşğul əhali, 253.8 min nəfəri isə işsizdir.

Son illərdə ölkə iqtisadiyyatında aparılan islahatlar nəticəsində əmək bazarında ciddi müsbət dəyişikliklər edilmişdir. Belə ki, əgər 2005-ci ildə dövlət sektorunda çalışanların payı iqtisadiyyatda işləyənlərin ümumi sayının 30,3% -ni təşkil edirdisə, 2018-ci ildə bu göstərici 23,7% -ə enib, özəl sektorda işləyənlərin sayı isə 1,3 dəfə artıb (https://www.stat.gov.az/source/ - 2019).

2018-ci ildə sənayedə (kənd təsərrüfatı və balıqçılıq, sənaye, tikinti) 2487.500 nəfər və ya iqtisadiyyatda çalışanların ümumi sayının 51.0% -i, xidmət sektorunda isə 2391.800 nəfər işlə təmin edildi. Bu, işləyən əhalinin 49,0%-i idi.

2018-ci ildə 1551,7 min nəfər işlə təmin edilmişdir və ya iqtisadiyyatda işləyənlərin ümumi sayının 31,8%-i. İşçilərin əksəriyyəti iri və orta müəssisələrdə çalışırdılar.

Məşğulluq xidməti tərəfindən 2019-cu ilin yanvar ayının əvvəlinə rəsmi olaraq işsiz kimi tanınanların sayı 20100 nəfər olmuşdur. İşsizlər arasında qadınların payı son illərdə azalmış, 2005-ci ildə 51,6 faizlə müqayisədə 2018-ci ildə 37,2 faizə çatmışdır.

2005-2018-ci illərdə işçilərin orta aylıq nominal əmək haqqı 4 dəfə artaraq 544,6 manat təşkil etmişdir.

Azərbaycan hakimiyyəti gələcək illərdə əmək bazarında artım təmin etməyə çalışacaq. Xüsusilə, düşərgə hazırda "qanuni məşğulluq" uğrunda fəal mübarizə aparır; 2019-cu ilin ilk 2 ayında əmək müqavilələrinin sayı 53 min artdı. Əmək bazarındakı vəziyyəti yaxşılaşdırmaq üçün vergi və əmək qanunlarına qanunlarda dəyişiklik ediləcəkdir. (2019-2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası)

Dövlətin Məşğulluq Siyasəti

Azərbaycanda 2019-cu ildə gözlənilən struktur və institusional islahatlar dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilən bir sıra sahələri əhatə edir. Geniş miqyaslı yenidən qurulma, bir sıra strukturların qaçılmaz şəkildə ləğvi iş yerlərinin ixtisarı baxımından populyar olmasa da, iqtisadi idarəetmənin səmərəliliyinin artırılması kontekstində əsaslandırılmış addımlardır.

Ölkə iqtisadiyyatı bazara əsaslanan idarəetmə prinsiplərinə keçidi çoxdan başa çatdırmışdır. Buna görə, dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən strukturların ixtisarı iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmır. Məşğulluq siyasəti də kommersiya baxımından əsas götürülməlidir. Yəni, hər bir çərçivə, əslində, şirkətə maliyyə faydası gətirən, işçilərin əmək haqqı formalaşdığı iş prosesində iştirakçı olmalıdır (Mikayılov, 2016).

İnsan kapitalının inkişafı, məşğulluq imkanlarının və sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi, ölkə əhalisinin sosial müdafiəsi, inklüziv əmək bazarının formalaşması və dinamik və uzunmüddətli iqtisadi tərəqqinin təmin edilməsi şəraitində Azərbaycanda layiqli işlə təmin olunması Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev, Əmək Nazirliyi və həyata keçirdiyi sosial-iqtisadi inkişaf siyasətinin əsas məqsədləridir.

Dövlət başçısının 30 oktyabr 2018-ci il tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş 2019-2030-cu illər üçün Azərbaycan Məşğulluq Strategiyası bu hədəflərə çatmaq və uğur qazanmaq üçün yeni addımların atılmasına imkan verir.

Qeyd olunur ki, Azərbaycan Prezidentinin 26 oktyabr 2005-ci il tarixli “Azərbaycanın Məşğulluq Strategiyası (2006-2015)” uğurla həyata keçirilmişdir. Bu strategiyanın həyata keçirilməsi zamanı işsizlik səviyyəsi 7,3 faizdən 5 faizə, yoxsulluq səviyyəsi 29,3 faizdən 4,9 faizə enmiş, əhalinin gəlirləri 5,2 dəfə, minimum əmək haqqı 3,5 dəfə, orta aylıq nominal əmək haqqı - 3,8 dəfə artmışdır. Əmək bazarındakı inkişaf meylini müəyyənləşdirmək, məşğulluğun və bütövlükdə iqtisadi fəaliyyətin artması üçün əlverişli şəraitin yaradılması, işçi qüvvəsinin rəqabət qabiliyyətinin və digər vacib sahələrin artırılması üçün hərtərəfli tədbirlər həyata keçirildi. Dövlət başçısının sərəncamına əsasən əmək münasibətlərini tənzimləyən və əlaqələndirən bir Komissiya yaradıldı və Azərbaycanda qeyri-rəsmi məşğulluğun qarşısını almaq üçün tədbirlər planı təsdiq edildi. Sığortalıların əmək haqlarını kompensasiya etmək üçün işsizlikdən sığorta sisteminin tətbiqi də başladı (https://uploads.cbar.az/assets/058cf3b4ee0d7861934a667d3.pdf, 2016).

Yeni məşğulluq strategiyası məşğulluq və ekstensiv inkişaf mərhələsinə keçid sahəsində dövlət siyasətini daha da gücləndirəcəkdir. Sənəd əmək bazarındakı mövcud vəziyyəti və inkişaf meyllərini ətraflı təhlil edir və 2019-2030-cu illər üçün prioritet sahələri əks etdirir. Bu prioritet sahələrə məşğulluğa yönəlmiş iqtisadi inkişaf siyasətinin həyata keçirilməsi, mikro, kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi, əmək bazarının tənzimlənməsi sahəsində hüquqi bazanın və institusional quruluşun təkmilləşdirilməsi, əmək bacarıqlarının inkişafı və əmək standartlarının yaxşılaşdırılması daxildir.

Strategiya, eyni zamanda, Agentliyin davamlı və operativ sosial təminat mərkəzlərində (DOST) müasir məşğulluq standartlarına cavab verən yeni bir xidmət modelinin istifadəsini əks etdirir. Bu, vətəndaşlara bu xidmətləri ümumi standartlar əsasında, sadə prosedurlar vasitəsilə operativ və tamamilə şəffaf şəkildə təqdim etməyə imkan verəcəkdir.

Dünyanın hər hansı bir ölkəsi üçün mikro biznes iqtisadiyyata kifayət qədər sabitlik verən və böhranlara qarşı müqavimət qabiliyyətini artıran amil rolunu oynayır (Mikayılov, 2014).

Kiçik müəssisələr nə qədər uğurlu olsa, əhalinin rifahı o qədər yüksək olur və milli iqtisadiyyat bir o qədər sabit olur. Buna görə də, Azərbaycanda son illərdə bu məsələyə ciddi diqqət yetirilmişdir. Daha çox məhz iqtisadiyyatın kiçik biznes subyektləri vasitəsi ilə gücləndirilməsi istəyi Azərbaycanın Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən 4 iyul 2019-cu ildə "Əmək bazarı və sosial müdafiə məsələləri üzrə Milli observatoriya"nın yaradılması haqqında fərmanın imzalanması ilə izah edilə bilər. Sənəd, mütərəqqi dünya təcrübəsinə əsaslanaraq əmək bazarının monitorinqi və proqnozlaşdırılması üçün yeni təkmilləşdirilmiş bir sistemin yaradılması məqsədi daşıyır. Ancaq bu quruluşun necə olacağını danışmazdan əvvəl ümumiyyətlə Azərbaycanda məşğulluq məsələsinə və işsizliyə qarşı mübarizəni daha təsirli edən proqramlara toxunmaq istərdim.

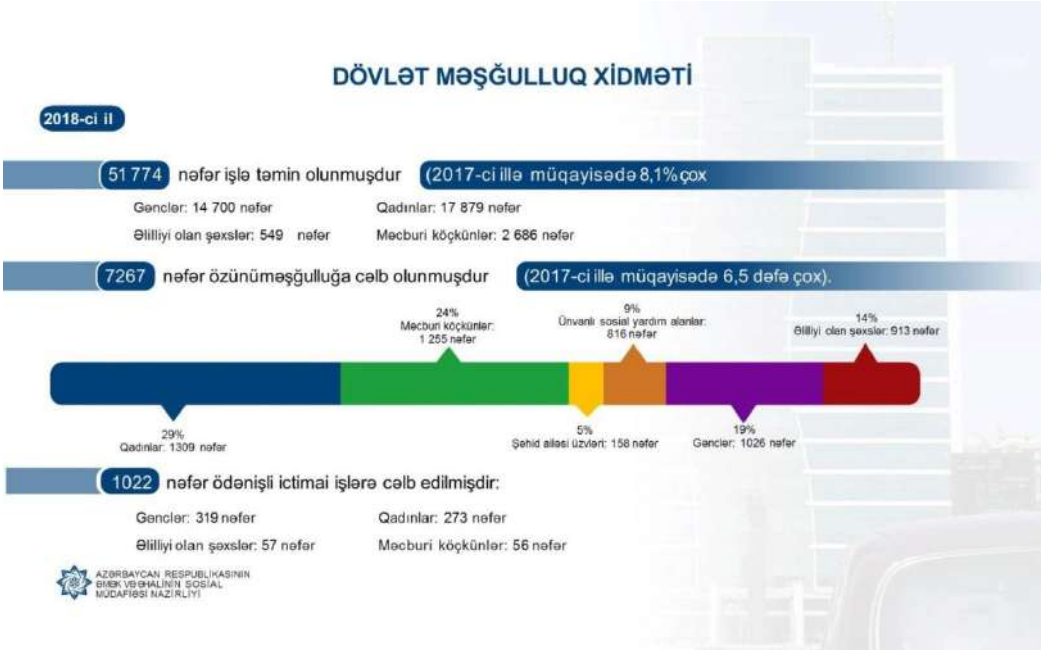
Təbii ki, məşğulluğun təmin olunması məsələsində monitorinq əvvəllər Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi tərəfindən aparılmışdır. Və vəziyyətin təhlili göstərdi ki, məsələn, 2017-ci ildə gənclər arasında işsizlik səviyyəsi ölkəmizdəki orta işsizlik səviyyəsindən demək olar ki, iki dəfə artaraq 9,2% təşkil etmişdir. Demoqrafik meyilləri nəzərə alaraq, müxtəlif məşğulluq proqramlarının həyata keçirilməsi ilə gənclər arasında bu göstəricinin azaldılması üçün tədbirlərin görülməsinə başlamanın zəruri olduğunu ortaya çıxartdı. Üstəlik, gənclərin məşğulluğu məsələsi Azərbaycanda sosial siyasətin prioritet sahəsidir. Və bu həm "2019-2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası" nda, həm də özünüməşğulluq sahəsindəki dövlət proqramlarının və fərdi layihələrin rolu nəzərə alınmaqla hazırlanan bir sıra digər sənədlərdə öz əksini tapmışdır ki, bu da kiçik biznesin bir sektor kimi spesifik rolunu nəzərə alması deməkdir. Bu Strategiyaya görə, kiçik bir müəssisənin yaradılması müxtəlif sektorların geniş miqyasda inkişaf etməsini stimullaşdırmaqdan daha çox, işsizliklə daha səmərəli mübarizə aparmağa imkan verir (http://etsim.az/ru/publication, 2019).

Doğrudan da, məhz belə təsərrüfatlar ümumi iqtisadi tənəzzül dövründə daha sürətli "canlanır" və əksər sosial və iqtisadi problemlərin həllində iştirak edirlər (Yaqubov, Məmmədov, 2014).

Buna görə də Azərbaycan Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi insanların özünüməşğulluq maraqlarını stimullaşdırmaqla sahibkarlığı və əmək bazarını inkişaf etdirmək üçün bir proqram həyata keçirir. Bu, aşağıdakı kimi edilir: öz işlərini başlamaq istəyən ailələrə müvafiq mal və materiallar verilir. Təbii ki, proqram ən çox kənd yerlərində yayılmışdır. Bir neçə səbəbə görə. Birincisi, ölkənin əmək ehtiyatlarının 40% -dən çoxu kənd yerlərində cəmləşib və burada öz işlərinə başlamaq istəyən çox gənc və fəal insanlar var. İkincisi, belə bir siyasət dövlətin regional inkişafa və xüsusən də qeyri-neft sektorunun stimullaşdırılmasına yönəldilmiş siyasətinə uyğundur. Bir insan, məsələn, heyvandarlıq ilə məşğul olmaq istəyirsə, bu halda ona heyvan əldə etmək və onları saxlamaq imkanı veriləcəkdir. İdarəetmənin regional strukturlarına təqdim olunan iş planlarına uyğun olaraq müraciət edənlərin əksəriyyəti iri və xırdabuynuzlu mal-qara, həmçinin heyvandarlıq fermalarının tikintisi üçün materiallar ilə təmin olunmuşdur. Beləliklə, yalnız 2018-ci ildə bu proqram sayəsində ölkə daxilində 5800 mikrobiznes yaradıldı. Lakin 2018-ci ildə Azərbaycanda

7267 ailənin özünüməşğulluq proqramından yararlandığını göstərən digər statistik məlumatlar da mövcuddur. 2019-cu ildə daha 10 min ailəni əhatə etmişdir.

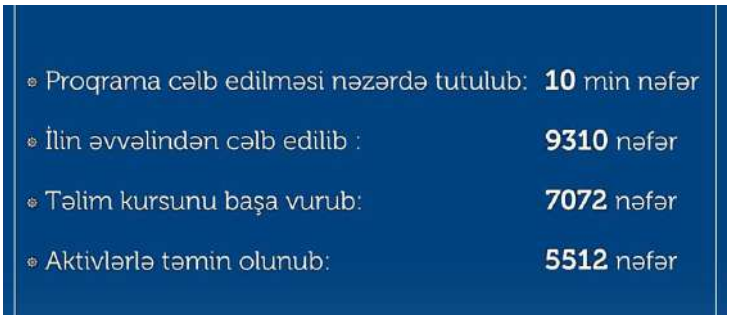
Şəkil 1: 2018-ci ildə Dövlət Məşğulluq Xidmətinin xətti ilə işlə təmin olunanlar



Mənbə: İnfoqrafikalar, http://sosial.gov.az/category/infographics – 2019. Tarix: 12.01.2020

Bundan əlavə, özünüməşğulluq programı çərçivəsində 2019-cu ildə 9310 nəfər işə cəlb edilmiş, 7072 nəfər təlim kursunu başa vurmuş, 5512 nəfər isə aktivlərlə təmin olunmuşdur.

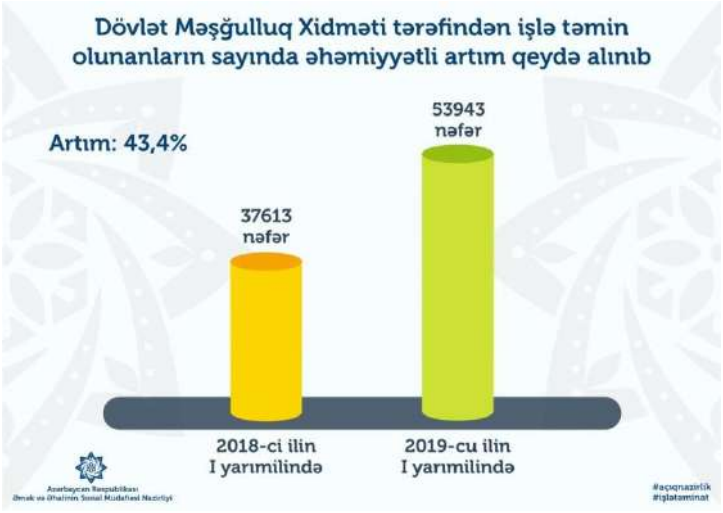
Şəkil 2: 2019-cu il Özünüməşğulluq proqramı



Mənbə: İnfoqrafikalar, http://sosial.gov.az/category/infographics. Tarix: 12.01.2020

Burada qeyd etmək yerinə düşər ki, 2019-cu ilin birinci yarısında Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi yanında Dövlət Məşğulluq Xidməti 53.943 nəfər işsiz və iş axtaran şəxsi müvafiq işlə təmin etmişdir, onlardan 18.877 nəfəri qadındır. İdarənin ictimaiyyətlə əlaqələr və rabitə şöbəsindən verilən məlumata görə, hesabat dövründə əmək bazarında gənclərin dəstəklənməsi və məhsuldar məşğulluğu üçün şərait yaradılması istiqamətində işlər davam etdirilir. Nəticədə 12 148 gənc nümayəndəsi iş tapmışdır. Bundan əlavə, hesabat dövründə Dövlət Məşğulluq Xidməti 31171 məcburi köçkün və 1543 nəfər əlilliyi olan insanı işlə təmin etmişdir.

Şəkil 3: 2018-2019-cu illər Dövlət Məşğulluq Xidməti tərəfindən işlə təmin olunanların dinamikası



Mənbə: Dövlət Məşğulluq Xidməti tərəfindən işlə təmin olunanların sayında əhəmiyyətli artım, http://sosial.gov.az/post/2745 -2019. Tarix: 12.01.2020

Yeri gəlmişkən, sonuncular barədə ayrıca danışmaq istərdim. Bu yaxınlarda Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramı (UNDP) tərəfindən "Əhalinin sosial cəhətdən həssas qrupları üçün inklüziv və layiqli iş yerlərinin yaradılması" adlı ortaq bir layihəyə start verildi. Bu proqrama əsasən 500 əlilliyi olan şəxsə məşğulluq üçün dəstək veriləcək. Üstəlik, onlara haradasa işin özündə işləmək deyil, əksinə özlərinin davamlı işlərini yaratmaq imkanı veriləcəkdir. Pilot layihənin həyata keçirilməsi üçün seçilmiş 12 şəhər və rayonda, məşğulluq orqanlarında qeydiyyata alınmış əlillər arasında layihə iştirakçılarının seçimi artıq elan olunmuşdurFfiziki imkanları məhdud olanlar üçün isə peşə təhsili kursları keçmək və əlavə təhsil almaq istəyənlər üçün kurslar təşkil olunur. Yuxarıda göstərilən ortaq proqram çərçivəsində deyil, Əmək və əhalinin sosial müdafiəsi Nazirliyinin təşəbbüsü ilə həyata keçirilir. İlin birinci yarısında bu cür əlillərin sayı 174 nəfər olmuşdur. Ümumiyyətlə, şöbə ölkəmizin 838 vətəndaşını peşə təhsili və əlavə təhsil kurslarına cəlb etmişdir (http://sosial.gov.az/category/infographics, 2019).

Göründüyü kimi, Azərbaycanda məşğulluq və özünüməşğulluq sahəsində bir çox proqramlar həyata keçirilir. İşsizliyi tamamilə aradan qaldırmaq üçün kifayətdirmi? Bu cür proqramlar əlbəttə lazımdır, amma bütün arzularla Azərbaycanda işsizliyi tamamilə ləğv etmək mümkün deyil, çünki bu nəzəriyyəyə ziddir: Dünyada bu sahədə sıfır statistika ilə öyünə biləcək bir ölkə yoxdur. Bu cür işsizlik istənilən və hətta ən inkişaf etmiş iqtisadiyyata xasdır. Lakin dövlət kifayət qədər inkişaf etmiş və vətəndaş hüquqlarına hörmətlə yanaşırsa, bu cür insanlara layiqli iş tapmasına kömək etmir, həm də axtarış müddətində onları dəstəkləyir, yəni hər cür kredit verir və digər sosial dəstək tədbirlərini həyata keçirir. Bu vəziyyətdə Azərbaycan da istisna deyil. Bu cür xərc maddələrinin daima dövlət büdcəmizə daxil edildiyini qeyd etmək kifayətdir. Belə ki, əgər keçən il təsdiqlənmiş büdcə qanununa əsasən, Dövlət Sosial Müdafiə Fondunun büdcəsinin gəlir və xərcləri 3.928 milyard manat, icbari sosial sığorta ayırmaları 2.419 milyard manat proqnozlaşdırılırsa, 2019-cu ildə İşsizlikdən Sığorta Fondunun gəlir və xərcləri proqnozlaşdırılmışdı. 83,451 milyon manat və büdcə təşkilatlarının işçilərindən tutulan ayırmalar və özəl sektor işçilərindən daxilolmalar şəklində gəlirlərdən formalaşacaqdır. Bu Fondun bu ilki xərcləri 451,4 milyon manat təşkil edəcək və işsizliyin ödənilməsi, əmək birjaları və yarmarkalarının təşkili, pullu ictimai işlərin aparılması,

özünüməşğulluq tədbirləri və s. hesabına formalaşacaqdır (http://sosial.gov.az/category/infographics, 2019).

Əmək bazarı və əhalinin sosial müdafiəsi üzrə Milli Observatoriyanın yaradılması məsələsinə qayıdaq. Bu, beynəlxalq təcrübə əsasında Azərbaycanda məşğulluq və sosial müdafiə sahəsində səmərəli qərarlar qəbul etmək üçün mükəmməl monitorinq və proqnozlaşdırma sistemini formalaşdırmağa imkan verəcəkdir. Observatoriya əmək bazarındakı mövcud vəziyyəti qiymətləndirəcək, inkişaf meyllərini izləyəcək, analitik hesabatlar hazırlayacaq və proqnozlar verəcəkdir. Bu qərarlar əsasında məşğulluq sahəsində səmərəli idarəetmə qərarları qəbul ediləcəkdir ki, bu, əlbəttə ki, bir çox insana - nəinki işsizlərə, həm də işlərini daha yüksək maaşlı və daha yaxşı iş şəraiti ilə dəyişdirmək istəyənlərə kömək edəcəkdir.

Metod

Tədqiqatda təhlil, ümumiləşdirmə kimi ümumi elmi tədqiqat metodlarından istifadə edilmişdir. Tədqiqatın obyekti əmək bazarıdır. Aparılan tədqiqat statistik məlumatlara əsaslanır.

Analiz

Əmək bazarının öyrənilməsi onun təhlilinin aparılmasını vacib məsələlərdən biri edir. Belə ki, işsizlik, məşğulluq əhalinin təminatının əsas göstəricilərindən biridir. Bununla yanaşı, bu mövzu ölkəmizdə əmək bazarının perspektivlərini ortaya çıxaracağı üçün tədqiqat önəmli xarakterə malikdir.

Nəticə

Aparılan tədqiqat Azərbaycanda əmək bazarının yaxşılaşdırılması yolları barədə aşağıdakı nəticələr çıxarmağa imkan verdi.

Azərbaycanda gənclərin iş təcrübəsinin olmaması və ən əsası peşə hazırlığı səviyyəsinin aşağı olması səbəbindən əmək bazarında aşağı rəqabət qabiliyyətinə sahib olmalarını nəzərə alsaq, dövlət yalnız məzun olanların sayı ilə bağlı statistikaya deyil, həm də Azərbaycan ərazisində fəaliyyət göstərən dövlət və özəl təhsil müəssisələri tərəfindən verilən təhsilin keyfiyyətinə birbaşa nəzarətə diqqət yetirməlidir. Bundan əlavə, gənclərin xaricdə təhsilini maliyyələşdirmək üçün əvvəlki dövlət proqramının bərpası və daha geniş əhatə edilməsi, məzunların işə qəbul olunmasının məcburi funksiyasının dövlət tərəfindən məzun olduqları universitetlərə təhvil verilməsi və bu prosesə nəzarətin təmin edilməsi tövsiyə olunur.

Ədəbiyyatlar

1. Quluzadə M. M. (2015) İnsan amili və Azərbaycan Respublikasının sosialiqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi. Monoqrafiya, Bakı, ”İqtisad Universiteti‖ Nəşriyyatı”, 299 səh
2. Mikayılov F.Q, (2016) Azərbaycan Respublikasında əmək bazarı və məşğulluqda baş verən dəyişikliklərin müasir vəziyyətinin təhlili
3. Mikayılov F.Q. (2014) Sərhədyanı regionlarda məşğulluq probleminin həlli istiqamətində təklif və tövsiyələrin hazırlanması.‖ Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin İqtisadi İslahatlar Elmı Tədqiqat İnstitutu,
4. Yaqubov S.M., Məmmədov A.C. (2014) “Sosial –iqtisadi statistika” dərslik, Bakı
5. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, https://www.stat.gov.az/source/
6. The Labor Market in Azerbaijan, https://uploads.cbar.az/assets/058cf3b4ee0d7861934a667d3.pdf
7. Beynəlxalq reytinqlərdə Azərbaycanın əmək bazarı üzrə göstəricilərinin daha da yaxşılaşması üçün zəruri tədbirlərə dair təkliflər hazırlanır, http://sosial.gov.az/post/2011

8. Özünüməşğulluq proqramı 2019-cu ildə, http://sosial.gov.az/post/2990
9. 2019–2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası https://static.president.az/media/W1siZiIsIjIwMTgvMTAvMzAvNzBqcG95dmVhMV9TVFJBVEVHX1lBLnBkZiJdXQ?sha=73a80919aee9f9a5
10. Statistika xəbərləri, http://etsim.az/ru/publication
11. İnfoqrafikalar, http://sosial.gov.az/category/infographics

Azərbaycanın Milli Hesablar Sistemində Yığım Hesablarının Göstəricilərinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Ramin Əlisazadə

ramineliszade96@gmail.com

Xülasə

Milli hesablar sistemində yığım hesablarının formalaşması, bölgüsü və yenidən bölgüsü ilə bağlı tənzimləmə problemlərinə, sosial müdafiə və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi problemlərinə istər Azərbaycanın, istərsə də xarici ölkələrin alimləri və mütəxəssisləri xüsusi diqqət ayırmışlar. Azərbaycanda milli gəlirin bölgüsü problemini tədqiq edən alim və tədqiqatçıların əksəriyyəti ona müxtəlif aspektlərdən yanaşmışlar. Lakin transformasiya iqtisadiyyatında milli gəlir formalaşması və tənzimlənməsi mexanizmi kompleks şəkildə öyrənilməmişdir. Bütün bunlar seçilmiş tədqiqat mövzusunun əhəmiyyətini, onun məqsəd və vəzifələrini müəyyən edir.Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycan Respublikasında MHS konsepsiyası əsasında əhalinin gəlir və xərclərinin statistik tədqiqi etməkdən və qiymətləndirməkdən ibarətdir. Bazar münasibətlərinə keçən ölkələr üzrə yığım hesablarının səviyyə və dinamikasının statistik tədqiqi xüsusilə aktualdır. Yığım hesablarının səviyyə və dinamikasının araşdırılması və tədqiq edilməsi onların balansında gəlirin payının artırılması və xərclərin daha səmərəli və keyfiyyətli məhsullara yönəldilməsi, əhalinin istehlak qabiliyyətinin yüksəldilməsi, istehlakın strukturunda yalnız qida məhsullarının deyil, həm də digər maddi nemətlər istehlakının payının artırılması, bütövlükdə əhalinin həyat səviyyəsinin hər tərəfli inkişaf etdirilməsi hər bir ölkənin, eləcə də Azərbaycan Respublikasının əsas problemlərindəndir. Yığım hesablarının səviyyə və dinamikasının haqqında obyektiv məlumatın toplanması, iqtisadiyyatın ümumi vəziyyətinin və əhalinin həyat səviyyəsinin təhlil edilməsi, dövlətin sosial siyasətinin işlənib hazırlanması, ayrı-ayrı əhali qruplarının sosial müdafiəsini təşkil etmək məqsədilə konkret tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün lazımdır. Yığım hesablarının səviyyə və dinamikasının haqqında sistemləşdirilmiş məlumatlardan daxili ehtiyatların səfərbərliyə alınması yolu ilə investisiya proseslərinin genişləndirilməsi imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: Milli Hesablar Sistemi, Yığım,Statistika

Giriş

Əhalinin gəlir və xərcləri göstəriciləri iqtisadi proseslərlə yanaşı sosial proseslərə də öz təsirini göstərir və Milli Hesablar Sisteminin (MHS) ev təsərrüfatı sektorunda nəzərə alınır. Bu göstəricilərə əsasən sərəncamda olan gəlir nominal və faktiki son istehlak xərclərini müəyyənləşdirir. Daha doğrusu, əhalinin son istehlak xərcləri - xərclər metodu ilə Ümumi Daxili Məhsulun hesablanmasında istifadə edilir.(Həsənli. Y.H.,2014).

Son istehlak xərcləri göstəricisi əhalinin həyat səviyyəsini göstərən ən mühüm göstəricilərdən biridir. Statistikanın məlumatlarından göstərilən məqsədlər üçün istifadə edilə bilməsi üçün gəlirlər siyasi-iqtisadi xarakterli ciddi konsepsiya sisteminə əsaslanmalıdır. Bu məlumatlar iqtisadi proseslərin qarışıq cəhətlərini səciyyələndirən digər göstəricilərlə (məsələn, istehsal, yaxud da maliyyə resurslarının hərəkəti göstəriciləri ilə) uzlaşdırılmalıdır. (Aslanov,A.M. Aslanova T.A, 2014).

Milli hesablar Sistemində əsas makroiqtisadi göstəricilərin artımı və azalması əhali gəlirlərinə təsir edir. Milli Hesablar Sistemi əhali gəlirlərinə, əhalinin həyat səviyyəsinə, yoxsulluq və başqa nəticələrin ölkə gəlirləri ilə, makroiqtisadi göstəricilər ilə sıx əlaqədardır.

Metod

Tədqiqat işində aşağıdakı statistik metodlardan istifadə edilmişdir: cədvəl, qrafik, indeks, dinamika

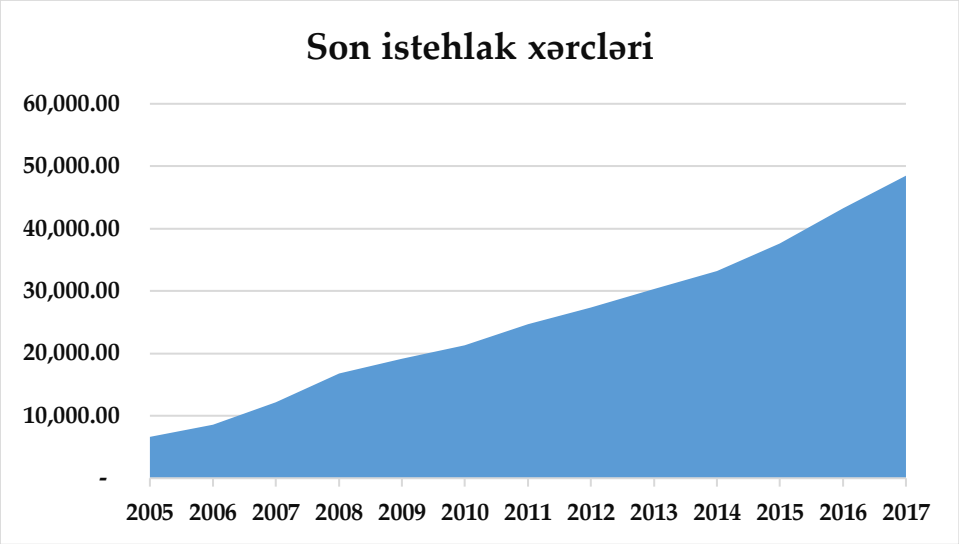
sıralarının təhlili, mütləq, nisbi və orta kəmiyyətlər metodu , korrelyasiya-reqressiya metodu və s.

Analiz

Qənaətin dinamikasinin təhlili

Milli Hesablar Sistemində əhali gəlirlərinin göstəricilərinə ilkin gəlirlər, işçilərə əmək ödənişləri, sahibkarlıq fəaliyyətindən gələn gəlirlər, mülkiyyətdən gələn gəlirlər, alınmış cari və əsaslı transferlər, xərclər cəmi, son istehlak xərcləri, ödənilən cari transferlər, qənaətlər, qeyri-maliyyə aktivlərinin yığımı, maliyyə aktivləri, əhalinin hər nəfərinə düşən yığımlar aiddir.(Cabbarova A.İ, Dünyamalıyeva V.R., 2014: s.145).

Diaqram 1. Son istehlak xərclərinin dillər üzrə dinamikası (mln manatla)

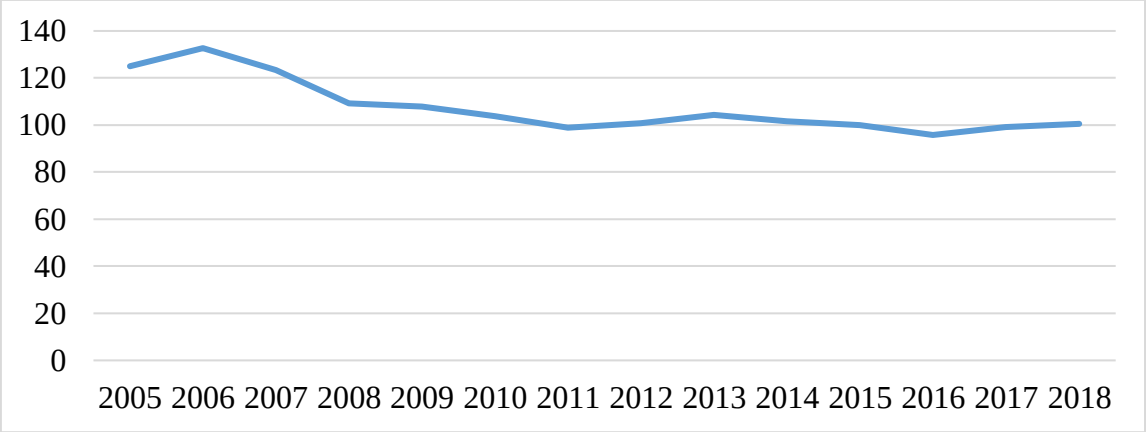


Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2018).

Sərəncamda qalan gəlirlərin istifadəsi-hesabın balanslaşdırıcı maddəsi yığımdır. Başqa sözlə qənaətdir. Sərəncamda qalan gəlirlərin istifadəsi hesabı dövlət idarələri, ev təsərrüfatları, ev təsərrüfatlarına xidmət edən qeyri-kommersiya təşkilatların sərəncamında olan gəlirlərin xərclər və qənaət arasında bölüşdürülməsidir. (Məmmədli.O.N.,2015: s.96).

Sərəncamda qalan gəlirin istifadəsi iqtisadiyyat üzrə hesablanır. Respublikamızda iqtisadiyyat üzrə sərəncamda qalan gəliri və cari transferlərin fərqini topladıqda sərəncamda qalan gəlir tapılır. Sərəncamda qalan gəlirlərin hesablanmasında əsas məqsəd fərqli sektorların sərəncamda qalan gəlirini son istehlak və yığıma nisbətini müəyyən etməkdir.

Diaqram 2. Hər nəfərə düşən ÜDM-in artım tempi, əvvəlki ilə nisbətən, %-lə



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019)

Statistika komitəsinin saytına istinadən 2017-ci ildə Azərbaycanda qənaətin həcmi 21,102 mln AZN olmuşdur ki, bu da 2016-cı ilin göstəricisindən 48% çoxdur.

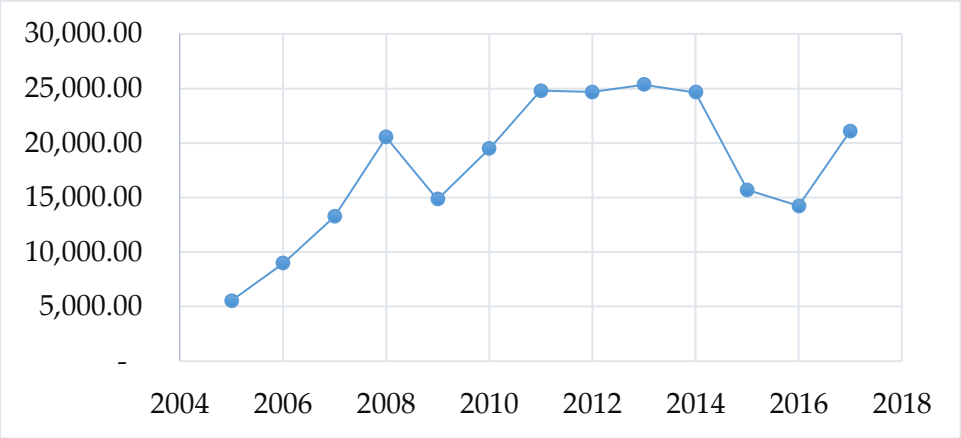
Cədvəl 1. Qənaət (mln manatla)

Tarix	Qənaət (mln manatla)
2007	5,536.12
2008	8,985.60
2009	13,242.20
2010	20,528.50
2011	14,838.90
2012	19,475.00
2013	24,799.80
2014	24,680.50
2015	25,333.40
2016	24,627.60
2017	15,691.10
2018	14,229.40
2018	21,101.60

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019)

Ümumiyyətlə 2005-ci ildən 2017-ci ilədək, yəni 12 il ərzində Azərbaycanda ortalama qənaətin həcmi 17,928 mln AZN olmuşdur. 2017-ci il göstəricisi ortalama göstəricidən yüksək olsa belə, ən yüksək göstərici deyil, belə ki 2015-ci ildə ölkədə qənaətin həcmi 25,333 mln AZN olub. Ən aşağı göstərici isə 2005-ci il göstəricisi hesab edilə bilər.

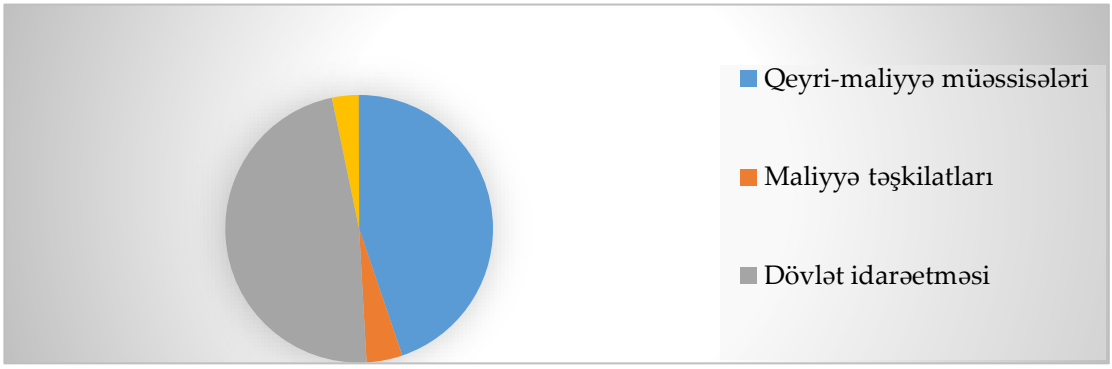
Diaqram 3.Qənaətin dinamikası



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ sayıtının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2017-ci ildə ən çox qənaət edən təşkilatlar qeyri maliyyə müəssisələri olarkən (10, 107 mln AZN) , ən az qənaət edən isə ev təsərrüfatlarına xidmət edən qeyri-kommersiya təşkilatlarıdır (-8,3 mln manat)

Diaqram 4. Qənaətin iqtisadi sektorlar üzrə bölgüsü

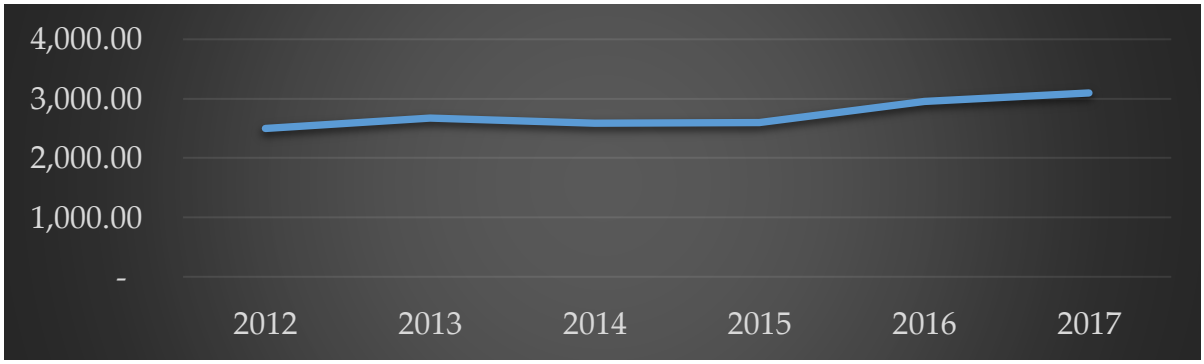


Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019)

Alınmış və verilmiş əsaslı transferlərin dinamikasının təhlili

2017-ci ildə alınmış əsaslı transferlərin yekun məbləği milli hesablar sisteminə istinadən 3,096 mln AZN olmuşdur. Bu göstərici 2016-cı ildən 144 mln AZN çoxdur. Eyni zamanda 2005-ci ildən bu yana, alınmış əsas transferlər üzrə ən yüksək göstəricidir.

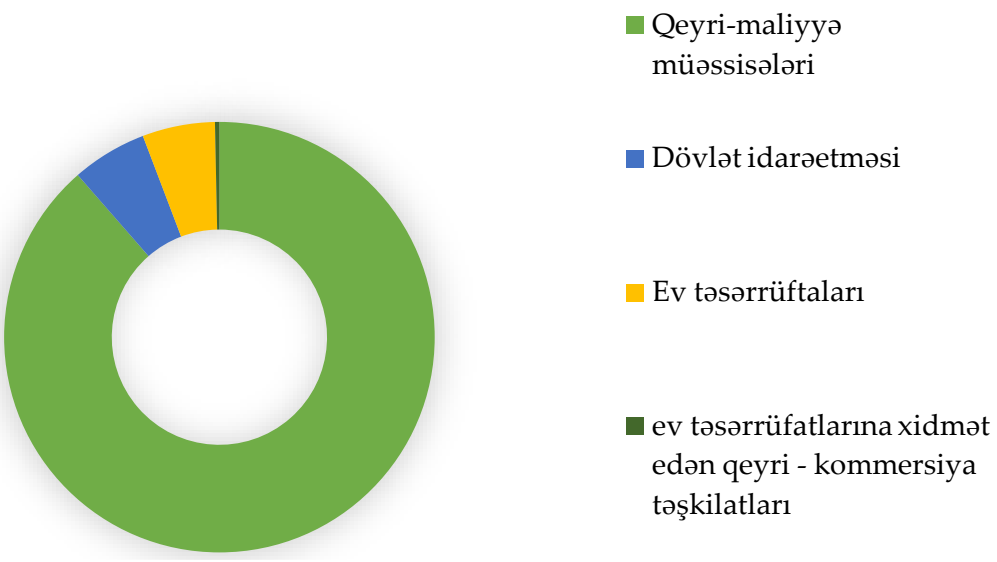
Diaqram 5. Alınmış və verilmiş əsaslı transferlər illər üzrə (mln AZN)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2018)

2017-ci ildə qeyri-maliyyə müəssisələrindən alınmış transferlər ümumi transferlərin 89%-ni təşkil edir. Bu da Dövlət Neft fondunun transferləri ilə əlaqələndirilə bilər.

Diaqram 6. Alınmış əsas transferlərin iqtisadi kateqoriyalar üzrə bölgüsü (2017, %-lə)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ sayıtının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib olunub.

2017-ci ildə transferlərin 94%-i dövlət idarəetməsinə, 6%-i isə dünya üzrə paylanmışdır.

Əsaslı fondlarin ümumi yığımının dinamikasının təhlili və qiymətləndirilməsi

2010-cu ildən 2017-ci ilədək əsas fondların ümumi yığımı 117% artım göstərərək 16,752 mln AZN olub. Bu səviyyədə bir yığım 2014-cü ildə də qeydə alınsa da bu rəqəmi keçə bilməmişdir.

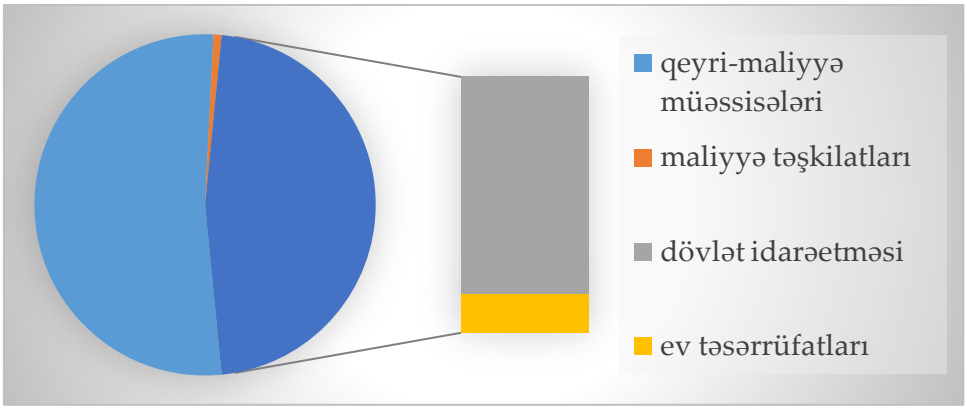
Cədvəl 3. Ümumi yığım (mln manatla)

Tarix	Ümumi yığım (mln manatla)
2012	7,714.50
2013	10,508.90
2014	12,292.80
2015	15,007.40
2016	16,187.80
2017	15,131.40
2018	15,127.30
2019	16,752.50

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.04.2020)

Əgər 2017-ci ildə əsas fondların ümumi yığımın sektorlar üzrə payına nəzər salsaq burda da qeyri-maliyyə müəssisələrinin faizinin üstün olduğunu görərik. Ən az yığıma malik olan isə normal olaraq, ev təsərrüfatlarıdır.

Diaqram 9. Əsas fondların ümumi yığımın sektorlar üzrə bölgüsü (2019, %-lə)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2020)

İqtisadiyyatda yaradılan modellə analizə başlamazdan əvvəl bəzi təsviri statistik metodlarla modelin mövcud məlumatlarla nə dərəcədə uyğun olduğunu araşdırmaq məqsədəuyğundur. Bu çərçivədə, modeli təşkil edən seriyalara tətbiq olunan testlərin etibarlılığı xəta şərtlərinin normal paylanmasından asılıdır. Normal bir paylamaya malik dəyişənlərin normal bir modeldə paylanacağı gözlənilir.(Yaqubov S.,M Məmmədov A.C., 2011: s.102).

Eviews analiz

Cədvəl 2. Böyümə, əmanət, faiz, inflyasiya dəyişənləri və xəta şərtləri üçün təsvir statistikası (μ) (Model 1)

Statistika\Seriya	LnG	S	I	π	μ
Ortalama	26.00485	19.28347	40.83286	38.97666	5.33E-15
Median	25.92078	18.504	40	36.92759	0.196778
Standart Yayınma	0.958492	4.633665	29.9166	28.69746	0.773695
Əyrilik	0.159876	0.255944	0.51359	0.638029	-1.00093
Basıqlıq	1.644899	1.709084	1.980883	2.792235	3.088182
Jarque-Bera Statistikası	3.392445	3.374866	3.663973	2.925109	7.026665
Jarque-Bera Ehtimalı	0.183375	0.184994	0.160095	0.231644	0.029797
Müşahidələrin sayı	42	42	42	42	42

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

Eyni kontekstdə Model 2-ni təşkil edən dəyişənlərin sınaqdan əvvəl statistik nəticələri Cədvəl 4.4-də verilmişdir. Kurtozun səhv əmsalı 3-dən az olduğundan, əyilmə əmsalı kiçik və mənfi olduğu üçün az basıq (platykurtic) sola əyri paylanmaya malikdir. JB test dəyəri göstərir ki, 1% əhəmiyyət səviyyəsində standartlaşdırılmış qalıqlar normal paylanmanı göstərir. Beləliklə, hipoteza qəbul edilir.

Cədvəl 3. İnvestisiya, əmanət, faiz, inflyasiya dəyişənləri və xəta şərtlərini izah edən (τ) statistika (Model 2)

Statistika\Seriya	I	S	I	π	τ
Ortalama	20.9553	19.2835	40.8329	38.9767	-1.98E-16
Median	20.8643	18.504	40	36.9276	0.008961
Standart Yayınma	2.18574	4.63367	29.9166	28.6975	1.672852
Əyrilik	-0.0626	0.25594	0.51359	0.63803	-0.15899
Basıqlıq	2.42391	1.70908	1.98088	2.79224	2.751416
Jarque-Bera Statistikası	0.60821	3.37487	3.66397	2.92511	0.285082
Jarque-Bera Ehtimalı	0.73778	0.18499	0.1601	0.23164	0.867152
Müşahidələrin sayı	42	42	42	42	42

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

Model 3-ü təşkil edən dəyişənlərin sınaqdan əvvəl statistik nəticələri Cədvəl 4.5-də verilmişdir. Xəta müddətinin kurtozu əmsalı 3-dən çox olduğundan, çox düzdür (leptokurtic) və əyilmə əmsalı kiçik və mənfi olduğu üçün sola əyri bir paylanma var. JB test dəyəri göstərir ki, 5% əhəmiyyət səviyyəsində standartlaşdırılmış qalıqlar normal paylanmanı göstərir. Beləliklə, hipoteza qəbul edilir.

Cədvəl 4. Cari hesab kəsirinin, əmanətlərin, faizlərin, məzənnə dəyişkənliklərinin və xəta şərtlərinin təsviri statistikası (ω) (Model 3)

Statistika\Seriya	CA	S	i	I	ω
Ortalama	-2.75362	19.28347	40.83286	20.95534	4.11E-15
Median	-2.44588	18.504	40	20.86433	0.093623
Standart Yayınma	2.630404	4.633665	29.9166	2.185737	1.098413
Əyrilik	-0.24576	0.255944	0.51359	-0.06259	-0.03074
Basıqlıq	2.795699	1.709084	1.980883	2.423913	3.139849
Jarque-Bera Statistikası	0.495825	3.374866	3.663973	0.608209	0.04084
Jarque-Bera Ehtimalı	0.780428	0.184994	0.160095	0.737784	0.979787
Müşahidələrin sayı	42	42	42	42	42

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

Model 4-ü təşkil edən dəyişənlərin sınaqdan əvvəl statistik nəticələri Cədvəl 4.6-da verilmişdir. Xəta müddətinin kurtoz əmsalı 3-dən çox olduğundan, çox düzdür (leptokurtic) və əyilmə əmsalı kiçik və müsbət olduğu üçün sağa əyilmiş bir paylanmaya malikdir. JB test dəyəri göstərir ki, 1% əhəmiyyət səviyyəsində standartlaşdırılmış qalıqlar normal paylanmanı göstərir. Beləliklə, hipoteza qəbul edilir.

Cədvəl 5. Xarici portfel sərmayələri, əmanətlər, faizlər, məzənnə dəyişkənləri və xəta şərtləri (φ) təsviri statistika (Model 4)

Statistika\Seriya	LnCF	S	i	R	φ
Ortalama	21.03755	18.19529	40.728	1.161615	3.39E-15
Median	21.25976	16.55981	19.9	1.344025	-0.0071
Standart Yayınma	0.915273	4.118945	34.31564	0.86397	0.447115
Əyrilik	-0.92886	0.572776	0.596154	0.191137	0.765855
Basıqlıq	2.755253	1.809659	1.722095	2.325389	3.508935
Jarque-Bera Statistikası	3.657307	2.842915	3.181917	0.626285	2.713697
Jarque-Bera Ehtimalı	0.16063	0.241362	0.20373	0.731146	0.257471
Müşahidələrin sayı	25	25	25	25	25

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

5-i təşkil edən dəyişənlərin sınaqdan əvvəl statistik nəticələri Cədvəl 4.7-də verilmişdir. Xəta müddətinin kurtoz əmsalı 3-dən çox olduğundan, çox düzdür (leptokurtic) və əyilmə əmsalı böyük və pozitiv olduğu üçün sağa doğru təhrif olunmuş bir hüquqa malikdir. JB test dəyəri standart qalıqların normal paylanmadığını göstərir. Beləliklə, xəta müddəti əmsalı üçün hipoteza rədd edilir.

Cədvəl 6. İnflyasiya, əmanət, investisiya, faiz dəyişənləri və xəta şərtləri (ε) təsviri statistika (Model 5)

Statistika\Seriya	π	S	I	i	ε
Ortalama	38.97666	19.28347	20.95238	40.83286	5.33E-15
Median	36.92759	18.504	20.85	40	-3.82648
Standart Yayınma	28.69746	4.633665	2.188243	29.9166	17.16776
Əyrilik	0.638029	0.255944	-0.0637	0.51359	2.011064
Basıqlıq	2.792235	1.709084	2.418904	1.980883	6.688623
Jarque-Bera Statistikası	2.925109	3.374866	0.619329	3.663973	52.12104
Jarque-Bera Ehtimalı	0.231644	0.184994	0.733693	0.160095	0
Müşahidələrin sayı	42	42	42	42	42

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

Cədvəl 6. ÜDM, istehlak xərci, qənaət, yığım və investitisiyaların qarşılıqlı əlaqələri

İl	ÜDM	İstehlak xərci	Qənaət	Yığım	İnvestisiya
2000	4,718.10	3,753.76	1,426.34	1,091.62	6,733.40
2001	5,315.60	3,994.20	1,706.50	1,216.30	2,075.60
2002	6,062.50	4,565.30	1,891.40	2,066.10	2,075.60
2003	7,146.50	5,170.90	2,380.10	3,779.10	4,249.30
2004	8,530.20	5,861.30	2,871.30	4,922.80	5,820.30
2005	12,522.50	6,579.70	5,536.10	5,172.90	6,733.40
2006	18,746.20	8,556.30	8,985.60	5,567.80	7,415.60
2007	28,360.50	12,212.50	13,242.20	6,069.00	10,353.90
2008	40,137.20	16,829.80	20,528.50	7,457.00	13,328.00
2009	35,601.50	19,182.10	14,838.90	6,700.00	10,475.00
2010	42,465.00	21,336.10	19,475.00	7,714.50	14,118.90
2011	52,082.00	24,679.70	24,799.80	10,508.90	17,048.80
2012	54,743.70	27,370.20	24,680.50	12,292.80	20,251.10

2013	58,182.00	30,363.00	25,333.40	15,007.40	21,448.20
2014	59,014.10	33,238.80	24,627.60	16,187.80	21,890.60
2015	54,380.00	37,575.70	15,691.10	15,131.40	20,057.40
2016	60,425.20	43,228.50	14,229.40	15,127.30	22,706.40
2017	70,337.80	48,482.20	21,101.60	16,752.50	24,462.50

Mənbə: Eviews 10 proqramından çıxarış

s=0,351802

b = 1 – S = 1-0.351802=0.648198

C = A+bY

C=48,482

Y= 70,337

48,482=A+ 70,337x0.648198

A = 70,337x0.648198 - 48,482 = 45,592-48,482

A= -2,889

S= -A+bY

S = -(-2,889) + 0.648198x70,337 = 45,595

Jarque-Bera (JB) test statistikası normal paylama vəziyyətini ölçmək üçün tez-tez istifadə olunur. Seriyaların normal paylanmasının olub olmadığını yoxlayarkən əvvəlcə seriyanın kurtozunu və əyri dəyərlərini hesablayın və analizə daxil edin.

Normal paylanmış bir dəyişən üçün S = 0, K = 3. JB statistikası sıfır hipotezi seriyanın normal şəkildə paylandığını göstərir. Burada alınan JB ehtimalının 1% əhəmiyyət səviyyəsindən yüksək olması, seriyaların normal paylandığını göstərir.

Model 1-i təşkil edən dəyişənlərin sınaqdan qabaq statistikasının nəticələri Cədvəl 4.3-də verilmişdir. Xəta müddətinin kurtoz əmsalı 3-ə yaxın olduğundan normal basıq (mesokurtic) olur və əyilmə əmsalı kiçik və mənfi olduqda sola əyilmiş paylanmaya malikdir. JB test dəyəri göstərir ki, 5 % əhəmiyyət səviyyəsində standartlaşdırılmış qalıqlar normal paylanmanı göstərir. Beləliklə, hipoteza qəbul edilir.

Nəticə

MHS iqtisadiyyatın strukturunu, iqtisadi proseslərin əsas nəticələrinin və ümumi təsvirinin üzə çıxarılması üçün informasiyaların nizama salınmasını qabaqcadan nəzərə alır. Əlavə olaraq iqtisadiyyatın bölmələri, sahələri, əməliyyatlar üzrə institutsional vahidləri, həmçinin aktiv və passivlər, əmtəə və xidmətlər, təyinatı üzrə dövlət idarəetmə orqanları xərclərini, vergilər və subsidiyalar və s. təsnifat sistemlərindən istifadə olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, institutsion vahidlər və təsərrüfat subyektləri hüquqi şəxslərdən, ev təsərrüfatlarından ibarətdir.

Qənaət və əsaslı transferlər hesabı kapitalın xalis dəyərinin dəyişməsinin ümumi məbləği və qeyri-maliyyə aktivlərinin dəyişməsinin ümumi məbləği arasındakı fərqə xalis kredit və yaxud xalis borc deyilir. Xalis kredit müsbət qiymət alır, xalis borc isə mənfi qiymət alır. Xalis kredit və xalis borc hesabın sol tərəfində göstərilir və "Kapitalla əməliyyatlar"ın balanslaşdırıcı maddəsidir. Milli Qənaəti, yəni yığımı müəyyən etmək üçün isə sərəncamda olan Milli Gəlirdən son istehlakın həcmini çıxmaq lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Aslanov,A.M. Aslanova T.A. (2014) Əsas iqtisadi – statistik göstəricilərin izahlı lügəti, Dərs vəsaiti, Bakı: Çıraq1-185
2. Cabbarova A.İ, Dünyamalıyeva V.R., (2014) Milli Hesablar Sistemi. Bakı: Elm. 1-245
3. Həsənli. Y.H (2011)Azərbaycanın sahələrarası əlaqələrinin modelləşdirilməsi, Bakı, 2011, 1-211
4. Həsənli. Y.H. Statistika praktiki nümunələrlə, Dərslik, Bakı 2014
5. Həsənov .İ.M (2015)"Sosial-iqtisadi statistika" Bakı: Günəş 1- 192
6. Məmmədli.O.N.(2015) Sosial-iqtisadi statistika, Gəncə, s.159.
7. Yaqubov S.,M Məmmədov A.C. (2011) Sosial-iqtisadi statistika. Bakı: Azərnəşr, 1-178
8. https://www.stat.gov.az/

Tədiyyə Balansı və Xarici İqtisadi Əlaqələrin Diversifikasiyası

Teyyub Sadıxov

teyyubsadiq@gmail.com

Xülasə

Müasir qlobal iqtisadi sistemdə Tədiyyə balansı həm xarici iqtisadi əlaqələrin xarakterizə olunması həm də milli iqtisadi sistemin inkişaf istiqamətlərinin müəyyən olunması nöqteyi nəzərindən kifayət qədər önəmli rola malikdir. Tədiyyə balansı ölkələrarası iqtisadi əlaqələr, onların dəyişilməsi, inkişafı eləcə də Dünya iqtisadi sisteminin öyrənilməsi və makroiqtisadi siyasətin formalaşdırılması və struktur olaraq düzgün qurulması nisbətindən olduqca vacibdir. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizin iqtisadi inkişaf tempini və gələcək inkişaf istiqamətlərini, xarici iqtisadi əlaqələrin ölkə iqtisadiyyatına təsirini, eləcə də ölkənin makroiqtisadi strutrurunun öyrənilməsi fonunda xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqini və araşdırılmasını həyata keçirmək üçün ən səmərəli yol Tədiyyə balansının öyrənilməsidir. Qeyd edək ki, ötən əsrdə termin olaraq yaranan və iqtisad elminə daxil olan Tədiyyə balansının əhəmiyyəti onun ölkənin digər ölkələr ilə cari il ərzində apardığı iqtisadi əməliyyatların ümumi məcmusunu ifadə etməsi ilə birbaşa bağlıdır. Yəni hər hansı bir ölkənin balans göstəriciləri vasitəsi ilə biz bu ölkənin iqtisadi modeli, ixrac və idxal əməliyyatları ixracda və idxalda hansı malların üstünlük təşkil etdiyini, eləcə də müvafiq ölkənin maliyyə əməliyyatları, kapital axınları haqqında detallı məlumat əldə edə bilərik. Xüsusi ilə beynəlxalq investisiya axınlarının aktual olduğu dünya iqtisadi sistemində tədiyyə balansı və onun göstəriciləri kifayət qədər önəmlidir. Balans göstəriciləri hansı iqtisadiyyatların daha güvənilir olduğunu və makroiqtisadiyyatın hansı sahələrinin daha çox yüksək inkişaf etdiyini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Cari il üçün balans göstəriciləri vasitəsi ilə növbəti il üçün iqtisadi proqnozlaşdırmanı tərtib etmək və iqtisadi böyümə yoxsa geriləmənin olacağını müəyyənləşdirmək də həmçinin mümkündür.

Açar sözlər : **Tədiyyə Balansı, Cari Balans, Xarici İqtisadi Əlaqələr.**

Giriş

Məlum olduğu kimi Tədiyyə Balansı hazırda Makroiqtisadiyyat elmində kifayət qədər önəmli yerə sahibdir. Mahiyyət etibarı ilə tədiyyə balansı geniş mənada bir ölkənin həm xaricə ödənişlərini həm də xaricdən daxilolmalarını özündə əks etdirir. (Paul Krugman, 2012). Əlavə olaraq qeyd edilməlidir ki, tədiyyə balansı ölkənin fiziki şəxsləri, firma və müəssisələri ilə digər ölkələrin subyektləri, firma və müəssisələri arasında yaranan iqtisadi əməliyyatların nəticələrini əks etdirən bir yazılış sistemidir. Tədiyyə balansı müxtəlif ədəbiyyatlarda əsasən aşağıdakı formada hesablara ayrılır. (R.İ.Xasbulatov, 2015).

- Cari əməliyyatlar balansı
- Kapital və maliyyə hesabı balansı
- Ehtiyat aktivlər (rəsmi valyuta ehtiyatları hesabı)

Ancaq küklü və dərindən araşdırma apardığımız zaman biz daha detallı məlumat əldə edərək tədiyyə balansının hesablara ayırlmasını bir qədər geniş ölçüdə təsnifləşdirmək imkanına sahibik. Bu isə öz növbəsində tədiyyə balansının strukturunu əhatəli və çoxşahəli şəkildə anlamağimiza yardım edəcəkdir.

Müəyyən ədəbiyyatlarda tədiyyə balansının strukruru ilə bağlı yanaşma bir qədər daha fərqlidir. Belə ki, burada tədiyyə balansı cari hesab ,kapital hesabı və ayrıca maliyyə hesabıvə statistik fərqlər hesablarına bölünür. (Stephanie Schmitt-Grohe, Martın Uribe, 2014). Yanaşmamızda əsas meyar olaraq götürəcəyimiz Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının rəsmi sənədələrində tədiyyə balansı 5 hissəyə bölünür. (Mərkəzi Bank. www.cbar.az .Tədiyyə balansının tərtibi haqqında metodoloji izahat**).**

1. Cari əməliyyatlar hesabı
2. Kapitalın hərəkəti hesabı
3. Maliyyə hesabı
4. Ehtiyat aktivlər
5. Balanslaşdırıcı maddələr

Hər bir hesaba diqqət etsək aydın şəkildə görmək mümkündür ki, Cari əməliyyatlar hesabına əsasən mal və xidmətlərin idxalı və ixracı aid edilir. Həmçinin turizm də cari əməliyyatlar hesabının alt qruplarından biri kimi nəzərə alınır.

Kapitalın hərəkəti hesabı isə özlüyündə ölkə ilə digər ölkələr arasında aparılan istehsal edilməmiş qeyri-maddi aktivlər üzrə əməliyyatları xarakterizə edir. Eləcə də kapital yönümlü digər transfertlər də bu hesabın bir parçasıdır. Kapitalın hərəkəti hesabı bir sıra mənbələrdə ölkənin geri qalan ölkələr ilə həyata keçirdiyi bütün kapitalla bağlı əməliyyatları əhatə edən hesab kimi xarakterizə olunur.

Maliyyə hesabı dedikdə isə burada qisa və uzun müddətli investisiya, birbaşa və portfel investisiyalar da daxil olmaqla mərkəzi bankın məlumatlarına əsasən ölkənin cari maliyyə aktiv və öhdəliklərinin əhatə edilməsi nəzərdə tutulur.

Ehtiyat aktivləri ümumi olaraq yuxarıda qeyd olunan hesablardakı əməliyyatların məntiqi nəticəsi kimi başa düşülə bilər. Bu isə özlüyündə mərkəzi bankın apardığı iqtisadi siyasətin bir hissəsidir. Yəni mərkəzi bank digər hesablardakı kəsrləri maliyyələşdirmək üçün xaricdən kredit alınması yolu ilə valyuta cəlb etmək və ya bu hal mümkün olmadıqda isə öz rəsmi valyuta ehtiyatlarından da istifadə etmək imkanına sahibdir.

Sonda isə balanslaşdırıcı maddələr dedikdə biz tədiyyə balansının hesablarında qeyd olunmayan müəyyən əməliyyatları nəzərdə tuturuq. Yəni nəzəri baxımdan tədiyyə balansında xarici dünya ilə olan bütün əməliyyatlar balansın müvafiq hesablarında qeyd olunmalıdır. Qısa olaraq deyə bilərik ki, balanslaşdırıcı maddələr səhvlər və ya qeydə alınması mümkün olmayan statistik balans göstəriciləri ilə bağlı olan bir balans növüdür. Eləcə də balanslaşdırıcı maddələrin kəmiyyətini sıfıra salmaq qeyri mümkündür. Mərkəzi bankın rəsmi məlumatlarında göstərilir ki, natamam informasiya nəticəsində tədiyyə balansının qeydiyyat sisteminin iki tərəfindən birində (debet və ya kredit) məlumatlar qeyd olunmur və nəticə etibarı ilə tarazlıq pozulur. Yəni debet tərəfi kredit tərəfinə bərabər olmur və fərq yaranır və fərqlərin ümumi toplanması müvafiq olaraq balanslaşdırıcı maddələri yaradır.

Metod

Ölkəmizdə tədiyyə balansının tərtibi zamanı ölkə iqtisadiyyatının ümumi makroiqtisadi xarakteristikasını təhlil etmək üçün gərəkli olan bütün göstəricilərdən istifadə olunmaqdadır. Bir sıra ölkələrdə də olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında tədiyyə balansının tərtibatı və yayımlanması Mərkəzi Bank tərəfindən həyata keçirilir. Tədiyyə balansının tərtibatı zamanı BVF (Beynəlxalq Valyuta Fondu) tərəfindən tövsiyyə edilən bütün metodiki göstərişlər nəzərə alınmaqdadır və bu sahədə beynəlxalq standart və tələblər balans göstəricilərinin formalaşdırılmasında istifadə olunmaqla il ərzində 4 dəfə olmaqla (ardıcıl olaraq ilk 3 rüb və tam ili ehatə etməklə) statistik bülletenlər şəklində yayımlanır. Buna müvafiq olaraq tədqiqat işində riyazi statistik metodlardan daha dəqiq desək müqayisəli təhlil metodlarından istifadə edilmiş və alınan nəticələr qeyd olunmuşdur.

Analiz

Azərbaycan respublikası 1991-ci ildə müstəqilliyini əldə etdikdən sonra artıq tam azad bir iqtisadi

sistemə, daxili bazara, xarici iqtisadi,siyasi və ticari əlaqələrə və bu sadalanan göstəricilərin fonunda isə milli tədiyyə balansına malik oldu. Bildiyimiz kimi müstəqillik əldə etdikdən sonra ilk illər ölkə müharibə və iqtisadi böhran şəraitində idi. Nəticə etibarı ilə ölkə iqtisadiyyatının böhranlı durumu suverenlikdən dərhal sonra iqtisadiyyatın və sənayenin bütün sahələrinə mənfi təsir göstərdi və sonda deqradasiya ilə nəticələndi. Həmçinin təsərrüfat əlaqələri demək olar ki, kütləvi və köklü şəkildə dağıldı. Beləliklə tədiyyə balansının qeyri-qənaətbəxş vəziyyəti ölkənin dərin iqtisadi böhranın girdabinda olduğunu açıq-aydın göstərirdi.

1994-cü ildə etibarən ölkədə həyata keçirilməyə başlanılan iqtisadi reformlar və buna paralel olaraq xarici transmilli şirkətlər ilə bağlanılan enerji müqavilələri müvafiq böhranlı vəziyyətdən çıxmağa kömək etməklə bərabər gələcək dönəm üçün uzunmüddətli perspektivdə iqtisadi və sosial inkişafın istiqamətlərini də müəyyən etmiş oldu.

Ötən onilliyin əvvəllərindən başlayaraq isə ölkəmizdə iqtisadi canlanmadan keçid dövrünə qədəm qoyulmuşdur. Bura artıq xarici iqtisadi fəaliyyətin genişlənməsi neft gəlirlərinin artımı, faizlə ikiəqəmli ÜDM artımının müşahidə olunması (BTC kəmərinin işə düşməsindən sonra ölkəyə daxil olan böyük investisiya hesabına), tədiyyə balansında mövcud olan böyük həcmdə defisitlərin ortadan qalxması və makroiqtisadi sabitliyin təmin olunması aid edilir. (Ə.H.Ələkbərov, M.Ə.Vəliyev, S.M.Məmmədov, 2010).

Həmçinin qeyd etməmizdə fayda vardır ki, ölkəmizdə hər il üçün hesablanan tədiyyə balansı zamanı əsas göstəricilər nəzərə alınmaqla yanaşı müvafiq il üzrə xam neftin faktiki orta qiyməti də önəmli rol oynayır. Bu qiymətin dəyişməsi özlüyündə tədiyyə balansının cari il ərzində inkişaf istiqamətlərinin və eləcə də balans göstəricilərinin formalaşmasında əhəmiyyətli rola malikdir. Makroiqtisadiyyat elmindən də bizə məlum olduğu kimi neftin qiymətinin azalması cari əməliyyatlar hesabında defisit hallarının yaranması prosesini stimullaşdıran amillərdən biridir. Dünya bazarında neftin qiymətinin artımı isə qeyd olunan prosesin əksinin baş verməsini təmin etməkdədir. Aşağıda qeyd olunan cədvəldə 2015-ci ildən sonra tədiyyə balansında həmin dönəmə qədər mövcud olan yüksək müsbət saldonun birdən birə mənfi saldo ilə əvəzlənməsinin aydın şəkildə izahı verilmişdir.

Cədvəl 1. (Dollar ilə)

İllər	Faktiki orta qiymət.
2014	95 $
2015	48 $
2016	42 $
2017	52.4 $
2018	69.6 $
2019	64 $

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, www.cbar.az (12.03.2020)

Cədvəl 1.-dən də göründüyü kimi 2014-cü ildə mövcud olan neftin yüksək qiyməti 2015-ci ildə hardasa 2 dəfəyə qədər azalmışdır. Nəticə etibarı ilə 2015-ci ildə və bu ilin məntiqi ardıcıllığı olaraq 2016-ci ildə cari əməliyyatlar balansı kəsr halında olmuşdur. Makroiqtisadi sabitlik və daimi iqtisadi artım mövqeyindən yanaşsaq bu artıq iqtisadi inkişafda durğunluğun yarandığını və idxal (ixrac) əməliyyatlarında tarazlığın pozulduğunu ifadə edir. Həmin il üçün müvafiq iqtisadi qurumlar tərəfindən ölkədə makroiqtisadi vəziyyəti stimullaşdırmaq üçün bir sıra bəyanatlar verilsədə tədiyyə

balansının tərkibində baş verən proseslər nəticəsində əlavə tədbirlərin görülməsi qaçınılmaz oldu. Belə ki, 2015-ci ildə məlum olduğu kimi Mərkəzi Bank tərəfindən milli malyuta devalvasiyaya məruz qaldı və ciddi dəyər itirdi.

Beləliklə aydın məsələdir ki, ölkəmizin tədiyyə balansında gedən proseslər iqtisadi sistemlə birbaşa əlaqəlidir. 2015-ci ilə qədər ölkəmizin balansında dəyişiklər əvvəlcədən proqnozlaşdırılan səviyyədə olmuş və burada heç bir iqtisadi risk və ya gözlənilməyən dəyişikliklər olmamışdır. Ancaq yuxarıda qeyd olunan cari il ərzində tədiyyə balansının strukturunda bir sıra dəyişikliklər qeydə alınmışdır. Bunun da əsas səbəbi 2014-cü ildən etibarən dünya xammal bazarlarında durğunluğun yaranması və neft qiymətlərinin aşağı düşməsidir ki, buda növbəti ildən iqtisadi sferaya öz təsirini göstərməyə başladı.

2015-ci ildə yanvar və dekabr ayları aralığında neft sektoru müsbət qeyri-neft sektoru isə mənfi saldoya malik olmuşdur. Ancaq cari balansda 222 milyon dollarlıq kəsr yaranmışdır(https://uploads.cbar.az/assets/0766adffb83add74cb1c6b363.pdf).

Yarana biləcək iqtisadi böhranın qarşısının alınması üçün Mərkəzi Bank tərəfindən həyata keçirilən tənzimləmə tədbirləri nəticəsində iqtisadiyyatın kollaps durumuna düşməsinin qarşısı alındı. Ümumiyyətlə ölkənin tədiyyə balansının tənzimlənməsinin dövlətin mənafeyinə cavab verəcək şəkildə olması üçün hökumət tərəfindən zəruri olduqda xarici təşkilatlardan və ya digər ölkələrdən borc kreditlərinin götürülməsi prosesi baş verir. Ancaq bu proses mərhələli şəkildə olmalıdır. Dünya təcrübəsində tədiyyə balansının tənzimlənməsi üçün həm mərkəzi bank həm də müvafiq qurumlar tərəfindən bir sıra iqtisadi tədbirlər mövcuddur. (V.Ə.Nəzərov, 2011). Az əvvəl yuxarıda qeyd olunan devalvasiya (revalvasiya) daha sonra mərkəzi bank tərəfindən faiz dərəcələrinin dəyişdirilməsi, birbaşa nəzarət və s. bu qəbildən islahatlara aid edilir.

2016-cı ildən etibarən Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq göstərişinə əsasən "Strateji Yol Xəritələri" hazırlanmış və "Strateji Yol Xəritələrin"də qeyri-neft sektorunun inkişaf perspektivləri və yolları, xammal ixracından asılı olan iqtisadi modelin diversifikasiya edilmiş iqtisadi modelə çevrilməsi istiqmətləri və prinsipləri əsas götütürülmüşdür.

2017-ci ildə isə artıq həm dövlət həm də mərkəzi bank tərəfindən görülən tədbirlər öz səmərəsini vermişdir. Buna ən bariz nümunə isə əvvəlki il ilə müqayisədə bu ilin cari hesabında profisitin yaranmasıdır. Milli valyutanın əlverişli məzənnəsi hesabat ilində həm qeyri-neft sektorundan gələn gəlirləri artırmış həm də ölkə turizminə də müsbət təsir göstərmişdir. Bu ildə isə xaricə ixrac olan əmtəənin həcmi 15 milyard dollar təşkil etmişdir. Əvvəlki il ilə müqayisədə qeyri-neft sahəsində dövlət tədbirlərinin gücləndirilməsi və köklü iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi bu sektordan gələn gəlirlərin həcmində 27 faizlik artıma səbəb olmuş və hesabata görə isə ümumilikdə 1.5 milyard dollarlıq ixrac həyata keçirilmişdir. Başqa bir diqqətə çatdırılmalı məqam isə odur ki, əvvəlki illərdə idxalın həcminda azalmada ciddi dəyişikliklər olmasada bu hesabat ilində neft və qaz sektoru üzrə idxalın həcminin azaldılmasında irəliləyişlərə nail olunmuşdur(https://uploads.cbar.az/assets/7b5ceb4ec4c74e18de54a2bc7.pdf).

Tədiyyə balansının tənzimlənməsində xarici iqtisadi əlaqələrin rolu

Ümumən qeyd olunmalıdır ki, tədiyyə balansı dövlət tənzimlənməsinin əsas obyektlərindən biridir.Tədiyyə balansının dövlət tənzimləməsi – tədiyyə balansının əsas maddələrini əhatə edən, eləcə də, mövcud kəsirin örtülməsinə xidmət edən iqtisadi dövlət tədbirlərinin məcmusudur, o cümlədən valyuta, maliyyə, pul-kredit tədbirləri də bura daxildir. Ölkənin valyuta-iqtisadi vəziyyəti

və beynəlxalq hesablaşmaların səviyyəsindən asılı olaraq tədiyyə balansının tənzimlənməsinin müxtəlif üsullarından istifadə edilir.

Eləcə də belə nəticəyə gəlinir ki, tədiyyə balansının tənzimlənməsində ölkədə aparılan monetar və məzənnə siyasəti mühüm rol oynayır.Qeyd olunmalıdır ki, bir sıra iqtisadçılar ölkədə yaranmış bu vəziyyəti mərkəzi bankın real durumu dərk edə bilməməsi vəzamanında çevik reaksiya verməməsi ilə əlaqələndirsədə burada qeyri sabitlik yaradan məsələlərdən biri də bank sektorunun fəliyyətinin düzgün təşkil olunmaması ilə əlaqədar idi.

Tədiyyə balansının tənzimlənməsi dedikdə biz burada balasın ümumi tarazlıq halının təmin edilməsini nəzərdə tuturuq. Tədiyyə balansının tarazlığı isə balans göstəricilərinin tarazlığı deməkdir və hər hansı balans hesabında yarana biləcək defisitin digər hesabdakı möcud olan profisit ilə qapadılmasını özündə ehtiva edir.

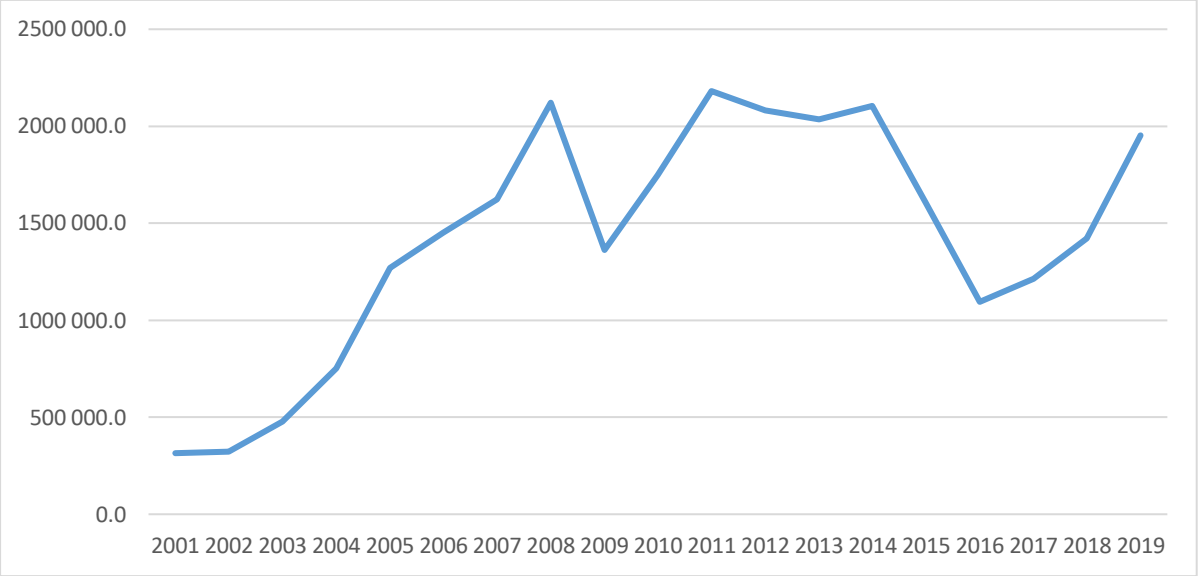
Tədiyyə balansındakı tarazlıq amilinə cari və ticarət hesabının tarazlığı amilindən yanaşıldığı zaman balansın özünün ümumi tarazlıq halının əhəmiyyəti daha yaşı başa düşülür. Ticarət hesabının tarazlığı dedikdə bir növ mal və əmtəələrin idxal və ixracı arasındakı rəqəmsal bərabərlik nəzərdə tutulur. Yəni cari il ərzində müəyyən ölkəyə əmtəə idxalı həmin ölkədən əmtəələrin ixracına bərabər olmalıdır. Cari hesabın defisit və profisit halında olması ilə əlaqədar başqa bir xarici ədəbiyyatda profisit halı defisit və ya kəsrli hal ilə müqayisədə daha əlverişli olaraq qiymətləndirilir (Stephanie Schmitt-Grohe, Martın Uribe, 2014). Belə ki, əgər ölkənin xaricə borclanması kimi iqtisadi problemi mövcuddursa cari hesabdakı artıqlıq ilə bu problemin öhdəsindən gəlmək və cari hesabın davamlılığına nail olmaq mümükündür.

Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq deyə bilərik ki, iqtisadi diversifikasiyanın əsas məqsədi təbii resurslardan asılılığın azaldılmasıdır. Buna müvafiq olaraq ölkəmizdə biznes mühitinin əlverişliliyininin və səmərəliliyinin artırılması ən əsas və mühüm tədbirlər sırasına daxildir. Müvafiq gərəkli infrastruktur mühitinin yaradılması, biznesin təşviqi üçün ictimai sahələrin inkişaf etdirilməsi və əmək məhsuldarlığının artırılması məqsədi ilə sosial sahələrə diqqətin gücləndirilməsi bu istiqamətdə görülməli tədbirlərdir.

İqtisadi diversifikasiya siyasəti tədiyyə balansının tənzimlənməsi nöqteyi-nəzərindən qeyri-karbohidrogen məhsullarının ixracının genişləndirilməsi ilə birbaşa əlaqəlidir. Bu sahədə ölkəmiz uzun illər ciddi irəliləyiş əldə edə bilməmişdir. Bu isə daha çox yüsək neft gəlirlərinin fonunda iqtisadiyyatın bu formaya adaptasiya etməsi və investisiya qoyuluşlarının da əksərən bu sahəyə yönəlməsi ilə əlaqəlidir. Yəni stabil olaraq xammal gəlirlərinə öyrəşmiş makroiqtisadi modeldə qeyri-neft sektorunun inkişafını təmin etmək və iqtisadi diversifikasiyanı həyata keçirmək kifayət qədər çətindir.

Ancaq nəticə etibarı ilə dayanıqlı iqtisadi model üçün diversifikasiya olunmuş iqtisadiyyatın yaradılması mütləqdir. Ölkəmiz üçün hazırda bu ən aktual məsələlərdən biridir. Turizm, kənd təsrrüfatı, sənaye kimi starteji və yüksək rentabelli sahələrin inkişa etdirilməsi idxalın əvələndirilməsi və ixracda sənaye tutumlu məhsulların ixracının artırılması dövlət üçün əsas iqtisadi hədəflərdən hesab olunur. Aşağıda qeyd olunan qrafikdə 2001-2019-cu illər üzrə ölkəmizin qeyri-neft üzrə ixrac etdiyi əsas malların müəyyən edilmiş zaman intervalında dəyişilmə ardıcıllığı qeyd olunmuşdur.

Qrafik 1.



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (16.03.2020)

Qrafik 1-də qeyd olunan göstəricilərə əsasən demək mümkündür ki, 2000-ci illərin əvvəllərində aşağı səviyyədə olan əsas malların ixracı zamanla artmağa başlamışdır. Çox maraqlı haldır ki, qeyri-neft və qaz təyinatlı olan bu məhsulların dəyişim tempi ölkəyə daxil olan neft gəlirləri ilə paralel xarakterə malikdir. Bu nəticə etibarı ilə bu sahələrə qoyulan investisiyanın həcmi və ixrac edilən ölkələrdə tələbin dəyişməsi ilə birbaşa əlaqədardır. Qrafikə diqqət etdikdə ən aşağı səviyyələrin 2009 və 2016-cı illərdə olduğu görünür. Bunun əsas səbəbi 2009-cu ildə beynəlxalq maliyyə böhranı 2016-cı ildə isə dünya bazarında neftin qiymətinin düşməsi və ölkəmizin əsas ticarət partnyorlarına bu prosesin mənfi təsir etməsidir.

Beynəlxalq iqtisadi sistemdə müasir dövrdə xarici investisiyalar və onların hərəkəti ayrı-ayrılıqda bütün ölkələr üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ölkə daxili iqtisadiyyata xarici investisiyaların artımını stimullaşdırmaq hər bir ölkə üçün mühüm amilə çevrilmişdir. Dövlətimiz ölkəni dünya iqtisadiyyatı bazarına daha çox inteqrasiya etmək, xarici investisiyaların cəlb edilməsi, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və müsbət artımı təmin etmək üçün çalışır. Çünki dövlətimiz də xarici investisiyaların ölkəyə axının stimullaşdırılmasının nə qədər vacib olduğunu anlayır və fəaliyyətini o yöndə inkişaf etdirir. Həmçinin son bir neçə il ərzində dünya bazarında gözlənilən neft qiymətlərinin aşağı olması və onların büdcə gəlirlərinə təsir göstərməsi Azərbaycan hökumətinin daha geniş və əhatəli islahatlar aparmasına səbəb oldu və iqtisadiyyatın neft və qaz hasilatından asılılığın azaldılması və eləcə də kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, turizm, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahələrində diversifikasiyaya kömək etmək üçün investisiyaların cəlb edilməsi məqsədi ilə göstərilən islahatların həyata keçirilməsi əsas hədəf hesab edilmişdir.

Nəticə

Yuxarıda qeyd edilənlərə əsasən demək mümkündür ki, Tədiyyə balansının struktur elmentlərində özünü göstərən dəyişikliklər makroiqtisadiyyatda baş verəcək dəyişiklikləri proqnozlaşdırmağa imkan verən amildir. Ölkəmiz üçün əsas hədəf balans tarazlığının təmin edilməsi və bu prosesin daxili mənbələr hesabına həyata keçirilməsidir. 2015-ci ildə dünya bazarında baş verən gözlənilməz dəyişikliklər bir daha xammal ixracına dayalı iqtisadiyyatın nə qədər zəif olduğunu sübut etmiş oldu. Bu səbəbdən dolayı iqtisadi diversifikasiya olunmuş maroiqtisadi modelin yaradılması yönündə

aparılan islahatlar daha kəskin xarakter almalı və bu sahədə səmərəlilik ilə paralel şəffaflığın daha da genişləndirilməsi təmin edilməlidir.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. R.İ.Xasbulatov (2015). Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər. Bakı. Səh.119.
2. Ə.H.Ələkbərov, M.Ə.Vəliyev, S.M.Məmmədov (2010). Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər. Bakı. Səh. 250.
3. Paul Krugman (2012). "International Economics" Ninth edition. Princeton University.Səh. 306.
4. Stephanie Schmitt-Grohe,Martın Uribe (2014)."International Macroeconomics". Last uptated. Səh. 1,37.
5. V.Ə.Nəzərov (2011). Azərbaycan Respublikasında tədiyyə balansının tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi yolları. Bakı. Səh. 18-22.
6. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az.
7. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, www.cbar.az.

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI
29 – 31 May 2020
BAKI / AZƏRBAYCAN

Sığorta Şirkətlərində Risklərin İdarə Olunması / Risk Menecment

Fəridə Əmirova

ferideamirova95@gmail.com

Xülasə

Bu məqalədə sığorta sənayesində risklərin idarə edilməsinin müasir reallıqları müzakirə olunur, bu sahədə risklərin xarakterik xüsusiyyətləri təhlil edilir, sığorta şirkətlərindəki risklərin idarə edilməsinin ən əhəmiyyətli problemləri müəyyənləşdirilir. Məqalədə risk və risklərin idarə olunması anlayışlarının mahiyyəti, sığortaedənin əsas risklərinin təhlili, habelə bu risklərin sığorta şirkətlərinə məruz qalması barədə məlumat verilir. Sığortada keyfiyyətin idarə edilməsi sisteminin nəticəsi sığorta şirkətinin bütün bölmələrində, eləcə də hər bir iş sahəsindəki risklərə nəzarətdir. Məqalədə müasir sığorta şirkətlərindəki risklərin idarə edilməsinin əsas vəzifələri də nəzərdən keçirilir, sığorta biznesinin ən riskli komponentlərinə diqqət yetirilir. Məqalədə sığorta şirkətlərindəki risklərin idarə edilməsi mərhələləri və vəzifələri haqqında da məlumat verilir. Bu yazıda sığorta şirkətlərinin sabit inkişafı və böyüməsi üçün əsas olaraq sığortaçının maliyyə sabitliyinə xüsusi yer verilir. Ayrıca, məqalədə qeyd olunur ki, sığorta şirkətin investisiya potensialının artmasına imkan yaradır, çünki sığorta şirkətləri institusional investordur və eyni zamanda sığorta şirkətində risklərin idarə edilməsinin əhəmiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artıran əhəmiyyətli maliyyə mənbələri toplayır.

Həm risklərin idarə edilməsi obyekti, həm də subyekti olan sığorta şirkətləri iki növ risklərin təsiri altındadır: həm sığorta təşkilatının iqtisadi fəaliyyət obyekti kimi birbaşa fəaliyyətindən yaranan risklər, həm də siyasət sığortaçılardan alınan risklər. Buna görə effektiv risklərin idarə edilməsi sistemi olmadan sığorta şirkətinin etibarlılığı və maliyyə sabitliyini təmin etmək demək olar ki, mümkün deyildir. Eyni zamanda, xarici təcrübə sığorta şirkətləri tərəfindən risk menecmentinin fəal şəkildə tətbiq olunduğuna dəlalət etsə də, Azərbaycanda sığorta sahəsində risk menecmenti hələ düzgün inkişaf etməmişdir. Tədqiqatın məqsədi sığorta şirkətləri üçün risk idarəetmə sistemi konsepsiyasını inkişaf etdirməkdir.

Açar sözlər: sığorta, risklərin idarə edilməsi, idarəetmə, sığorta öhdəlikləri, ehtiyatlar

Giriş

Heç kimə sirr deyil ki, risk anlayışına yalnız itkilərin deyil, həm də qazancların olma ehtimalı daxildir. Sığortadakı risk sığorta müqaviləsi tərəflərinin iradəsindən asılı olmayan, eyni zamanda sığortaya maraq yaradan qeyri-müəyyən bir hadisədir. Buna görə də riskin bir mütəxəssisə ödəniş üçün təhvil verilməsi kimi sığorta, risk menecmentini nəzərdən keçirmək üçün ən maraqlı biznes növüdür.

Hal-hazırda mənfi təsirləri minimuma endirmək üçün müəyyən qərarların qəbul edilməsi kimi risklərin idarə edilməsi son dərəcə aktualdır. Sığorta sənayesi, ilk növbədə, iki əsas risk növünü əhatə edir: sığorta şirkətinin iqtisadi fəaliyyətin iştirakçısı kimi özü ilə əlaqəli risklər, həmçinin sığorta sahibləri və təkrarsığortaçılar tərəfindən qəbul olunan risklər (zəruri lisenziya olduqda).

Sığortada keyfiyyətin idarə edilməsi sisteminin nəticəsi, sığorta şirkətinin bütün bölmələrində, eləcə də hər bir biznes istiqaməti (məhsulları) üçün risklərə nəzarətdir.

Sığorta Şirkətlərində Risk Sahəsi və Qiymətləndirilməsi

Sığorta şirkətinin anderrayterləri sığorta üçün qəbul edilən risklərin təhlili, habelə onların sığortaya qəbul edilməsi və risk dərəcəsinə uyğun sığorta dərəcələrinin və sığorta şərtlərinin müəyyənləşdirilməsində iştirak edirlər. Sığorta şirkətinin anderrayterləri sığorta üçün qəbul edilən risklərin təhlili, habelə onların sığortaya qəbul edilməsi və risk dərəcəsinə uyğun sığorta

dərəcələrinin və sığorta şərtlərinin müəyyənləşdirilməsində iştirak edirlər. Bu vəziyyətdə sığortaçının əsas riski mükafatların miqdarını təyin edən sığorta dərəcəsinin iqtisadi məqsədəuyğunluğudur.

Təkrar sığorta həm də sığortaçı üçün əhəmiyyətli bir riskdir. Təkrar sığortaçının özünün tutulmasından artıq olan sığorta ödənişinin riski təkrar sığortaya keçirilməlidir, çünki əsas risklərin təkrar sığortası olmadıqda sığortaçı maliyyə ödəmə qabiliyyəti məhdudluuğu ilə üzləşə bilər (Окороκова, 2012).

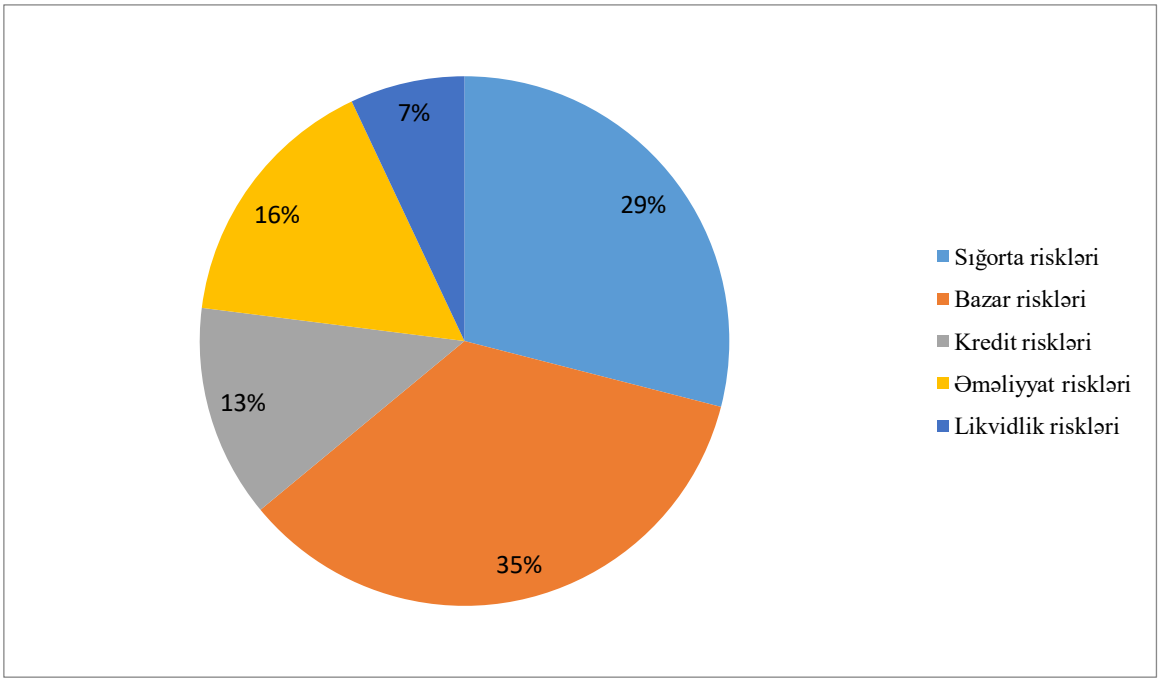
Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, sığorta sənayesi əsasən risklərə məruz qalır. Sığorta təşkilatları risklərin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsinə, habelə öz risklərini idarə etməyə müraciət etməlidirlər. Beləliklə, sığortada risklərin idarə edilməsi sığorta ilə əlaqəli risklərin müəyyənləşdirilməsi və idarə olunması, hər bir risk növü üçün limitlərin müəyyənləşdirilməsi, habelə müəyyən edilmiş hədlərin aşılmasının qarşısının alınması və zərərlərin məqbul dəyərlərə çatmasıdır.

Hal-hazırda beynəlxalq sığorta bazarını ümumi prinsiplər əsasında inkişaf etdirmək və maliyyə sabitliyini inkişaf etdirmək məqsədi daşıyan Beynəlxalq Sığorta Nəzarətçiləri Birliyi - (International Association of Insurance Supervisors, IAIS) mövcuddur. IAIS sığorta sahəsində tənzimləyici və nəzarət orqanlarının qlobal təcrübəsinin inteqrasiyasını təşviq edir, eyni zamanda bir sıra prinsiplər, təlimatlar və standartlar hazırlayır və yayımlayır. Xüsusilə, Sığortanın Əsas Prinsipləri (Insurance Core Principles) hazırda qüvvədədir. Beynəlxalq Sığorta Nəzarəti Assosiasiyası sığortaçıların məruz qaldığı aşağıdakı riskləri müəyyənləşdirir (Qrafik 1).

Qeyd etmək lazımdır ki, hazırda Azərbaycanda sığorta sənayesində risklərin idarə edilməsi lazımi inkişaf səviyyəsində deyil. Demək olar ki, bütün risk növləri üçün zəruri aktual statistika yoxdur, bu da uyğun olmayan məhsul təkliflərinə və uyğun olmayan sığorta şərtlərinə görə tariflərin həddən artıq qaldırılmasına səbəb olur (Вяткин, 2006).

Sığortada risklərin idarə edilməsinin əhəmiyyətli bir çatışmazlığı cəmiyyətin risklər ilə mübarizə üçün qabaqlayıcı tədbirləri görməməsidir, risk amillərini və mümkün zərərin dərəcəsini minimuma endirmək üçün tədbirlər görülmür. Beləliklə, potensial sığorta iddiaları ilə bağlı statistika praktik olaraq aparılmır. Vahid sistematik sənaye risk portfeli yoxdur, buna görə aktuar hesablamaların statistikası kifayət qədər tam deyildir, modellər çox sayda fərziyyələrə əsaslanır və bu da sığorta sektorunun risklərini azaltmağa kömək etmir. Bu cür məlumatların toplanması olduqca baha başa gəlir, onun bir şirkət səviyyəsində, hətta çox böyük bir səviyyədə həyata keçirilməsi qeyri-mümkündür. Bir çox ölkələrdə bu kimi statistik təhlil milli layihələr şəklində həyata keçirilir (məsələn, Cənubi Koreyada, Çində) (Улыбина , Окороκова, 2013).

Qrafik 1: Sığorta təşkilatlarının risklərə məruz qalması



Mənbə: Особенности риск-менеджмента в страховых компаниях https://esj.today/PDF/65ECVN318.pdf (son baxış tarixi 16.12.2019)

2020-ci ildə sığorta şirkətlərindəki risklərin idarə edilməsinin əsas məqamları avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası, sənayenin inkişafı üçün qlobal bir hədəfin olmaması riski, eləcə də investisiya həyatı sığortasının aqressiv böyüməsi olacaqdır. Sığortaçıların yenidən təşkili konsepsiyasının inkişafı və dövlət banklarının sığorta törəmə şirkətlərinin aktiv böyüməsi şəraitində sənayenin milliləşdirilməsi riski də vurğulanır ki, bu mərhələdə kəskin məsələ deyil, lakin hadisələrin belə inkişaf tendensiyaları göz qabağındadır. Əməliyyat risklərinin əhəmiyyətini qoruyub saxlamaq, hesabat formatının dəyişməsi ilə davam edən proseslər, başqa sözlə, sənaye uçotu standartlarına (GAAP) və hesabların vahid cədvəlinə (ENP) keçid dəstəklənəcək ki, bu da maliyyə hesabatlarının hazırlanması ilə bağlı risklərin idarə edilməsi barədə məlumatların daha ətraflı açıqlamasının zəruriliyini şərtləndirmişdi. 2020-ci ildə kredit və tənzimləmə riskləri, eləcə də sığorta şirkətlərinin aktivlərinin keyfiyyəti ilə bağlı risklər vacib olaraq qalacaq (Куликова, 2016).

Ayrıca, bildiyiniz kimi, sığorta şirkətin investisiya potensialının artmasına imkan yaradır, çünki sığorta şirkətləri institusional investordur və eyni zamanda əhəmiyyətli maliyyə mənbələri toplayır.

Onu da qeyd edək ki, hazırda Azərbaycanda sığorta sənayesində risklərin idarə edilməsi lazımi inkişaf səviyyəsində deyil. Bu, müəyyən dərəcədə sığorta şirkətlərində maliyyə idarəetməsinin optimallaşdırılması zərurətindən də irəli gəlir.

Müasir reallıqlarda Azərbaycan sığorta şirkətlərinin risklərin idarə edilməsi sisteminə ehtiyacının səbəbləri əvvəllər müəyyən edilmiş, lakin əsas olan bütün risklərin vaxtında nəzərdən keçirilməsidir (Xudiyev, 2015).

Sığorta riskinin idarə edilməsi sahəsindəki ən əhəmiyyətli cəhətlərdən biri, riskli idarəetmə olmadan effektiv nəticə əldə etmək mümkün olmayan sığortaçının maliyyə sabitliyidir. Sığorta şirkətləri institusional investordur və eyni zamanda əhəmiyyətli maliyyə mənbələri toplayır.

Sığortaçının maliyyə sabitliyi sığorta şirkətinin iqtisadi vəziyyətində dəyişiklik olduqda sığorta, birgə sığorta, təkrarsığorta müqavilələri üzrə öhdəliklərini yerinə yetirmək qabiliyyətidir. Sığorta təşkilatının maliyyə sabitliyinin əsasını ödənilmiş nizamnamə kapitalı və sığorta ehtiyatları, habelə səlahiyyətli təkrarsığorta sistemi təşkil edir.

Sığorta təşkilatlarının maliyyə sabitliyini müəyyən etmək üçün maliyyə analizinin məşhur metodlarından istifadə olunur, məsələn:

1. likvidlik (ödəmə qabiliyyəti) - şirkətin öz öhdəliklərini şərtlərə və məbləğə uyğun olan aktivlərlə ödəmək qabiliyyəti;

2. gəlirlilik (gəlirlilik);

3. işgüzar fəaliyyət;

4. maliyyə aktivlərinin dövriyyəsi

Sığortaçının maliyyə sabitliyinə aşağıdakılar yollarla nail olmaq mümkündür:

• sığorta şirkətinin nizamnamə kapitalının və kapitalının artması;

• sığorta dərəcələrinin düzgün hesablanması və fərqləndirilməsi;

• tətbiq olunan qanunun tələblərinə cavab verən kifayət qədər sığorta ehtiyatlarının formalaşdırılması;

• şirkət üçün ən əhəmiyyətli risklərin təkrar sığortası;

• sığortaçının aktivləri və öhdəlikləri arasındakı nisbətin normativ ölçüsünə uyğunluğu;

• debitor və kredit borclarının idarə edilməsi və azaldılması üçün.

Əhəmiyyətli bir məqam sığorta şirkətinin öhdəliklərinin ehtimal xarakteridir, başqa sözlə, öhdəliklər yalnız müəyyən bir inamla tanınır. Buna görə şirkətin yalnız öhdəliklərini ödəmək iqtidarında olmadığını nəzərə almaq çox vacibdir, eyni zamanda vəziyyətin mənfi inkişafı risklərini də qiymətləndirmək lazımdır ki, pis tərəfə dəyişsə, onları ödəmək də mümkün olmalıdır. Sığortaçının maliyyə sabitliyini təmin etmək problemi ikili xarakter daşıyır: birincisi, bu müəyyən bir müddət üçün vəsait çatışmazlığı ehtimalı sisteminin təyini, ikincisi, bu gəlirlərin keçmiş tarif dövrü üçün xərclərə nisbəti. Sığorta portfelinin həcmi, o cümlədən vəsaitlərin çatışmazlığı dərəcəsi ilə çox şey müəyyən edilir (Кайгородова, 2006).

Yetərli kapitalın olması sığorta şirkətlərinin sabit fəaliyyətinin vacib şərtidir. Kapital istifadəsinin səmərəliliyi əsasən risklərin idarə edilməsi keyfiyyəti ilə müəyyən edilir. Buna görə risklərin idarə edilməsini təhlil edərkən aşağıdakı kimi göstəriciləri nəzərə almaq lazımdır.

• ödəmə qabiliyyəti və maliyyə sabitliyi;

• sığortaedənin aktiv və öhdəliklərinin balans hesabatı;

• şirkətin vəsaitlərindən səmərəli istifadə.

Qeyd etmək lazımdır ki, sığorta müqaviləsi bağlamaq və ya ondan imtina etmək qərarına gəldikdə əsas meyar risk səviyyəsidir. Yəni, sığorta şirkəti hər şeydən əvvəl proqnozlaşdırılan zərərləri ödəmək və götürülmüş öhdəlikləri yerinə yetirmək üçün lazım olan kapitalın həcmini müəyyənləşdirir.

Sığorta Şirkətlərində Risklərin İdarə Olunması

Sığorta şirkətlərindəki risklərin idarə edilməsi dörd əsas mərhələdən ibarətdir:

1. Risklərin yaranma sahələri üzrə eyniləşdirilməsini təmin edən risklərin müəyyənləşdirilməsi;

2. Müxtəlif metodlardan istifadə etməklə həyata keçirilən risk qiymətləndirilməsi;

3. Risklərin idarə edilməsi. Bu mərhələdə risk idarəetmə vasitələri və üsulları seçilir;

4. Risklərə nəzarət monitorinqi və nəzarət. Risklərin idarə edilməsinin son mərhələsində risklərin cari dəyişməsi qiymətləndirilir, zərurət yarandıqda planlar düzəldilir, sığorta şirkətinin bazar dəyişikliyindəki davranış taktikası müəyyənləşdirilir (Улыбина, Окорокова, 2013: s.469).

Risklərin idarə edilməsi və maliyyə idarəetməsi baxımından hər bir sığorta şirkətinin əsas məqsədi maliyyə göstəricilərinin davamlı əldə edilməsinə mane olan və imkanlardan istifadə etməyən hadisələrdən qorunmaqdır. Risklərin idarə edilməsi sistemləri təsirli və effektiv olmalıdır.

Sığorta şirkətləri İdarə Heyəti, komitələr və müvafiq icra hakimiyyəti orqanları arasında məsuliyyətləri dəqiq bölüşdürməklə öz risk idarəetmə sistemlərini inkişaf etdirməlidirlər.

Bundan əlavə, şirkət İdarə Heyəti və yüksək rəhbərliyin həvalə edilmiş səlahiyyətləri və məsuliyyətləri ilə aydın bir təşkilati quruluşa sahib olmalıdır.

Sığorta şirkətlərinin risk və kapital adekvatlığının idarə edilməsinin məqsədi:

• şirkətin risk iştahası (risk iştahı) və ya şirkətin riskə münasibətinə təsir edən digər məhdudiyyət və limitlər çərçivəsində məqbul risk səviyyəsini saxlamaq;

• sığortaçının əhəmiyyətli risklərini ödəmək üçün kapitalın adekvatlığının təmin edilməsi və saxlanılması;

• şirkətin inkişaf strategiyasına uyğun olaraq risklərə məruz qalmağın mümkün mənfi nəticələrini minimuma endirməklə sığortaçının maliyyə sabitliyini təmin etmək;

• beynəlxalq standartlara və risklərin idarə edilməsi sahəsində ən yaxşı beynəlxalq təcrübələrə riayət etmək (Гребеник, Токарева, 2017).

Sığorta şirkətində risklərin idarə edilməsi sisteminin vəzifələri:

• götürülmüş risklərin əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi;

• Potensial əhəmiyyətli risklərin səviyyəsinin qiymətləndirilməsi və proqnozu;

• əhəmiyyətli risklərə məhdudiyyət və limit qoyulması;

• sığorta və təkrarsığortada qəbul edilmiş risklərin, qəbul edilmiş risk səviyyəsinin müəyyən edilmiş xarici və daxili məhdudiyyətlər daxilində saxlanması üçün tədbirlərin monitorinqi;

• Rusiya Bankı tərəfindən müəyyən edilmiş məcburi standartların və məhdudiyyətlərin dəyərlərinin yerinə yetirilməsi;

• effektiv və optimal sığorta portfelini qorumaq üçün mənbələrin ayrılmasını təmin etmək;

• Əsas və ən böyük riskləri ödəmək üçün maliyyə mənbələrinin adekvatlığının qiymətləndirilməsi;

• Sığortaçının bütün əhəmiyyətli risklərinin ən tam və etibarlı qiymətləndirilməsinə əsaslanan kapital planlaşdırması, müasir şirkətlər səviyyəsində sığorta şirkətlərinin dayanıqlığını sınayan, şirkətin inkişafına təsir göstərən daxili və xarici risk faktorları, sığorta sənayesinin inkişafına dair qlobal strategiya, Azərbaycn Milli Bankının adekvatlığa dair tələbləri. kapital və sığorta ehtiyatları;

• qəbul edilən risk səviyyəsinə əsaslanan sənaye və şirkət səviyyəsində risklərin ümumi anlayışı, habelə strateji planlaşdırma və proqnozlaşdırma;

• beynəlxalq qabaqcıl təcrübə nəzərə alınmaqla sığorta sənayesində risk mədəniyyətinin və risklərin idarə edilməsi sahəsində səlahiyyətlərin inkişafı.

Sığorta şirkətlərinin risk menecmenti, bir qayda olaraq, aşağıdakı risklərə xüsusi diqqət yetirir: kredit riskləri, likvidlik riskləri, bazar riskləri, valyuta riskləri, faiz dərəcəsi riskləri, həmçinin təkrarsığorta (Ataşov, Ələkbərov, Xudiyev, 2018).

Kredit riski, digər tərəfin öhdəliklərini yerinə yetirməməsi səbəbindən bir maliyyə alətində iştirak edən bir tərəfin maliyyə itkisi verə biləcəyi riskidir. Sığorta şirkətlərində investisiya əməliyyatları apararkən kredit riskləri səviyyəsinə uyğunluğunu müəyyənləşdirmək və izləmək üçün məsuliyyət daşıyan risk komitəsi və risklərin idarə edilməsi şöbəsini yaratmaq lazımdır. Əhəmiyyətli şərt, risklərin müəyyənləşdirilməsi sahəsində təsdiq edilmiş GNI-nin (daxili normativ sənədin) olmasıdır. Kredit riskləri ilə əlaqədar olaraq, sığortaçıların investisiya əməliyyatlarına yalnız kredit riskinin məhdudlaşdırıldığı alətlərlə icazə verilməlidir. Ən yaxşı təcrübə, kredit risklərinin idarə edilməsi sisteminin və investisiya prosesinə daxili nəzarətin keyfiyyətini və effektivliyini artırmaq üçün təklif və tövsiyələr hazırlayan kredit risklərinin idarə edilməsinə cavabdeh bir bölmənin olmasıdır. Sığorta sənayesində şirkətlər tərəfindən müəyyən edilmiş həddi pozduqda, kredit riskinin səviyyəsini minimuma endirmək üçün düzəldici tədbirlərin vaxtında alınmasını təmin edən qaydalar və prosedurları tətbiq etmək lazımdır. Əlavə nəzarət üçün daxili audit xidməti mütəmadi olaraq Cəmiyyətin kredit riskinin idarə edilməsinin effektivliyini, habelə məsul struktur bölmələr tərəfindən kredit risklərinin idarə edilməsini təşkil etməlidir. Sığortaçının qəbul etdiyi kredit riskinin səviyyəsinin müntəzəm qiymətləndirilməsinin nəticələri, idarəetmə sisteminin monitorinqi və nəzarəti üçün təsdiq edilmiş siyasət və prosedurlar əsasında rəhbərliyə və sığorta şirkətinin sahibinin nümayəndələrinə məlumat verilməlidir (Улыбина., Окороκова, 2016).

Likvidlik riski, şirkətin maliyyə alətləri ilə bağlı öhdəliklərini ödəməkdə çətinlik çəkəcəyi riskidir. Likvidlik riski ya maliyyə aktivlərini ədalətli dəyəri ilə tez bir zamanda həyata keçirə bilməməsi nəticəsində və ya müqavilə öhdəliyinin qarşı tərəfi tərəfindən ödənilməməsi nəticəsində və ya sığorta müqaviləsi üzrə öhdəlik üzrə ödəmə müddəti gözləniləndən daha erkən olduqda və ya gözlənilən pul axını ala bilməməsi nəticəsində yarana bilər. Sığorta şirkətləri investisiya əməliyyatları zamanı aktiv və öhdəliklərin idarə olunmasına cavabdeh olan idarəetmə orqanlarını yaratmalıdırlar. Şirkətlər, eyni zamanda funksional bölmələrin detallı vəzifələri olan bütün əsas aspektlər (ödəmə, valyuta və s.) üçün aktiv və öhdəliklərin nisbətini müəyyən edərkən likvidlik riskinin müəyyənləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi, monitorinqi və nəzarəti ilə bağlı qaydalar və prosedurları təsdiq və tətbiq etməlidirlər. Bu məsələ, sığorta şirkətlərinin maliyyə hesabatlarının açıqlanması məqsədi ilə risklərin idarə edilməsi və maliyyə şöbələrinin yaxınlaşması fonunda aktualdır. Sığorta şirkətində aktiv və

öhdəliklərin idarə edilməsinin keyfiyyətini yüksəltmək üçün düzəliş tədbirlərinin vaxtında alınmasını təmin edən qaydalar və prosedurların tətbiqi vacibdir. Daxili audit xidməti və ya başqa bölmə aktiv və öhdəliklərin idarə edilməsinin və balans vəziyyətinin qurulmasının səmərəliliyini mütəmadi təhlil etməlidir. Aktivlər və öhdəliklərin idarə edilməsinin səmərəliliyinin müntəzəm qiymətləndirilməsinin nəticələri, həmçinin idarəetmə sisteminin monitorinqi və nəzarəti üçün təsdiq edilmiş siyasət və prosedurlar əsasında rəhbərliyə və sahibinin nümayəndələrinə bildirilməlidir (Бакиров, Кликич, 2016).

Bazar riski, maliyyə alətlərinin gələcək pul vəsaitlərinin hərəkətinin ədalətli dəyərinin bazar qiymətindəki dəyişikliklər səbəbindən dəyişməsi riskidir. Bazar riskinə üç risk növü daxildir: valyuta riski, faiz dərəcəsi riski və bazar qiymət riski. Bundan əlavə, maliyyə alətlərinin qiymətindəki dəyişiklik müəyyən bir alətin və ya onun emitentinə xas olan amillər və bazarda satılan bütün alətlərə təsir edən amillərdən qaynaqlana bilər. Sığorta şirkətləri institusional investor olduqları üçün sığorta sənayesinin məruz qaldığı bu risk üzərində nəzarəti tətbiq etməyə ehtiyac var (Abbasov, Həsənov, 2013).

Valyuta riski, maliyyə alətinin gələcək pul vəsaitlərinin hərəkətinin ədalətli dəyərinin xarici valyuta məzənnələrinin dəyişməsi səbəbindən dəyişməsi riskidir. Faiz dərəcəsi riski, maliyyə alətinin gələcək pul axınlarının bazar faiz dərəcələrinin dəyişməsi səbəbindən dəyişməsi riskidir. Sığorta şirkətlərinin qiymət riski bazar qiymətlərinin dəyişməsi nəticəsində dəyəri dəyişkənliyə məruz qalmış maliyyə aktivləri və öhdəlikləri ilə əlaqələndirilir. Müasir sığorta sənayesi, bu işə cavabdeh olan funksional bölmələrin ətraflı vəzifələri ilə davamlı olaraq bazar risklərinin müəyyənləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi, monitorinqi və nəzarəti ilə əlaqədar qaydalara və prosedurlara ehtiyac duyur. Sığorta şirkətlərinin risk menecmenti şöbəsi bazar risklərinin idarə edilməsi sisteminin keyfiyyətinin və effektivliyinin artırılması üçün təklif və tövsiyələr hazırlamalıdır və müəyyən edilmiş hədlərin pozulması halında bazar riskinin minimuma endirilməsi üçün düzəliş tədbirlərinin vaxtında qəbul edilməsini təmin etmək üçün qayda və prosedurların mövcudluğu da zəruridir.

Təkrarsığorta həm də müasir sığorta şirkətinin risklərin idarə edilməsinin vacib aspektidir. Təkrar sığortaya verilə bilməyən və təkrarsığortaçının riskləri (risklərin bir hissəsi) özündə saxlamasını (öz tutma həddi) daxili qaydalarda dəqiq müəyyənləşdirmək lazımdır. Bir qayda olaraq, sığortaçıların öz tutmalarının həcmi təkrarsığorta müqaviləsində hər bir məhsul üçün ayrıca göstərilir (Стрельников, 2012).

Sığortada risklərin idarə edilməsinin müsbət tərəfi müntəzəm olaraq həyata keçirilən aktuar hesablamalardır. Hər bir sığorta şirkətində sığorta şirkətinin aktuar hesabatında, habelə maliyyə hesabatlarında qeyd olunan sığorta ehtiyatlarının yetərliliyi və adekvatlığına cavabdeh olan məsul bir aktuari var. Sığorta öhdəliklərinin adekvatlığı mütəmadi olaraq yoxlanılır və öhdəliklərin yerinə yetirilməsi nəticələri, müəyyən maliyyə göstəricilərinə nail olmaq nəticələri ümumiləşdirilir ki, bu da sığorta şirkətinin gələcək inkişaf strategiyasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Metod

Tədqiqat işinin təhlilində analiz və sistemli yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla yanaşı, induksiya və deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, induksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq

sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

İstehlakçı məlumatlılığının və gözləntilərin artması, inkişaf edən biznes modelləri, ortaya çıxan yeni texnologiyalar, yeni tənzimləmə dalğaları nəticəsində sığorta şirkətləri risk strategiyalarını yenidən nəzərdən keçirməli və bu istiqamətə daha çox sərmayə etməlidirlər. Məhz bu cəhətdən tədqiqat mövzumuz aktualdır və mövzunun öyrənilməsi daha geniş perspektivlər açacağı ilə əlaqədar zəruridir.

Nəticə

Beləliklə, müasir bir sığorta şirkətində risk idarəetmə sisteminin zəruri olduğu qənaətinə gəlmək olar. Sığortaçının riskləri yüksəkdir, Meganəzarətçi qaydaları sərtləşdirilir, risklərin daimi monitorinqi və onların şaxələndirilməsi zəruridir. Səlahiyyətli bir risk idarəetmə sistemini inkişaf etdirmək çətindir, çünki bu anda sığorta sənayesi bu məsələdə yüksək nailiyyətlərlə fərqlənmir. Sığortaçının çəkdiyi risklərə görə zərərin ödənilməsi anı da vacibdir. Ən böyük riskləri doğru zamanda təkrarsığortaya köçürmək, öz vəsaitlərinin və ehtiyatlarının adekvatlığını izləmək vacibdir. Beləliklə, əminliklə deyə bilərik ki, sığortaçıların risklərin idarə olunması mövzusu kifayət qədər inkişaf etməmiş və riyazi aparatlardan və statistik məlumatlardan istifadə edərək daha detallı bir araşdırma tələb edir.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov İ.M, Həsənov İ.C (2013). Sığorta işinin təşkili,Bakı, Biznes Universiteti nəşriyyatı, 272 s.
2. Ataşov B.X., Ələkbərov Ə.Ə., Xudiyev N.N. (2018). Sığorta işi,Bakı,Kooperasiya nəşriyyatı, 416 s.
3. Xudiyev N.N. (2015). Sığortanın əsasları,Bakı, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, 116 s.
4. Бакиров А.Ф., Кликич Л.М. (2016). Формирование и развитие рынка страховых услуг - М.: Финансы и статистика - 304 с.
5. Вяткин В.Н., Гамза В.А., Маевский Ф.В.(2016). Риск-менеджмент: учебник - Люберцы: Юрайт - 353 с.
6. Гребеник В.В., Верховцева Е.А.(2016).Управление структурой капитала как способ управления стоимостью компании ,Интернет-журнал Науковедение, Т. 8. № 1 (32). С. 35. (рекомендован ВАК).
7. Гребеник В.В., Токарева И.А.(2017). Необходимость оптимизации управления финансами организаций в современных условиях, М.: В сборнике: Экономика города в период структурных преобразований: теория, методология, практика. Материалы IV международной научно-практической конференции. Частное образовательное учреждение высшего образования "Московский университет им. С.Ю. Витте", С. 606-610.
8. Кайгородова Г.Н.(2014). Типология рисков страховой деятельности и подходы к их выявлению, Вестник Казанского государственного финансово-экономического института, №2.
9. Куликова Е.А.(2014). Риск-менеджмент: учеб. пособие – Екатеринбург: Изд-во УрГУПС, – 259с
10. Окорокова О.А.(2012).Управление страховыми резервами страховых организаций, Финансовая аналитика: проблемы и решения, №2 (92). С.49-51.
11. Стрельников Н.В.(2012). Современные методы риск-менеджмента в страховой компании, Государственный университет Минфина России, Финансовый журнал, №3.
12. Улыбина Л.К., Окорокова О.А.(2013). Управление достаточностью собственного капитала и рисками страховщиков, Политический сетевой электронный научный журнал, Кубанского Государственного аграрного университета,№85. С. 469-479.
13. Улыбина Л.К., Окорокова О.А.(2016). Финансовый менеджмент в страховых компаниях: учеб. -метод. пособие - Краснодар: КубГАУ, - 36 с.
14. Улыбина Л.К.,Окорокова О.А.(2013).Эволюционирование системы оценки платежеспособности страховой

организации,Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика, №3(127). С. 78-85.
15. Особенности риск-менеджмента в страховых компаниях https://esj.today/PDF/65ECVN318.pdf (son baxış tarixi 16.12.2019)

Bazel Sazişləri və Risklərin İdarə Olunmasında Rolu

Azər Abbaslı

azerkhazar@gmail.com

Xülasə

Son illərdə baş verən maliyyə böhranları bütün dünyaya öz təsirini göstərmişdir. Bu maliyyə böhranlarının əsas səbəblərinin isə bankçılıq fəaliyyətindən qaynaqlandığı məlumdur. Eyni zamanda maliyyə bazarlarının zaman keçdikcə böyüməsi, inkişaf etməsi və bu sektorda yeni maliyyə alətlərinin yaranması risk həcmini artırmış və nəticədə bir sıra maliyyə böhranlarının yaranmasına səbəb olmuşdur. Beləliklə, dünyada maliyyə sistemində xüsusi ilə bank sektorunda baş verən inkişaf, yenilik və böhranları nəzərə alaraq bu sektronun daha dayanıqlı fəaliyyət göstərməsi üçün bir çox qaydalar (Bazel Sazişləri) tədbiq olunmuşdur. Bu çərçivədə həm inkişaf etmiş həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr, maliyyə quruluşlarını və kapital adekvatlıqlarını qorumaq və eyni zamanda maliyyə bazarlarında sabitliyi təmin etmək üçün bir sıra tədbirlər görmüşlər. Bu səbəbdən dolayı, 1974-cü ildə G-10 ölkələrinin (Belçika, Kanada, Fransa, Almaniya, İtaliya, Yaponiya, Lüksemburq, Hollandiya, İsveç,İsveçrə, Böyük Britaniya və ABŞ) Mərkəzi Bankları tərəfindən yaradılan qurum olan Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankı İsveçrənin Bazel şəhərində "Bazel Komitəsi"ni yaratdı. Daha sonra bu Komitə zaman keçdikcə Bazel I, II və III Sazişlərini yayınladı. Belə ki, zaman keçdikcə tədbiq olan bu standartlarda çatışmazlıqlar yarandıqca yeni standartlar tədbiq olunmağa başlanıldı. Belə ki, 2010-cu il 12 sentyabrda tədbiq olunan sonuncu Bazel III Sazişi isə 2013-2019-cu illərdə mərhələli olaraq tədbiq olunmuş və Bazel II-də olan çatışmazlıqları aradan qaldırmağı hədəfləmişdir.. Beləliklə, bankçılıq fəaliyyəti ilə əlaqədar beynəlxalq səviyyədə tədbiq olunan bu qayda və düzəlişlərin (Bazel Sazişlərinin) əsas məqsədi maliyyə qurumlarının böhranlara qarşı dayanıqlığını artırılmasıdır.

Açar sözlər: Bazel Sazişləri, kapital adekvatlığı əmsalı, leverec əmsalı, kapital buferləri

Giriş

Dünya miqyasında baş verən maliyyə böhranları hər bir ölkənin iqtisadiyyatına ciddi təsir etmişdir. Bildiyimiz kimi bu böhranların əsasında maliyyə bazarın əsas iştirakçılardan biri olan banklar dayanır. Bütün sektorlarda olduğu kimi bank sektorunda da baş verən qloballaşma bu sektorda olan riskləri atırmış və yaranan hər hansı böhran sürətlə digər ölkələrə asanlıqla təsir etmişdir. Bu da öz növbəsində yaranan risklərin daha səmərəli şəkildə idarə edilməsi üçün beynəlxalq standartların və prinsiplərin yaradılmasına əsas vermişdir. Bu səbəbdən də həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr beynəlxalq komitə olan Bazel Komitəsi yaradıldı Belə ki, bu Bazel Komitəsi 1974-cü ildə G-10 ölkələrinin (Belçika, Kanada, Fransa, Almaniya, İtaliya, Yaponiya, Lüksemburq, Hollandiya, İsveç,İsveçrə, Böyük Britaniya və ABŞ) Mərkəzi Bankları tərəfindən yaradılan qurum olan BİS – "Bank for İnternational Settlements"- Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankı tərəfindən İsveçrənin Bazel şəhərində yaradıldı. Bu Komitə zamanla dünyada bir çox ölkələr tərəfindən qəbul edilən standartlar toplusu və prinsiplər yayınlamış və bunlar Bazel I, II və III Sazişləri olaraq adlandırılmışdır. Bu sazişlərdə və ya standartlar toplusunda dünyada baş verən bank krizlərinin ən əsas səbəbi olan bank kapitalına yetərincə önəm verilməməsini ön plana çəkilmişdir. Həmçinin, bu sazişlərdə kapital adekvatlığının hesablanmasına xüsusi diqqət yetirilmişdir. (E.Aslan Külahi, G.Tiryaki və A.Yılmaz 2014).

Bu sazişlərindən ilki 1988-ci ildə Bazel I Sazişi adı altında yayınlandı. Lakin bu sazişin müəyyən çatışmazlıqları ortaya çıxdı. Bu da öz növbəsində 2004-cü ildə Bazel II Sazişinin tərtib olunmasına əsas verdi.

Bildiyimiz kimi 2008-ci ildə bütün dünya iqtisadiyyatına təsir edən qlobal maliyyə böhranı olmuşdur. Bu böhran ABŞ-da 1929-1933-cü illərdə Böyük depressiyadan sonra bütün ölkələrin iqtisadiyyatına zərər vuran ikinci böhrandır. Bu böhran əslində 2007-ci ildə başlasa da, 2008-ci ildə Lehmann Brothers–in iflasa ilə daha da dərinləşdi. Bu da öz növbəsində Bazel II-in çatışmazlıqları göstərdi. Beləliklə, Bazel III Sazişi 2008-ci ildə baş verən maliyyə böhranından sonra hazırlanmağa başlanıldı.. Bu saziş Bazel II-nin tamamilə dəyişildiyi deyil, onun davamı olan və ordakı çatışmazlıqları aradan qaldıran və həmçinin təkmilləşdirilmiş yeni formasıdır. Belə ki, Bazel III tədbiqnə 2013-cü ildən başlanıldı və mərhələli formada 2019-cu ildə sona çatacağı nəzərdə tutulurdu. (Şükrü Cicoğlu və Celal Gökhan Çil, 2018).

Bu məqalədə Bazel Sazişlərinin yaranması, zaman keçdikcə formalaşan Bazel Sazişlərinin (Bazel I, II və III) onların mahiyyəti və eyni zamanda həmin sazişlərinin çatışmazlıqları və üstün tərəfləri təhlil olunmuş və bank sektorunda risklərinin idarə olunmasında əhəmiyyəti göstərilmişdir.

Metod

Bu məqalənin yazılmasında müqayisəli və sistemli təhlil, ümumiləşdirmə, analiz, sintez kimi elmi metodlardan istifadə olunmuşdur. Belə ki, Bazel Sazişlərinin illər üzrə müqayisəli təhlili aparılmış, onların üstün və çatışmazlıqları müəyyən olunmuş və bank sektorunda risklərin idarə olunmasında böyük rol oynadığı ön plana çəkilmişdir. Bu tədqiqat işində həmçinin analiz və sintez metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, analiz metodu kimi Bazel Sazişləri mövzuzu tam şəkildə götürülmüş və daha sonra hissələrə bölünərək ayrı-ayrılıqda təhlil olunmuş və sintez metodu vasitəsilə bu hissələr iqtisadi sistemdə birləşdirilmişdir.

Analiz

Maliyyə bazarlarının, xüsusi ilə bank sektorunun qloballaşması nəticəsində, bu sektorun riskləri də artmışdır. Bu da hər hansı bir ölkənin maliyyə sistemində yaşanan dərin problemlərin bütün iqtisadiyyata yayılması və ya sürətlə digər ölkələrə də asanlıqla təsir etməsinə səbəb olurdu. Bu da öz növbəsində risklərin idarə edilməsi sahəsində beynəlxalq standartların və makroprudensial siyasətin yaradılmasına ehtiyac olduğunu göstərdi. Əvvəllər hər bir ölkənin banklara nəzarət və tənzimlənmə sistemi milli xarakter daşıyırdı. Yəni, hər bir dövlətin nəzarət və ya tənzimlə orqanları öz daxili prosedurlarına uyğun formada qayda və prosedurlar hazırlayırdılar. Bu qaydalar da ölkədən-ölkəyə fərqlənirdi. Daha sonra Bazel Komitəsi beynəlxalq səviyyədə bankların həyata keçirdiyi əməliyyatları və risklərin idarə edilməsi üçün tənzimləyici qaydalar hazırladılar.

Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankının (BHB) nəzdində yaradılan Bazel Komitəsi, 1974-cü ildə İsveçrənin Bazel şəhərində Almaniyada Hestatt Bankın iflasından sonra G-10 (Dünyanın 10 iqtisadi cəhətdən böyük ölkəsinin ümumi yığıncağı) ölkələrinin Mərkəzi Bankları tərəfindən yaradılmışdır. Komitənin real üzvləri dövlətlərinə Belçika, Kanada, Fransa, Almaniya, İtaliya, Yaponiya, Lüksemburq, Hollandiya, İsveç, İsveçrə, Böyük Britaniya və ABŞ daxildir. Bazel Komitəsinin əsas funksiyası komitəyə üzv ölkələrin banklarına nəzarətin tətbiqində iştirakçı dövlətlərin bank nəzarəti qurumları arasında münasibətlərinin təyini və zamanla əlaqələrin gücləndirilməklə banklara fəaliyyətlətinin davamlılığı üçün müəyyən bir standart təqdim edir.

Bazel I Sazişi.

Bazel Komitəsi tərəfindən 1988-ci ildə qüvvəyə minən Bazel-1 Sazişi adı altında beynəlxalq standart təsdiq olundu. Bu standart ölkəmiz də daxil olmaqla bir çox ölkələrdə tədbiq olunmuşdur. Bu Sazişin

əsas məqsədi banklarda təxmin edilən kredit risklərini nəzərə almaqla kapitalın ölçülməsi üçün səmərəli metodologiyanın yaradılmasıdır Ümumiyyətlə, Bazel-1 Sazişinin meyarları əsasən dörd əsas hissədən ibarətdir. Bu meyarlara bankın məcmu kapitalının tərkibi, kapital adekvatlığı əmsalı, aktivlərin risklilik səviyyəsinə görə qruplaşdırılması və 1996-cı il düzəlişlər daxildir.(Sadiye Oktay və Halime Temel, 2007).

1) Bazel 1 Sazişi meyarlarına görə bankın **məcmu kapital** iki hissədən ibarətdir:

- I dərəcəli kapital – əsas kapital hesab olunur. Əsasən bankın səhmləri bura daxildir.
- II dərəcəli kapital – əlavə kapital hesab olunur. Bura isə ehtiyatlar, təminatlar, hibrid kapital alətləri və subordinasiya edilmiş borclar daxildir.

Bazel I Sazişinə görə II dərəcəli kapital bankın məcmu kapitalının 50%-dan çox olmamalıdır.

2) Bazel 1 Sazişinə əsasən bankların aktivləri onların risklilik (kredit riski üzrə) dərəcəsinə görə dörd qrupa bölünür:
   - I qrup – 0%-li risk çəkili aktivlər – Nağd pul, İƏİT ölkələrində hökumətin kreditləri, İƏİT ölkələrinin qiymətli kağızları (QK) və valyutası;
   - II qrup – 20%-li risk çəkili aktivlər – İƏİT ölkələrində bank kreditləri və depozitləri;
   - III qrup – 50%-li risk çəkili aktivlər – yaşayış evləri üzrə ipoteka kreditləri;
   - IV qrup – 100%-li risk çəkili aktivlər – korporativ kreditlər, istehlakçı kreditləri, İƏİT olmayan ölkələrin QK-ləri, onlara verilən kreditlər və yerləşdirilən depozitlər və s.

Banklar bunları nəzərə alaraq aktivlərini qruplaşdırır və hər bir aktivin dəyərini onun risk çəkilərinə vurmaqla **risklə ölçülmüş aktivlərini** hesablayırdılar. Burada risklə ölçülmüş aktivlərə bankın həm balans, həm də balansdan kənar maddələri də daxil edilmişdir.

3) **Kapital adekvatlığı əmsalı** minimum səkkiz faiz (8%) olaraq təyin edilmişdir. Bazel Komitəsi tərəfindən kapitalının adekvatlığının müəyyən olunmasında əsas məqsəd bank kapitalının əmanətçilərin mənafeylərinin qorunması və ya yarana biləcək zərərlərin qarşılanmasıdır. Belə ki, bu əmsal aşağıdakı düsturdakı kimi hesablanır.

$$\text{Kapital adekvatlığı əmsalı} = \frac{\text{Kapital}}{\text{Risklə ölçülmüş aktivlər}} \geq 8\%$$

4) **1996-ci il düzəlişləri**. Növbəti illərdə yaranan maliyyə böhranları nəticəsində kapital adekvatlığının hesablanmasında bəzi dəyişikliklərin edilməsi ortaya çıxmışdır. Belə ki, istiqrazlar, səhmlər, törəmə maliyyə alətləri ilə aparılan əməliyyatlarda yaranan risklər bazar riski olaraq dəyərləndirilmiş və kapital adekvatlığı hesablanması zamanı nəzərə alımışdır. Beləliklə, kapital adekvatlığı əmsalı düsturuna bazar riski də əlavə olunmuşdur. Bu düzəliş həmçinin banklara bazar riskini ölçmək üçün öz sistemlərindən və ya metodlarından istifadə etməyə icazə verdi. Eyni zamanda bazar riskinə qarşı III dərəcəli kapital da məcmu kapital anlayışına daxil edildi. III dərəcəli kapitala müddəti ən az 2 il olan qısamüddətli subordinasiya edilmiş borc öhdəlikləri daxil edildi. Düstur isə aşağıdakı kimi yenidən formalaşdırıldı:

$$\text{Kapital adekvatlığı əmsalı} = \frac{\text{Kapital}}{\text{Risklə ölçülmüş aktivlər} + \text{bazar riskinə } \textit{məruz qalan aktivlər}} \geq 8\%$$

Bazel II Sazişi.

Bazel 1 Sazişi uzun müddət ərzində tədbiq olunmuş və müəyyən nəticələr əldə edilmişdir. Amma Bazel 1 Sazişinin tədbiqində müəyyən çatışmazlıqları vardır. Bu çatışmazlıqlara aşağıdakılar daxildir: (Sayim Ferhat, Dr Selami Er, 2009).

- Kapiatal adekvatığı hesablanarkən yalnız kredit riskinə görə qiymətləndirmə aparılırdı. (1996-ci ildə bazar riski də əlavə olunmuşdur.)
- Bütün banklara kredit riskini ölçmək üçün yalnız bir növ metoddan istifadə təklif edilirdi
- İƏİT ölkəsi kriteriyası vardı

Nəticədə, Bazel 1 Sazişində mövcud olan çatışmazlıqlar Bazel II-nin yaranmasına səbəb oldu. Beləliklə, 2004-cü ildə Bazel Komitəsi tərəfindən Bazel II Sazişi təqdim edildi. Bazel II Sazişi bank sferasında risklərin optimal formada idarə olunması, kapital adekvatlığı əmsalının həcminin artırılması və həmçinin bazar intizamını inkişaf etdirmək, maliyyə mühitində sabitliyin saxlanılması baxımından olduqca faydalı rola malikdir. Bu Saziş bank sferasında daxili nəzarət prinsiplərinin inkişaf etdirilməsi, minimum kapitala dair tələblərdə yeniliklər və müvafiq məlumatların ictamiyyətə çatdırılması kimi məsələləri əhatə edir. Bazel II Sazişi aşağıdakı üç blokdan ibarətdir: (Songül Yılmaz, 2011).

- Blok I – Minimum kapital tələbi və ya kapital adekvatlığı əmsalı
- Blok II – Nəzarət prosesi
- Blok III – Bazar intizamı

Blok I bankların yaranacaq risklərə qarşı saxlamalı olduğu minimum kapital tələbinə aid hissədir. Bu bölmədə də Bazel I-də olduğu kimi kapiatl adekvatlığı əmsalı 8% olaraq qalmışdır. Amma bu əmsal hesablanarkən artıq əməliyyat riski də nəzərə alınırdı. Başqa sözlə desək, artıq kapiatl adekvatlığı əmsalı bankın məcmu kapitalının kredit, bazar və əməliyyat riskləri ölçülmüş risk çəkili aktivlərə nisbətidir. Həmçinin Bazel II Sazişində hər bir risk növü üzrə bankların həyata keçirdiyi əməliyyatların mürəkkəbliyindən aslı olaraq riskliliklərini hesablamaq üçün sadədən mürəkkəbə doğru bir çox yanaşmalar müəyyən edilmişdir. Bu yanaşmalara Standart Yanaşma (Standardised Approach-SA), Sadə Standart Yanaşma (Simplified Standardised Approach-SSA), İlkin Daxili Reytinqə əsaslanan Yanaşma (Foundation Internal Ratings Based-IRB), Üstün İRB Yanaşması (Advanced IRB) daxildir. Hər bir risk növü üzrə bir yanaşmaya aşağıdakı cədvəldə baxa bilərik:

Cədvəl 6. Bazel II Risk Ölçüm Metodları.

Risklər	**Kredit riski**	**Bazar riski**	**Əməliyyat riski**
Yanaşmalar	• Standart Yanaşma • İlkin Daxili Reytinqə əsaslanan Yanaşma (IRB) • Üstün IRB Yanaşması	• Standart Yanaşma • Daxili Modellər Yanaşması (VAR)	• Əsas Göstərici Yanaşması • Standart və Alternativ Yanaşma • Üstün Ölçmə Yanaşması

Mənbə: Bank Nəzarəti üzrə Bazel Komitəsi

Blok II – Nəzarət prosesi özündə dörd prinsipi birləşdirir:

Prinsip 1 – banklar kapital səviyyələrini qorumaq üçün bir strategiyası və risk profillərinə uyğun olaraq kapital adekvatlığını qiymətləndirməsi prosesinə malik olmalıdır. Başqa ifadə ilə, bank rəhbərliyi bankın həm cari, həm də gələcək tələblərini qarşılayacaq adekvat kapitala malik olduğuna əmin olmalıdır. Yəni, İdarə Heyəti və ya daha yüksək rəhbərlik bankın məruz qaldığı riskləri və həmin risk səviyyələrini müəyyən edən bir sistemin və bu sistemə əsaslanan yaxşı kapital dəyərləndirmə prosesinin yaradılmasını təmin etməlidir.

Prinsip 2 – Bank nəzarəti orqanları bankın daxili kapital adekvatlılığı dəyərləndirmələrini və strategiylarını monitorinq etməli və qiymətləndirməlidir. Əgər nəticələr qənaətbəxş olmazsa, müvafiq tədbirlər görməlidirlər.

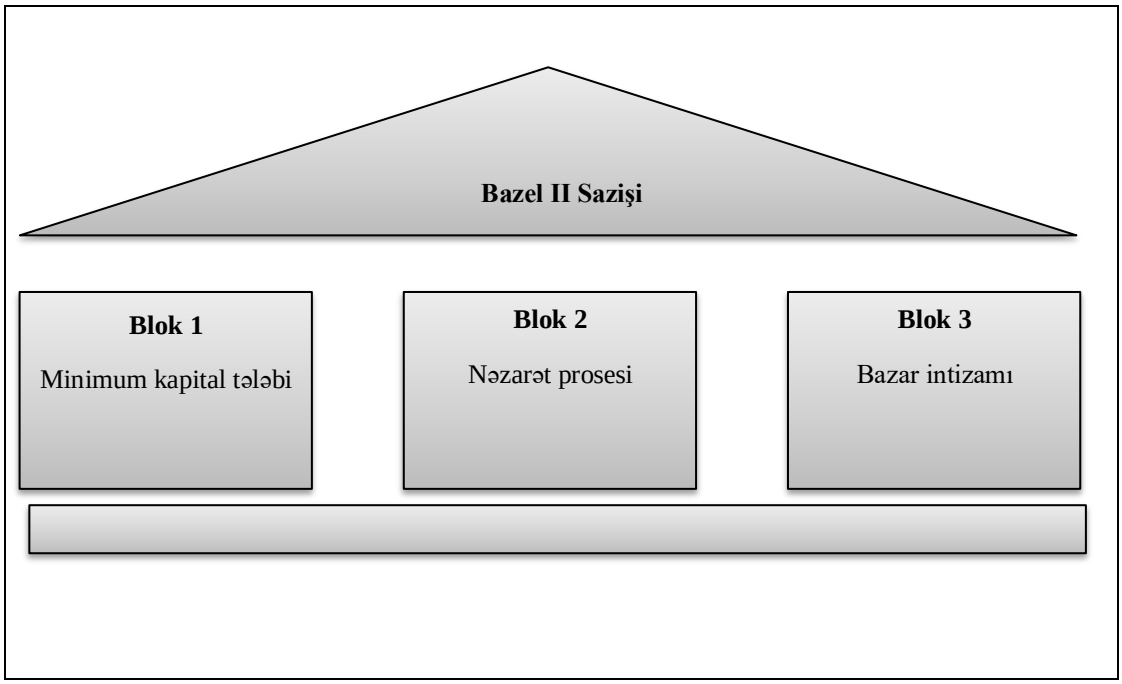
Prinsip 3 – Bank nəzarəti orqanları banklardan Blok I-də nəzərdə tutalan minimum kapital tələbi əmsalından yuxarıda kapitalla fəaliyyət göstərmələrini tələb etməli və lazım olduqda minim kapital sıviyyəsini qaldırmasını tələb edə bilərlər.

Prinsip 4 – Bank nəzarəti orqanları bankın kapitalının minimum səviyyədən aşağı düşdükdə dərhal müdaxilə edərək bunun qarşısını almalıdır. Əgər kapital səviyyəsi saxlanıla bilmədikdə və ya artırıla bilmədikdə banklara bu barədə təcili tədbir görmələrini tələb edə bilərlər.

Blok III – burada əsas məqsəd bankların fəaliyyəti və onalrın maliyyə məlumatlarının (hesabatlarının) ictimaiyyətə açıqlanmasıdır. Beləliklə, bankın vəziyyəti haqqında məlumatı depozitorlar, kreditorlar, banklar və digər maraqlı şəxslər asanlıqlda əldə edə biləcək və qiymətləndirəcəkdilər. Bu da bankların fəaliyyətinin şəffaflığının göstəricisi olacaqdır.

Nəticədə yuxarıda qeyd olunan maraqlı şəxslər bankın ümumi vəziyyəti və risklik səviyyəsi ilə tanış olub, həmin bankla əməkdaşlıq edib-etməyəcəklərinə qərar verəcəklər. Beləliklə, biz Bazel II-ni aşağıdakı kimi ümumiləşdirə bilərik.

Sxem 1. Bazel II sazişi



Mənbə: Bank Nəzarəti üzrə Bazel Komitəsi

Bazel II-nin Bazel I-dən bəzi fərqləri aşağıdakılardır:

- Bazel I-də İƏİT-ə üzv ölkələr 0%-li, digər ölkələr isə 100%-li risk qrupa daxil edilirdi. Bazel II-də bu ləvğ edildi.
- Bazel I-də kapital adekvatlığı əmsalı hesablanarkən yalnız kredit və bazar risklərini nəzərə alırdı. Bazel II-də isə kapital adekvatlığı əmsalı hesablanarkən əməliyyat riski nəzərə alındı.
- Bazel II-də Bazel I-dən fərqli olaraq banklar üçün bank nəzarəti orqanları tərəfindən nəzarət və qiymətləndirmə tələb olunurdu.
- Bazel II-də məlumatların (maliyyə hesabatlarının) ictimaiyyətə açıqlanması tələbi vardı. Bazel I-də belə bir tələb yox idi.

Bazel III Sazişi.

Bu Saziş 2008-ci ildə yaranan maliyyə böhranından sonra görünən çatışmazlıqları azaltmaq məqsədi ilə hazırlanmağa başlanıldı. Belə ki, bu sazişin əsas məqsədi əvvəlki sazişlərdə (Bazel I və II) olan çatışmazlıqları aradan qaldırmaq, yarana biləcək böhran və risklərin qarşısını almaq üçün yeni yanaşma və tədbirlərin formalaşdırılması olmuşdur. Bazel III standartı Bazel II-nin tamamilə dəyişildiyi deyil, onun davamı olan və ordakı çatışmazlıqları aradan qaldıran və həmçinin təkmilləşdirilmiş yeni standartdır.Bu yeni standart əsasən kapital, likvidlik və makroprudensial nəzarət alətlərinə əsaslanan standartdır. Bu standart həmçinin banklarda olan likvidlik riskinin idarə edilməsilə əlaqədar yeni tələblər müəyyən etmişdir. Bazel III standartının ortaya çıxaran əsas səbəblər aşağıdakılardır: (Asem Tahtamouni & Fouzan Al Qaisi, 2016).

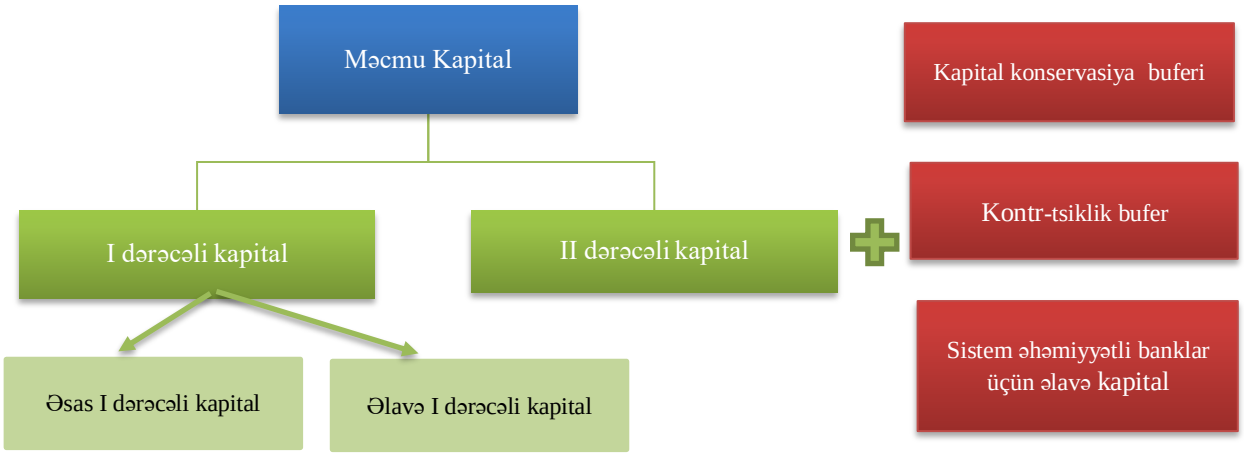
- böhran zamanı bankların üzləşdiyi zərər bölüşdürülməmiş mənfəəti üstələmişdir
- beləliklə yüksək keyfiyyətli kapital diqqət mərkəzinə keçdi
- kapitalın tərkib elementləri üzrə ölkələr arasında uyğunsuzluğun olması
- yeni risk növlərinin yaranması

Bazel III tədbiqnə 2013-cü ildən başlanıldı və mərhələli formada 2019-cu ildə sona çatacağı nəzərdə tutulurdu. Bazel III-də olan yenilikləri aşağıdakılar daxildir:

- daha yüksək kapital tələbi
- kapital kimi tanına biləcək alətlərə daha sərt meyarlar
- kapital buferləri
- leverec əmsalı
- likvidlik əmsalları

Bazel III-də əsas dəyişikliklərdən biri məcmu kapitalın tərkib elementlərində olan dəyişiklikdir. Buna aşağıdakı sxemdə baxa bilərik.

Sxem 2. Bazel III-ə görə məcmu kapitalın tərkibi



Mənbə: Bank Nəzarəti üzrə Bazel Komitəsi

İndisə sxemdə qeyd olunanların nələrdən ibarət olduğuna daha ətraflı baxaq. Beləliklə, **I dərəcəli kapitala** səhmdarların kapitalı və bölüşdürülməmiş mənfəət daxil edilir. Bu kapitalın əsas məqsədi bankın iflas ehtimalını azaltmaq və bütün mümkün zərərləri örtməkdir. Bu zaman nəzərdə tutulur ki, bank yeni kapital investisiyaları cəlb etmədən zərərlərini qarşılaya biləcəkdir. **II dərəcəli kapitala** isə açıqlanmamış ehtiyatlar, məqsədli ehtiyatlar və hibrid kapital alətləri daxildir. Bu kapitalın məqsədi isə bank iflas olduğu halda onun əsas kreditorlarının (məs: böyük depozitorlarının) zərərlərini minimallaşdırmaqdır. Bazel III-ün gətirdiyi yeniliklərdən biri yuxarıda da qeyd olunduğu kimi I dərəcəli kapitalın da əsas və əlavə I dərəcəli kapital olaraq iki yerə ayrılması və yeni buferlərin əlavə olunmasıdır. Burada əsas I dərəcəli kapitala adi səhmlər, əlavə I dərəcəli kapitala imtiyazlı səhmlər aid edilmişdir. Onu da qeyd etmək istərdim ki, Bazel III-ün tələblərinə uyğun olaraq II dərəcəli kapitalın həcmi I dərəcəli kapitallın həcmindən çox ola bilməzdi.

Beləliklə **bank kapitalının başlıca məqsədi – bankın əmanətçilərini, müştərilərini, kreditorlarını və tərəfdaşlarını bankın iflası risklərindən qorumaqdır.** Kapital ilk növbədə iflas risklərini azaltmalı və bankın bütün mümkün zərərlərini örtmək qabiliyyətinə malik olmaldır, digər tərəfdən bank iflas olduğu halda kreditorların zərərlərini minimallaşdırmalıdır. Bankın müştəri və əmanətçiləri inanmalıdırlar ki, kapitalın həcmi bankın zərərlərini qarşılaya biləcəkdir.

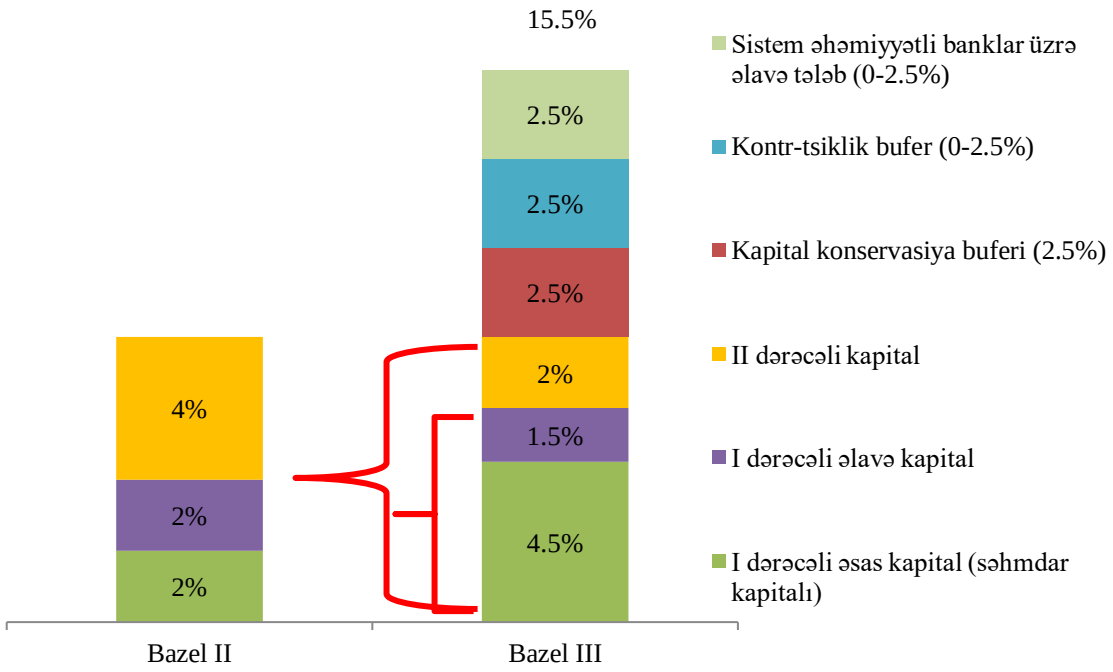
İndisə buferlərin, yəni əlavə kapital tələblərinin məqsədlərinə baxaq. **Kapital konservasiya buferində əsas məqsəd** bankın stress dövrünə davam gətirməsi və hələ də kapital adekvatlığı üzrə minimal tələbləri yerinə yetirməyə imkan verməkdir. Başqa sözlə desək, stress dövründə yaranacaq zərərləri (gözlənilməyən zərərlər) qarşılanması məqsədi ilə Bazel komitəsi konservasiya buferinin tətbiqini tövsiyyə etmişdir.

Kontr-tsiklik bufer isə kapital konservasiya buferinin davamı rolunu oynayır. Bum dövründə yığılmış bufer banklara iqtisadi tənəzzül dövrünə hazırlıqlı olmağa imkan verir.

Bazel Komitəsi həmçinin **sistem əhəmiyyətli banklar** üçün **əlavə kapital** tələbi irəli sürmüşdür. Sistem əhəmiyyətli banklar dedikdə, bu qlobal maliyyə sistemi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən banklar nəzərdə tutulur. Bu banklara misal olaraq Bank of America, JPMorgan və Deutsche Bank kimi bankları aiddir. Yəni, bu bankların tənəzülü qlobal iqtisadiyyatda böyük böhranlara səbəb ola bilər. Bu baxımdan da Bazel III bu cür banklar əlavə kapital tələbi irəli sürmüşdü.

Bazel III-ə əsasən yuxarıda qeyd olunan bütün növ kapital tələblərinin faizlə ifadəsinə biz aşağıdakı sxemdə baxa bilərik.

Sxem 3. Bazel II və Bazel III-ün müqayisəsi



Mənbə: Bank Nəzarəti üzrə Bazel Komitəsi

Yuxarıdakı sxemdə də göründüyü kimi I dərəcəli kapital üzrə irəli sürülən tələb 6%, II dərəcli kapital üzrə tələb isə 2% təşkil edir. Amma məcmu kapital üzrə tələb Bazel I və II-də olduğu kimi 8% olaraq qalmışdır. Əlavə buferlər və sistem əhəmiyyətli banklar üçün kapital tələbləri isə bərabər olaraq 2.5% təşkil edir.

Yuxarıda da qeyd olunduğu kimi II dərəcəli kapitalın əsas iki məqsədi vardı:

- Bank iflas olduqda əsas kreditorları qorumaq
- Beləliklə də, bazar intizamını təmin etmək

Lakin, Son maliyyə böhranı göstərdi ki, II dərəcəli kapital bu funksiyaları effektiv şəkildə yerinə yetirmir. Belə ki, böhran vəziyyətində olan bir sıra banklar dövlət dəstəyi hesabına iflas olmadılar və nəticədə II dərəcəli kapital öz funksiyalarını yerinə yetirə bilmədi. Nəticədə, II dərəcəli kapital əsas kreditorların zərərini minimallaşdırmadı və bu işi dövlət vəsaitləri etdi. Artıq II dərəcəli kapitalı təmin edən investorlar risklərin monitorinqində maraqlı olmayacaqdılar, çünki böhran təcrübəsi göstərdi ki, II dərəcəli kapital da dolayı yolla dövlət zəmanətinə malikdir. Bu səbəbdən dolayı, Bazel komitəsinin təklifi ilə, məcmu kapitalın strukturunda II dərəcəli kapital aşağı çəkiyə malik oldu.

Bazel III-ün gətirdiyi yeniliklərdən biri də likvidlik tələbləridir. Bu likvidlik tələblərinə aşağıdakı elemetlər daxildir:

- qısamüddətli likvidlik əmsalı
- uzunmüddəttli likvidlik əmsalə
- leverec əmsalı

Son dövrlərdə baş verən maliyyə böhranları göstərdi ki, banklarda likvidlik riski qeyri-adekvat idarə olunur. Bu da Bazel Komitəsi tərəfindən daha sərt meyarların qəbul olunmasına səbəb oldu. Bu meyara likvidlik riskinin idarə olunmasını nəzərdə tutan **likvidlik əmsallarıdır**.

$$\text{Qısamüddətli əmsal} = \frac{yüksək\ likvid\ aktivlər}{30\ gün\ ərzində\ pul\ vəsaitlərin\ bankdan\ xalis\ məxarici} \geq 100\%$$

Aktivlər keyfiyyətinə görə aşağıdakı qruplara bölünür:

- I səviyyəli aktivlər – nağd pul, mərkəzi banklarda olan vəsaitlər, dövlət qiymətli kağızları, digər yüksək keyfiyyətli qiymətli kağızlar
- 2A səviyyəli aktivlər – bura AA- reytinqindən aşağı olmayan korporativ qiymətli kağızlar, risklilik səviyyəsi 20%-dan çox olmayan xarici dövlətlərin qiymətli kağızları və s. daxildir.
- 2B səviyyəli aktivlər – bura isə BBB- və ya A+ reytinqiləri arasında olan korporativ qiymətli kağızlar daxildir.

Həmçinin standarta əsasən II səviyyəli (2A və 2B) likvid aktivlərin həcmi yüksək likvidli aktivlərin 40%-dən, 2B dərəcəli likvid aktivlər isə 15%-dən çox olmamalıdır. Xalis məxaric dedikdə isə 30 gün ərzindəki banka nağd pul daxilolmaları ilə xaricolmaları arasındakı fərqdir. Bu isə müxtəlif ssenarilər əsasında hesablanır. Bu əmsalın hesablanmasına məqsəd bankın 30 gün ərzində fəaliyyət göstərə bilməsi üçün zəruri likvid vəsaitlərə malik olub olmadığını müəyyən etməkdir.

$$\text{Uzunmüddətli likvidlik əmsalı} = \frac{mövcud\ olan\ sabit\ maliyyələşmə}{tələb\ olunan\ sabit\ maliyyələşmə} \geq 100\%$$

Burada mövcud olan sabit maliyyələşmə dedikdə, müddəti bir ildən çox olan kapital və öhdəliklər nəzərdə tutulur. Tələb olunan sabit maliyyələşmə dedikdə isə balans və balansarxası aktivlərin likvidlik və tədavül müddətləri (və ya likvidlik riski) nəzərə alınaraq müəyyən çəkilər verilməklə hesablanan cəmi nəzərdə tutur. (məs: nağd pulun maliyyələşməsinə ehtiyac yoxdur və ona görə də 0%, ipoteka kreditlərinə 65% likvidlik səviyyəsi verilir) Bu əmsalın hesablanmasında məqsəd bankın müntəzəm maliyyələşmə mənbələrində yaranan hər hansı bir problemin onun likvidlik mövqeyinə göstərə biləcəyi mənfi təsiri azaltmaqdır.

Bu likvidlik əmsallarının tədbiqinin aşağıdakı kimi pilləli şəkildə aparılması nəzərdə tutulurdu. Belə ki, 2015-ci ildə 60% olan bu limit 2019-cu ildə 100% olacaqdır.

Cədvəl 7. Likvidlik örtmə əmsalının illər üzrə tədbiqi.

İllər	1 yanvar 2015	1 yanvar 2016	1 yanvar 2017	1 yanvar 2018	1 yanvar 2019
Lkvidliyin örtmə əmsalı	60%	70%	80%	90%	100%

Mənbə: Bank Nəzarəti üzrə Bazel Komitəsi

Bazel III-ün 2009-cu ildə kapital adekvatlığı əmsalına əlavə olaraq digər tələbi isə **leverec əmsalı** ilə əlaqədardır. Leverec əmsalının tədbiqində bir sıra səbəblər vardır. Bunlara aşağıdakılar aiddir: (Sudi Apak, Mikail Erol və Muhsin Aslan 2016).

- bankların kapital səviyyələrinin qiymətləndirilməsi
- həddindən artıq borclanmanın qarşısının alınması

- bank sistemində sabitliyin təmin olması
- bankların aktivlərinin tərkibinin sağlamlaşdırılması və s.

Leverec əmsalı bankın aktivlərində borcların yoxsa kapital vəsaitlərinin daha çox üstünlük təşkil etdiyini göstərir. Təbii ki, bank aktivlərin tərkibində öhdəliklərin çox olması bank üçün risk daşıyır. Leverec əmsalı aşağıdakı kimi hesablanır:

$$\text{Leverec əmsalı} = \frac{I\ dərəcəli\ kapital}{leverecə\ ekspozisiya} \geq 3\%$$

Burada leverecə ekspozisiya dedikdə aşağıdakı elementlər nəzərdə tutulur:

- balans aktivləri
- qiymətli kağızlarla maliyyələşmə əməliyyatları (məs REPO və əks REPO əməliyyatları)
- törəmə alətlər
- balansarxası maddələr və ya öhdəliklər (məsələn qarantiya, kredit xətləri və s)

Leverec əmsalının aşağıdakı üstünlükləri və çatışmazlıqları vardır:

Üstünlükləri:

- **kontr–tsiklik və makro və mikro-prudensial alətdir** – banklar "bum" dövründə daha çox borclanır və leverec əmsalı (leverage ratio) aşağı düşür. "Böhran" dövründə isə banklar borclanmanı azaldır və leverec əmsalı yüksəlir. Başqa ifadə ilə monetar siyasətin yumşaq olduğu dövrdə banklar balanslarını şişirdir. Lakin "böhran" dövründə isə banklar aktivlərini azaldaraq leverec əmsalını artırırlar. Digər tərəfdən isə mikro-prudensial alət kimi bankın zəif tərəflərini monitorinq edib daha ciddi nəzarətə təşviq edir.
- **aşağı çəkili risk kateqoriyasına aid aktivlərin artmasının** qarşısını alır – Bildiyimiz kimi, kapital adekvatlığı əmsalında leverec əmsalından fərqli olaraq risklə ölçülmüş aktivlərdən istifadə olunur. Bu da aktivlərə risk çəkilərə verən zaman banklara müəyyən mənada sərbəstlik verir. Belə ki, aşağı riskli aktivlərə investisiya individual bank səviyyəsində optimal görünür. Lakin sistem miqyasında aşağı riskli aktivlərə konsentrasiyanın artması risklərin cəmlənməsi və sistem risklərinin yaranmasına səbəb olur. Digər tərəfdən banklar risk çəkilərini müəyyən edərkən modelləşdirmə və hesablama səhvlərinə yol verə bilərlər. Amma leverec əmsalı bu risklərin təsirini aradan qaldırır.
- **hesablanması sadədir** – risk çəkilinin müəyyən olunmasına ehtiyac yoxdur və şəffafdır. Çünki balansarxası öhdəliklərinə nəzərə alır.

Çatışmazlıqları:

- aşağı riskli banklarla yüksək riskli banklar arasında fərq qoymur və aşağı riskli banklarda risklərin artırımasını sövq edə bilər.

Bazel III-ün əsas hədəfləri aşağıdakılar olmuşdur:

- bankların bütün növ risklərə qarşı dözümlülüyünün yüksədilməsi
- şəffaflığın artırılması
- banklar üzərində makro prudensial tənzimləmənin gücləndirilməsi
- banklarda korporativ və risk menecmentinin təkmilləşdirilməsi və s.

Nəticə

Son illərdə maliyyə sistemində yaranan iqtisadi daralma və bank böhranları istər inkişaf etmiş, istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatına mənfi təsir etmişdir. Bu vəziyyət dünyanın ən böyük şirkətlərinin və banklarının iflasına səbəb olmuşdur. Ölkələrarası maliyyə sisteminin inteqrasiyasının sürətlənməsi, yeni maliyyə alətlərinin yaranması və bunların maliyyə bazarında sürətlə alınıb-satılması yaranacaq risk həcminin artmasına və nəticədə yarancaq risklərə qarşı daha effektiv mübarizə üçün vahid standartlar toplusunun və prinsiplərin yaranmasına əsas vermişdir. Beləliklə, dünyada bütün ölkələrin iqtisadiyyatına mənfi təsir edən bu cür qlobal riskləri minimumlaşdırmaq üçün bir sıra ölkənin mərkəzi bankları tərəfində Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankı (Bank for International Settlements) nəzdində Bazel Komitəsi yaradılmışdır. Bu komitə tərəfindən ildən-ilə banklara müasir tələbatlara uyğunlaşan yeni standartlar ərsəyə gətirilirdi. Belə ki, Bazel Komitəsi 1988-ci ildə Bazel-I, 2004-cü ildə Bazel-II və 2013-cü ildə isə Bazel-III sazişləri bağlanmışdır.

Nəticədə, yuxarıda qeyd olunan bütün Bazel standartları əsas məqsədi bank sektoruna qarşı inamın artırılması, risk və korporativ idarəetmənin artırılması, risklərin minimumlaşdırılması və nəticə olaraq bankların dözümlüyünü artırmaq və fəaliyyətinin davamlılığı təmin etməkdir.

Bu standartlar həmçinin, banklarda maliyyə sabitliyinə, korporativ idarəetmə standartlarının inkişafına, və daxili nəzarət siyasətinin effektiv formada həyata keçirilməsinə imkan verəcəkdir.

1988-ci ildə nəşr olunan ilk standart – Bazel I və sonuncu olan Bazel III meyarları bank sistemində son tənzimləmə və nəzarət standartları olmayacaqdır. Çünki zaman keçdikcə qlobal maliyyə bazarında baş verən hadisələrə və inkişaflara uyğunlaşmaq üçün hələ bir çox Bazel standartlarına ehtiyac yaranacaqdır.

Ədəbiyyatlar

1. Bəşirov R.A. (2016). Bank işi. Bakı. (dərslik), “Bakı” nəşriyyatı
2. Məmmədov Z.F. (2010). “Pul, kredit və banklar”, Bakı. (dərslik), “Azərnəşr" nəşriyyatı.
3. Şükrü Cicoğlu və Celal Gökhan Çil “Türkiye’de Uygulanan Basel Kriterleri Ve Basel III Kriterlerinin Türk Finans Sistemine Etkileri”, Politik Ekonomik Kuram 2018, Cilt 3(1), 83-104.
4. Ezgi Aslan Külahi, Göksel Tiryaki və Ahmet Yılmaz (2014), “Türkiye’de Basel I, II ve III Kurallarına Uyum Süreci”, DergiPark, Öneri Dergisi Cilt 10, Sayı 40, s 185 - 200
5. BASEL III Kriterleri- Eymen GÜREL, Esra Burcu BULGURCU GÜREL, Neslihan DEMİR- BSAD Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergis-2012
6. Prof.Dr. Sudi Apak, Mikail Erol və Öğr.Gör.Dr. Muhsin Aslan (2016), “Basel III Uzlaşısı ve Kredi Kullanimina Etkileri”, Journal of Emerging Economies and Policy, December 2016.
7. Sadiye Oktay və Halime Temel (2007). “Basel II Kriterleri Ekseninde Ticari Bankalarda Kredi Riski Yönetiminin Karşilaştirilmasina Yönelik Bir Saha Çalişmasi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, Sayı 6, 2007, ss. 163–185.
8. Cicioğlu Ş. & Çil. C. G. (2019), “Türkiye’de Uygulanan Basel Kriterleri Ve Basel III Kriterlerinin Türk Finans Sistemine Etkileri”, Politik Ekonomik Kuram, Cilt 3(1), 83-104.
9. Sayim Ferhat, Dr Selami Er, (2009) “Risk kavramı ve Bankacılıkta risk” Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu Dergi S.22 s.7-17
10. Mona A. ElBannan (2017), “The Financial Crisis, Basel Accords and Bank Regulations: A Conceptual Framework”, International Journal of Accounting and Financial Reporting, 2017, Vol. 7, No. 2 p 225-275

11. Asem Tahtamouni & Fouzan Al Qaisi, 2016. "The Role of Basel Accords in Preventing the Banking System Failure," International Journal of Empirical Finance, Research Academy of Social Sciences, vol. 5(1), pages 36-54.
12. Pinky Soni and Dr. B. L. Heda (2015), “An overvıew and emergence of basel accords” International Journal of Current Research Vol. 7, Issue, 04, pp.14393-14396,
13. www.bakuresearchinstitute.org
14. www.banker.az
15. www.au.edu.az
16. www.banco.az

Azərbaycan Respublikasında İqtisadiyyatın İnkişafında Strateji Yol Xəritəsinin Rolunun Qiymətləndirilməsi

Hacəsgər Əsgərli

hacesger97@gmail.com

Xülasə

Respublikamız müstəqilliyini bərpa edərək özünün bütün yeraltı, yerüstü təbii sərvətlərinə, o cümlədən potensialına sahib oldu.Belə bir halda indiki və gələcək nəsillərin maraq və mənafeləri naminə ekoloji sistemin tarazlığına zərər vurmadan ölkənin sahib olduğu bütün resurslardan təbii ətraf mühiti qorumaqla effektiv istifadə edərək, onların hər bir vahidi hesabına maksimum nəticə qazanmaqla davamlı və dayanıqlı iqtisadi inkişafa nail olması Azərbaycanda perspektiv üçün müəyyən edilən sosial-iqtisadi strategiyanın əsas etibarı ilə ana xəttini müəyyən etməlidir.Bu nöqteyi-nəzərdən, davamlı və dayanıqlı iqtisadi inkişaf milli iqtisadiyyatın elə inkişafına əsaslanır ki, onun nəticəsində cəmiyyətin mövcud tələbatlarının ödənilməsi zamanı gələcək nəsillərin durmadan artan tələbatlarını da daha yaxşı ödənilməsi qabiliyyətini azaltmasın.Son dövrlər dünya iqtisadiyyatında gedən proseslər, ölkənin mürəkkəb xarici iqtisadi mühiti, makroiqtisadi vəziyyətin korlanması, neftin qiymətlərinin aşağı düşməsilə ölkənin neft gəlirlərinin azalması Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatına ciddi təsir göstərmişlər.Bu kimi ciddi hallar qlobal iqtisadi böhranlı şəraitə adaptasiyanı iqtisadi inkişafın yeni modelinin formalaşdırılmasını zərurətə çevirdi.Azərbaycanın müasir iqtisadi siyasəti iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə, qeyri-neft sektorunun inkişafına, dayanıqlı və rəqabətqabliyyətli milli iqtisadiyyatının yaradılmasına yönəldilmişdir.Ölkənin perspektiv inkişaf məqsədlərinin və istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, onların reallaşdırılması üçün ölkə başçısının 2016-cı il 6 dekabr tarixli imzaladığı fərmanla milli iqtisadiyyatın perspektivi, qaz və qeyri-neft sənayesinin inkişafı, kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın artırılması, müvafiq sahə məhsullarının becərilməsi, tədarükü və emalı, kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində əhali üçün istehlak mallarının istehsalı, ağır və maşınqayırma sənayesinin inkişafı, loqistika və ticarət, ixtisaslaşmış turizm sənayesi, münasib qiymətlərlə mənzil təminatı, peşə təhsili və təlimi, maliyyə xidməti, telekommunikasiya və informasiya texnologiyaları və kommunal xidmət üzrə Milli iqtisadiyyat və onun əsas sektorlarının strateji yol xəritəsi təsdiq edilmişdir.

Açar sözlər: milli iqtisadiyyat, strateji xəritə, analiz

Giriş

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətlərinin təsdiqi və bundan irəli gələn məsələlər haqqında” 2016-cı il 16 mart tarixli 1897 nömrəli Sərəncamına əsasən milli iqtisadiyyat və onun 11 sshəsi üzrə ümumilikdə 12 strateji yol xəritəsi hazırlanmışdır. Strateji yol xəritələrinin layihələri hazırlanarkən maraqlı tərəflərin, vətəndaş cəmiyyəti institutlarının rəy və təklifləri də həmçinin nəzərə alınmışdır ki, bu da prioritet sahələrə geniş baxış bucağından yanaşmaq üçün uyğun şərait yaratmışdır. Strateji yol xəritələrinin icrasında əsas məqsəd Azərbaycanda davamlı olaraq iqtisadi tərəqqi əsasında iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyinin, inklüzivliyinin və sosial rifahın artırılmasından ibarətdir. Nəzərdə tutulan layihələr neft-qaz, istehlak malları istehsalı, kənd təsərrüfatı, ağır sənaye və maşınqayırma, logistika, ixtisaslaşmış turizm əhalinin münasib qiymətlə mənzil təminatı, maliyyə xidmətləri, peşə təlimləri, telekommunikasiya və kommunal xidmətlər sahələrini əhatə edir (Baxşəliyev, R.A.,2018).

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı il 6 dekabrtarixli fərmanı ilə təsdiq olunmuş “Azərbaycan Respublikasının Milli İqtisadiyyat Perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi” sözügedən istiqamətlər üzrə strateji məqsəd və hədəfləri, nəzərdə tutulan tədbirlərin maliyyələşdirmə dəyərləndirmə mexanizmlərini müəyyənləşdirir.

Metod

Məqalədə təhlil, araşdırmalar, dərketmə metodlarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat işində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunması üçün ümumi elmi tədqiqat metodlarından (ümumiləşdirmə, müqayisələr və s.), o cümələdən, tədqiqatın xüsusi metodlarından (statistik metodları və sairə), SWOT analizdən istifadə olunmuşdur.Tədqiqat işi yerinə yetirilərkən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məcmuələrindən, elmi-tədqiqat institutlarının tədqiqat işlərinin nəticələrindən, xidmət təşkilatlarına dair hesabatlarından, iqtisadi ədəbiyyatdan və s. geniş istifadə edilmişdir.

Analiz

Strateji Yol Xəritəsində diqqətləri çəkən başlıca hal strateji məqsəd və hədəflərə çatmaq üçün aydın zaman çərçivəsinin müəyyən edilməsidir. Yəni, Strateji Yol Xəritəsi qısa, orta və uzunmüddətli dövrləri əhatə edir. Bu yanaşma dayanıqlı tərəqqini hədəfləyən strateji sənədin uğurla icrası üçün olduqca önəmlidir. Milli iqtisadiyyatların qlobal iqtisadi-ticari məkana inteqrasiyasının artdığı bir zamanda proqnozlaşdırıla bilməyən risklərin mövcud olması belə bir yanaşmanı vacib edir. Buna görə də, Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulmuş əsas əməliyyatların icrası üzrə tədbirlər planının 2020-ci ilə qədərki dövrü hazırki reallıqlar və qlobal çağırışlar nəzər alınmaqla faydalı icra mexanizminin formalaşdırılmasını özündə əks edir. Bu sənəddə 2025-ci ilədək olan zaman üçün uzunmüddətli baxış və 2025-ci ildən sonrakı illər üçün isə hədəf baxış müəyyən olunmuşdur ki, həmin illər üzrə hansı tədbirlər paketinin müəyyənləşdirilməsi Azərbaycan iqtisadiyyatının yaxın dövrlərdə nümayiş etdirəcəyi tərəqqi göstəricilərindən, qlobal iqtisadi-maliyyə mühitində reallaşan dəyişikliklərdən asılı olacaqdır (İmanquliyev. B.N, 2018: s.3).

Strateji Yol Xəritəsində 2025-ci ilədək müəyyənləşdirilmiş uzunmüddətli baxış dayanıqlı tərəqqi yoluna qədəm qoymuş ölkə iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətliliyinin daha da çox gücləndirilməsini hədəfləmişdir. Bu hədəfə çatmaq ölkədə azad rəqabət mühitinin formalaşdırılması və iqtisadiyyatda özəl sahənin payının yüksəldilməsi, həmçinin, investisiya cəlbediciliyinin artırılması yönündən xüsusi önəmlidir. Azərbaycan son illərədək makroiqtisadi şəraitə görə dünyanın əsas maliyyə institutları tərəfindən ən sabit ölkələrdən biri olaraq dəyərləndirilmişdir. Ancaq, neftin qiymətində kəskin azalmanın baş verməsi ölkəmizin makroiqtisadi sabitliyi üçün təhlükəlidir. Beləliklə, ortamüddətli hədəfdə yenidən makroiqtisadi sabitliyə nail olmaq qarşıya qoyulmuş öhdəliklərin reallaşdırılmasının əsas şərtlərindən biridir.

Respublikamızda 2018-ci ilin sosial-iqtisadi tərəqqisini səciyyələndirən makroiqtisadi göstəricilərinin səviyyəsi aşağıda verilmişdir.

Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikasında 2018-ci ildə sosial-iqtisadi tərəqqinin makroiqtisadi göstəricilərinin səviyyəsi

Göstəricinin adı	2018-ci il, faktiki	2018-ci il özündən əvvəlki illə müqayisədə% - lə	2017-cı il özündən əvvəlki illə müqayisədə, %-lə
ÜDM (milyon manatla)	70135,2	100,2	96,8
bundan: Qeyri-neft ÜDM	44061,8	102,8	95,6
Adambaşına düşən ÜDM manatla	7205,1	99,2	95,9

Sənaye məhsulu, milyon manat	39555,5	96,7	99,6
Bundan: qeyri-neft sektoru	9484,9	103,8	104,9
Əsas fondlara yönəldilmiş vəsaitlər, milyon man.	15550,9	97,5	78,4
Ondan: tikinti-quraşdırmaya	11439,7	98,6	77,5
Kənd təsərrüfatı məhsulu sahasinə, milyon man.	6580,1	104,3	102,7
hımçinin:			
Bitkiçilik	3019,1	106,2	102,6
Heyvandarlıq	3561,1	102,8	102,9
Nəqliyyat sahəsində yüklərin daşınması, milyon ton	226,5	101,9	100,1
Nəqliyyat sahəsində sərnişinlərin daşınması, milyon sərnişin	1973,5	102,4	102,1
İnformasiya, rabitə xidmətləri, milyon man.	1724,7	106,7	104,8
Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, milyon man.	35268,2	102,6	101,6
Əhaliyə göstərlən ödənişli xidmətlər, milyon man.	8636,1	101,3	98,8
Dövlət büdcəsinin gəlirləri, milyon man.	16446,8	94,1	100,1
Dövlət büdcəsinin xərcləri, milyon man.	17588,5	99,2	99,9
Dövlət büdcəsinin kəsiri, milyon man.	1141,6	-	-
Əhalinin nominal gəlirləri, milyon man.	49162,8	108,4	108,8
Adambaşına düşən nominal gəlirlər, man.	5050,6	107,3	107,6
Əhalinin banklardakı əmanətləri, milyon man. 01.12.2018-ci il tarixinə vəziyyət	7370,7	96,8	107,4
Kredit qoyuluşları, milyon man. 01 dekabr 2018-ci il vəziyyətinə,	12226,3	75,1	86,8
Ondan: vaxtı ötmüş kreditlər	1890,4	131,2	117,4
Nominal orta aylıq əmək haqqı, man.	525,1	106,3	107,1
İstehlak qiymətlərinin indeksi	-	112,8	112,5
Əhalinin sayı, min nəfər, 2018-ci il 01 dekabr vəziyyətinə	9890,8	100,8	101,2
Xarici ticarət dövriyyəsi, milyon ABŞ dollar			
faktiki qiymətlərlə:	21 809,5	111,5	82,5
müqayisəli qiymətlərlə:	-	89,2	93,8
İxrac			
faktiki qiymətlərlə:	14 018,8	118,8	76,6
müqayisəli qiymətlərlə:	-	93,5	94,8
qeyri-neft məhsullarının ixracı:			
faktiki qiymətlərlə:	1 386,8	124,2	76,6
müqayisəli qiymətlərlə:	-	121,9	82,3
İdxal:			
faktiki qiymətlərlə:	7 790,8	100,8	94,2
müqayisəli qiymətlərlə:	-	82,5	92,2

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/ (25.03.2020).

Cədvəlin təhlilindən görmək olar ki, 2018-ci ildə ölkə üzrə ÜDM-un həcmi 70135,2 milyon manat təşkil etmişdir. Ümumi daxili məhsulun həcmi özündən əvvəlki illə müqayisə olunduqda 2017-ci ildə 96,9%, 2018-ci ildə 100,1% olmuşdur. Yəni, ümumi daxili məhsulun həcmi özündən əvvəlki illə müqayisə olunduda 2017-cı ildə 3,1% azaldığı halda, 2017-ci ilə nisbətən 2018-ci ildə çox cüzi 0,1% yüksəlmişdir. Ölkə üzrə istehsal olunmuş ümumi daxili məhsulun 62,8%-i qeyri-neft sahəsinin payına düşmüşdür. 2018-ci ildə əhalinin hər bir fərdinə düşən ümumi daxili məhsulun həcmi 7205,1 manat olmuşdur (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə ölkədə 39555,5 milyon manatlıq sənaye məhsulu istehsal olunmuşdur ki, onun da 9484,9 milyon manatı və ya 24%-i qeyri-neft sahəsinin payına düşür. Ölkə üzrə sənaye məhsulunun həcmi 2015-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 0,5%, 2017-cı illə müqayisədə 2018-ci ildə isə 3,4%

azaldığı halda, qeyri-neft sahəsində istehsal olunan məhsulun həcmi özündən əvvəlki illə müqayisədə 2017-ci ildə 4,8%, 2018-ci ildə 3,7% yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə sənayedə əsas kapitala istiqamətləndirilmiş vəsaitlərin həcmi 15550,9 milyon manat təşkil etmişdir ki, buda onun həcminin özündən əvvəlki illə müqayisədə 2017-ci ildə 21,7%, 2017-ci ildə 2,6% azaldığını göstərir. Əsas kapitala istiqamətləndirilmiş vəsaitlərin 11439,1 milyon manatı və ya 73,6% -i isə tikinti-quraşdırma işlərinə istifadə edilmişdir. (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə ölkəmizdə faktiki olaraq 6580,1 manatlıq kənd təsərrüfatı məhsulu istehsal olunmuşdur ki, bunun da 3019,1 milyon manatı və ya 45,9%-i bitkiçiliyin, 3561,1 milyon manatı 54,1%-i heyvandarlığın payına düşür. Kənd təsərrüfatı məhsulunun həcmi 2016-cı ilə nisbətən 2017-ci ildə 2,6%, 2017-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 4,2%, o cümlədən bitkiçilik məhsulunun həcmi müvafiq olaraq 2,5% və 6,1%, heyvandarlıq məhsulunun həcmi isə 2,8% və 2,7% yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə ölkəmizin nəqliyyat sahəsində fəaliyyət göstərən fiziki şəxslər və müəssisələr tərəfindən 226,5 milyon ton yük və 1973,5 milyon sərnişin daşınmışdır. Nəqliyyat sahəsində yük daşınması 2016-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə dəyişmədiyi halda, 2017-ci ilə nisbətən 2018-ci ildə 1,8 %, sərnişin daşınması 2016-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 2,0%, 2017-ci ilə nisbətdə 2018-ci ildə 2,3 % yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə informasiya və rabitə müəssisələrinin göstərdiyi xidmətlərin qiyməti 1724,7 milyon manata çatmışdır. Bu xidmətlərin 72,5%-i əhali sektorunun payına düşür. İnformasiya və rabitə müəssisələrinin göstərdiyi xidmətlərin qiyməti 2016-ci ilə nisbətən 2017-cı ildə 4,7%, 2017-cı ilə nisbətən 2018-ci ildə 6,6% yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 2018-ci il üçün 35268,2 milyon manat olmuşdur. Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 2016-ci ilə nisbətən 2017-ci ildə 1,5%, 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə 2,5%-ə yüksəlmişdir.

2018-ci ildə əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin ümumi dəyəri 8636,1 milyon manata çatmışdır. Xidmət obyektləri tərəfindən əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətərin dəyəri 2016-ci ilə nisbətən 2017-ci ildə 1,1% azalsada, 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə isə 1,2% yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə dövlət büdcəsinə daxil olan vəsaitlərin ümumi həcmi 16446,8 milyon manat, dövlət büdcəsindən sərf edilmiş vəsaitlərin həcmi 17588,5 milyon manat təşkil etmişdir ki, buna görədə ölkədə 1141,6 milyon manatlıq büdcə kəsiri yaranmışdır. Dövlət büdcəsinin kəsirinın həcmi ÜDM-un 1,6%-i səviyyəsində olmuşdur.

Dövlət büdcəsinin gəlirləri 2016-ci ilə nisbətən 2017-cı ildə sabit qaldığı halda, özündən əvvəlki illə müqayisədə 2018-ci ildə 6% azalmışdır.Dövlət büdcəsinin xərcləri 2016-cı ilə nisbətən 2017-ci ildə 0,2%, 2017-ci illə müqayisə olunduqda 2018-ci ildə 0,1% azalmışdır.

Əhalinin 2018-ci ildəki gəlirlərinin nominal ifadədə həcmi 49162,8 milyon manat olmuşdur ki, bu da onun həcminin 2016-ci ilə nisbətən 2017-cı ildə 8,3%, özündən əvvəlki illə müqayisədə 2018-ci ildə 8,7% yüksəlmişdir.Göstərilən dövrdə əhalinin hər bir fərdinə düşən nominal gəlirlərin həcmi 5050,6 manat olmuşdur ki, bu da onun həcminin özündən əvvəlki illə müqayisədə 2017-cı ildə 7,5%, 2017-cı ilə nisbətən 2018-ci ildə 7,2% yüksəlmişdir (https://www.stat.gov.az/).

01.12.2018-ci il tarixinə olan məlumata əsasən əhalinin banklarda olan əmanətlərinin həcmi 7370,7 milyon manata çatmışdır ki, bu da onun həcminin özündən əvvəlki illə müqayisədə 2017-cı ildə 7,3% yüksəldiyi halda, 2017-cı ilə nisbətən 2018-ci ildə 3,1% azalmışdır (https://www.stat.gov.az/).

1 dekabr 2018-ci il tarixinə olan məlumata əsasən ölkənin kredit təşkilatları tərəfindən qoyulan kredit məbləğinin həcmi 12226,3 milyon manat olmuşdur, bunun da 1890,3 milyon manatını və ya 15,5% -ni ödəniş vaxtı keçmiş kreditlər təşkil etmişdir. Kredit qoyuluşlarının həcmi özündən əvvəlki illə müqayisədə 2017-cı ildə 13,2%, 2017-ci ildə 24,9% azaldığı halda, ödəniş vaxtı keçmiş kreditlərin həcmi isə özündən əvvəlki illə müayisədə 2016-cı ildə 17,3%, 2018-ci ildə 31,1% yüksəlmişdir.

2018-ci ilə dair məlumatlara əsasən ölkə üzrə orta aylıq nominal əmək haqqının həcmi 525,1 manat olmuşdur. Bu göstəricinin həcmi özündən əvvəlki ilin uyğun dövrü ilə müqayisədə 7,0%, yüksəlmişdir.

İstehlak məhsullarının və xidmətlərin dəyəri 2016-ci illə müqayisə etdikdə 2017-ci ildə 12,4%, 2016-cı illə müqayisədə 2018-ci ildə 12,9% yüksəlmişdir. 2018-ci il məlumata əsasən ölkə əhalisinin sayı 9890,8 min nəfər olmuşdur. Bu da özündən əvvəlki ilə nisbətən 2017-cı ildə 1,1%, 2018-ci ildə isə 0,9% artmışdır (https://www.stat.gov.az/).

Xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 2018-ci il üçün faktiki qiymətlərdə 21809,5 milyon ABŞ dolları olmuşdur ki, onun da 14018,8 milyon ABŞ dolları və ya 64,3%-i ixracın, 7790,8 milyon ABŞ dolları və yaxud 35,7% -i idxalın payına düşür. 2016-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 17,4%, ixracın həcmi 23,5%, idxalın həcmi 5,9% azaldığı halda, 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 11,6%, ixracın həcmi 8,7%, idxalın həcmi isə 0,9% artmışdır. 2018-ci ildə ixrac idxalı üstələyib ki, bunun nəticəsində də 6229 milyon ABŞ dolları müsbət saldo yaranmışdır (https://www.stat.gov.az/).

Azərbaycan Respublikası DSK-nin rəsmi məlumatlarına əsasən 2010-2018-cı illərdə ölkə üzrə ÜDM-un manat, ABŞ dolları və avro ilə dinamikası aşağıdakı cədvəldə verilmiş:

Cədvəl 2. 2010-2018-cı illərdə Azərbaycan Respublikasında yaranan ümumi daxili məhsulun dinamikası (manat, ABŞ dolları və avro ilə)

İllər	Cəmi		
	Milyon manatla	Milyon ABŞ dolları ilə	Milyon avro ilə
2010	40137,2	48852,5	33174,0
2011	35601,5	44297,0	31738,9
2012	42465,0	52909,3	39952,0
2013	52082,0	65951,6	47377,4
2014	54743,7	69683,9	54180,2
2015	58182,0	74164,4	55826,1
2016	58977,8	75188,4	56581,1
2017	54380,0	52996,8	47785,6
2018	60393,6	37843,0	34199,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/ (25.03.2020).

2010-cu illə nisbətdə ÜDM-un həcmi manatla 2011-ci ildə 11,4% azalmış, 2012-ci ildə 5,7%, 2013-cü ildə 29,7%, 2015-ci ildə 36,3%, 2015-ci ildə 44,9%, 2016-cı ildə 46,9%, 2017-ci ildə 35,4%, 2018-i ildə 50,2% artmışdır. 2010-ci illə nisbətdə ÜDM-un həcmi dollarla 2011-ci ildə 9,4% aşağı düşmüş, 2012-ci ildə 8,3%, 2013-cü ildə 35%, 2015-ci ildə 42,6%, 2015-ci ildə 51,8%, 2016-cı ildə 53,9%, 2017-ci ildə 8,4% artsa da, 2018-ci ildə 22,6% azalmışdır. Avro ilə isə 2011-ci ildə 4,2% aşağı düşmüş, 2012-ci ildə 20,4%, 2013-cü ildə 42,8%, 2014-cü ildə 63,3 %, 2015-ci ildə 68,2%, 2016-ci ildə 70,5%, 2017-ci ildə 44,0%, 2018-ci ildə 3,0% artmışdır (https://www.stat.gov.az/).

2018-ci ildə ölkədə 54380,0 milyon manatlıq, yəni 2016-cı illə müqayisə olunduqda 4597,8 milyon manat və ya 7,8% az ÜDM istehsal olunmuşdur. Məlumdur ki, 2018-ci ildə Azərbaycan iqtisadiyyatı dünya bazarında qara qızılın qiymətinin enməsi ilə əlaqədar milli valyutanın devalvasiyası nəticəsində bir sıra neqativ məqamlar yaşadı ki, bu da ilk növbədə ÜDM-un həcminin azalmasına gətirib çıxardı. Ölkə Prezidentinin apardığı islahatlar və tədbirlər nəticəsində ölkəmizdə 2018-ci ildə ümumi daxili məhsulun manatla həcmi yenidən artaraq 60393,6 milyon manat olsa da, dollar ilə 37843,0 milyon dollar və ya avro ilə 34199,9 milyon avro olaraq həcmi azalmışdır. 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə ümumi daxili məhsulun həcmi manatla 6013,6 milyon manat və ya 11% yüksəlmiş, dollarla 15153,8 milyon dollar və ya 28,6%, avro ilə 13585,7 milyon avro və ya 28,4% enmişdir. 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə hər bir 0adambaşına düşən ÜDM-un həcmi manatla 9,8% artsa da, ABŞ dolları ilə 29,4%, avro ilə isə 29,2% azalmışdır (https://www.stat.gov.az/).

Azərbaycanın milli iqtisadiyyatı 2004-2014-cü illər çərçivəsində güclü iqtisadi artım qazanaraq növbəti dövrlər üçün imkan olacaq həddə önəmli iqtisadi artım qüvvəsi əldə etmişdir. Belə ki, yeni dövrün neqativ təsirlərinin hökm sürdüyü vəziyyətdə belə, gələcək iqtisadi artım üçün yeni inkişaf yanaşmasına keçid üçün geniş imkanlar vardır. Beləliklə, GZİT təhlilinin nəticələri göstərir ki, ölkədə iqtisadi artımın əsas göstəricilərinin yeni iqtisadi yanaşmaya ötürülməsi üçün səmərəli müsbət istiqamətləri vardır (https://static.president.az/ pdf/38542.pdf).

Cədvəl 3: SWOT təhlili

Güclü cəhətlər	**Zəif cəhətlər**
• ictimai-siyasi sabitlik • strateji tərəfdən səmərəli coğrafi mövqe • sosial sahələrin adətən dövlətin diqqətində olması • sahibkarlığın inkişaf etdirilməsinə, ixracın həvəsləndirilməsinə, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə və səmərəli investisiya mühitinin qurulmasına dövlət dəstəyi • Sərfəli enerji və nəqliyyat dəhlizi üçün qlobal proyektlərdə iştirak etmək	• ölkənin milli iqtisadiyyatının əsasən neft-qaz gəlirlərindən asılı olması • makroiqtisadi siyasətin pro-tsiklik olması • milli iqtisadiyyatda ixracın zəif yayılması • özəl sahələrdə və dövlət müəssisələrində korporativ idarəetmənin yetərli həddə olmaması • Xaricdən qoyulan investisiyaların ən çox neft-qaz sahədinə yönəldilməsi • investisiya edilişlərində dövlətin payının çox olması, özəl sektorların iştirakının zəif dinamikası

• xalqa dövlət xidmətlərinin edilməsi yönündə effektivlik və şəffaflığın yüksəldilməsi (məsələn ASAN xidmət) • dövlət borcunun, işsizlik və inflyasiya səviyyəsinin aşağı səviyyədə olması • enerji və ərzaq təminatı baxımından özünü təminetmə həddinin qənaətbəxş olması	• xarici şoklara qarşı dayanma imkanlarının zəif olması • ixracın xüsusən xammalyönümlü olması • istehsal sahələrində ən çox idxaldan asılılıq • qeyri-rəsmi məşğulluq həddinin yüksək səviyyədə olması • insan kapitalının inkişafında zəif inteqrasiya • xidmət ixracının zəif olması
Imkanlar	**Risklər vəTəhlükələr**
• məşğulluqda qeyri-dövlət sahələrinin rolunun yüksəlməsi • qeyri-rezident sahibkarlara səmərəli biznes mühitinin qurulması • prioritet sahələr yönündə artım imkanlarının olması • dövlətin mülkiyyətində rentabellik həddi aşağı olan sahibkarlıq obyektlərinin ozgəninkiləşdirilməsində həm xarici və yerli sahibkarların iştirakı üçün səmərəli mühiti qurmaqla, özəl investisiya qoyuluşlarının artmasına şərait yaradılmsı • beynəlxalq dəyər zəncirinə keçid, iqtisadiyyatın genişləndirilməsi imkanları	• vergi səviyyəsinin yüksəlməsi • regiondakı geosiyasi gərginliyin yüksəlməsi • investisiyaların istehsal sektorlarından daha çox infrastruktur sahələrinə cəlb olunması • orta gəlir həddinə enmək və ya daha aşağı gəlirlilik qrupuna düşmək təbii ehtiyatların tükənmə təhlükəsi, yeni artım sahələrinin zərərləri kompensasiya etmə səviyyəsinin minimum olması

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub

Mövcud artım yanaşması, son dövrlər müşahidə olunan dinamika, qlobal neft bazarında proqnozlar bu qənaəti yaradır ki, Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyatı baza ssenaridə qısa və ortamüddətli zamanda bir sıra çağırışlarla qarşılaşacağdır. BVF-nin 2016-cı il üzrə açıqlanmış məlumatlara əsasən, Azərbaycan iqtisadiyyatının neft qiymətlərinin aşağı düşməsi dövründə qarşılaşdığı məsələlər nəzərdə tutularaq, makroiqtisadi çərçivə üzrə baza ssenaridə proqnozlar təqdim olunmuşdur.

Azərbaycanın öz iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi üçün investisiya qoyuluşlarını daha da yüksəldərək bunun üçün daha səmərəli mühit yaratdığını diqqətə alaraq, "qızıl qayda"nın tətbiqi iqtisadiyyatın genişlənməsi üçün aparılan tədbirlərə dəstək olacaqdır. Daima dəyişən neft qiymətlərinin neqativ təsiri nəticəsində yaranacaq iqtisadi riskləri yumşaldan möhkəm maliyyə siyasəti iqtisadiyyatın gələcəkdə tərəqqisini şərtləndirir. Bu mexanzim ölkə iqtisadiyyatını kənar təsirlərdən qoruyur.

Nəticə

Strateji yol xəritələrinin Azərbaycan Respublikasında iqtisadi inkişafa təsirini araşdırarkən aşağıdakı nəticələri qeyd edə bilərik:

1.Milli iqtisadiyyat və onun əsas sektorları üçün FSİ inkişafının məqsədi iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində və bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatında rəqabət qabiliyyətinin artırılması, davamlı iqtisadi inkişafa əsaslanan əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılmasıdır və Azərbaycanda, azad rəqabət mühiti yaratmaq, resursların cəlb edilməsi, respublikanın dünya iqtisadiyyatındakı mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və s. kimi belə vacib nailiyyətləri təmin etməkdir.

2.Strateji yol xəritələri iqtisadi böyüməni artırmaq üçün bir növ "yol xəritəsi" olaraq inkişaf etdirilir və aralıq statistikaların müqayisəsini və fəaliyyətlərin düzəldilməsinə imkan yaradır.

3.Strateji yol xəritələri biznes strategiyası ilə bazar və texnoloji həllər arasında birləşdirən əlaqə rolunu oynayır.

4.İqtisadi inkişafdakı boşluqları strateji yol xəritələri ilə müəyyənləşdirmək: bu boşluqları vaxtında həll etməyə kömək edir və gələcək problemlərin qarşısını alır

5.Dövlət idarəçiliyində strategiya və konsepsiyalara ölkənin institusional infrastrukturunun formalaşdırılması üçün qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmağa kömək edən mühüm rol verilir.

Ədəbiyyatlar

1. “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyatının perspektivi üzrə strateji yol xəritəsi” İlham Əliyevin 06 dekabr 2016-cı il tarixli sərəncamı
2. “Yeni tərəqqi illəri 2014-2018” ,(2019), AR Dövlət Statistika Komitəsi, Bakı.
3. Şəkərəliyev A.Ş., Şəkərəliyev Q.A., (2018), Azərbaycan iqtisadiyyatı: reallıqlar və perspektivlər, Bakı, s.532
4. Abasov .C.N., (2019), Strateji Yol Xəritələrinin illik hesabatı //525-ci qəzet S.3.
5. Baxşəliyev, R.N., (2018), Strateji yol xəritələri milli inkişafa yeni təkan verir //Azərbaycan, S.1-3.
6. Cavadov .N.A., (2017), Strateji yol xəritələri keyfiyyətcə yeni inkişafın strategiyasıdır //Azərbaycan, S.5-9
7. Hacıyev, F.Ş., (2017), Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin gerçəkləşməsində ixrac potensialının təhlili və inkişaf perspektivləri, //İqtisadiyyat, S.9.
8. İmanquliyev B.N., (2018), Strateji yol xəritələri iqtisadi uğurlarımızın təməli kimi //``Azərbaycan``, S.3.
9. Mikayılova N. Y., Bağırov M. M., (2018), Azərbaycan iqtisadiyyatı Bakı: Müəllim, s.311

1. Həsənov .İ.M (2015)“Sosial-iqtisadi statistika” Bakı: Günəş., -192 səh

Müəssisələrdə Uzunmüddətli Aktivlərin İdarə Olunması Sistemi Və Onun Təkmilləşdirilməsi Yolları

Nurlan Məmmədli

nurlanmammadli1997@gmail.com

Xülasə

Bazar iqtisadiyyatının inkişafı ilə əlaqədar dinamik makroiqtisadi mühitdə, xüsusilə iqtisadi böhranlar baş verən zaman müəssisələr tərəfindən uzunmüddətli aktivlərin effektiv şəkildə idarə olunması ilə bağlı məsələlər ön plana çıxır. Uzunmüddətli aktivlərlə bağlı bir çox elmi tədqiqatlar mövcud olsa da, hələ də bu sahədə kifayət qədər öz həllini tapmayan məqamlar qalmaqdadır. Birincisi, bu problemin nəzəri hissəsinin kifayət qədər araşdırılmaması ilə bağlıdır, çünki iqtisadi ədəbiyyatlarda uzunmüddətli aktivlər anlayışının müəyyənləşdirilməsi ilə əlaqədar bir çox iqtisadçı alimlər arasında birmənalı fikir mövcud deyil. İkincisi, iqtisadi böhranlar şəraitində yüksək maliyyə göstəricilərini əldə etmək məqsədilə müəssisələrin uzunmüddətli aktivlərinin idarə olunması metodlarının ümumi və spesifik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək zərurəti yaranır. Bəzən uzunmüddətli aktivlərin istifadəsinin rentabelliyini qiymətləndirmək üçün mövcud metodlar konkret seçilmiş müəssisə üçün hər zaman uyğun olmur, bu da bütün təşkilatlar üçün uzunmüddətli aktivlərin istifadəsinin səmərəlilik göstəricilərinin hesablanması üçün alternativ bir yanaşmanın tərtib olunmasını zəruri edir. Buna görə də müasir dövrdə uzunmüddətli aktivlərin idarə olunma dərəcəsinin kəmiyyət və keyfiyyətcə qiymətləndirilməsi üçün xüsusi iqtisadi modelin hazırlanması və onun təkmilləşdirilməsinin istiqamətlərini və vasitələrini, həmçinin təşkilatların uzunmüddətli aktivlərinin idarə olunmasının effektivliyini xarakterizə edən proqnoz göstəricilərinin müəyyən edilməsi xüsusilə vacibdir. Aydındır ki, uzunmüddətli aktivlərin uçotu, təhlili və idarə olunması təşkilatların maliyyə xidmətlərinin ən vacib vəzifəsidir, həmçinin daxili və xarici bazarlarda uğur qazanmaq üçün başlıca şərtdir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz məqamlar məqalənin mövzusunu daha da aktual edir.

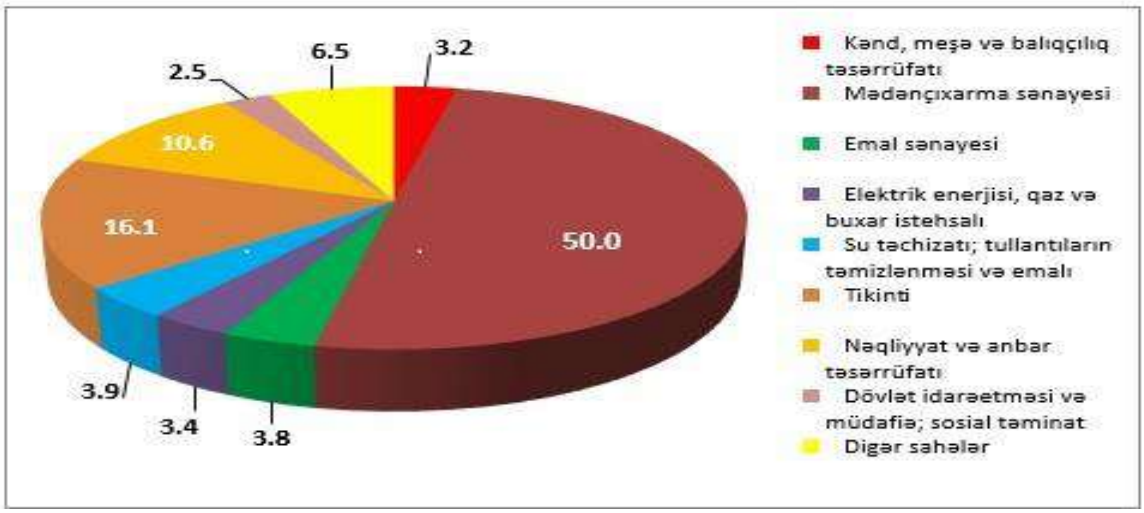
Açar sözlər: Aktivlər, Uçot, Təhlil, İdarəetmə

Giriş

Uzunmüddətli aktivlər müəssisələrin iqtisadi varlığının əsas təməlidir. Müəssisələrin həyata keçirdikləri kommersiya fəaliyyətinin müvəffəqiyyətli olması və ya uğursuzluğu, aktivlər üzrə idarəetmənin şirkətin başlanğıcında necə qurulduğundan, necə idarə edildiyindən, quruluş və keyfiyyət dəyişikliyindən, iş prosesində səmərəli istifadə edilməsindən asılıdır. Təbiidir ki, bazar münasibətlərinin belə formalaşması və inkişafı istehsalçıları istehlakçıların tələblərini öyrənməyə, istehsal etdikləri məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa, əmək məhsuldarlığını yüksəltməyə, istehsalı genişləndirməyə və istehsal xərclərini aşağı salmağa məcbur edirdi (İsmayılov, 2018). Uzunmüddətli aktivlər istehsal-təsərrüfat fəaliyyəti prosesində dəfələrlə iştirak edən və istifadə olunmuş dəyəri hissə-hissə məhsulların və xidmətlərin maya dəyərinə köçürən, müəssisələrin tabeliyindəki əmlak dəyərlərinin məcmusunu xarakterizə edən aktivdir. Uzunmüddətli aktivlər dəfələrlə istehsal prosesində iştirak etdikləri və dəyərlərini hissə-hissə məhsullara (xidmətlərə) köçürdükləri üçün onlara dövriyyədənkənar aktivlər və ya daimi aktivlər deyilir (Leevik, 2010). Beləliklə, uzunmüddətli aktivlər – təşkilatlar tərəfindən istehsal-təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə alınan, faydalı istismar müddəti azı bir il və çox olan aktivlərdir. Uzunmüddətli aktivlərə torpaq, tikili və avadanlıqlar, qeyri-maddi aktivlər, maliyyə qoyuluşları və s. daxildir. Müəssisələr tərəfindən bazarların tələblərinə cavab verən məhsulların buraxılması, xidmətlərin göstərilməsi, dünya bazarlarına çıxışın əldə olunması, şirkətin fəaliyyət sahələrinin genişləndirilməsi uzunmüddətli aktivlərə investisiya axınını tələb edir.

Olduqca məşhur olan "məhdud resurslar aləmi" tezisini nəzərə alsaq, müəssisələr öz investisiya portfelini difersifikasiya prinsipini rəhbər tutmaqla formalaşdırmalı, maliyyə imkanlarını düzgün təhlil etməli və uzunmüddətli aktivlər üzərində effektiv nəzarət metodlarını yaratmalıdır. Təşkilat investisiya qoyuluşunun mümkün ola biləcək bütün sahələr arasından olduqca çətin, lakin bir o qədər məsuliyyətli seçim etməlidir. Düzgün qəbul edilmiş iqtisadi qərar müəssisənin mənfəətlik şəraitində fəaliyyəti üçün əsasdır. Bir qayda olaraq, Respublikamızda sənaye, xidmət və kənd təsərrüfatı sektorunda fəaliyyət göstərən əksər müəssisələr və onların balansındakı əmlakın nəhəng hissəsi uzunmüddətli aktivlərə aiddir. Öz növbəsində, bir çox müəssisələrin balansında olan uzunmüddətli aktivlərin ümumi payında iri xüsusi çəkiyə torpaq, tikili və avadanlıqlar malikdir. Çünki torpaq, tikili və avadanlıqlar iqtisadiyyatın bütün sahələrində geniş şəkildə istifadə olunur.

Qrafik 1 : 2017-ci ildə Azərbaycan iqtisadiyyatında əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə quruluşu (ümumi yekuna görə faizlə)



Mənbə : http://www/bakuresearchinstitute.org/az/the-economy-of-azerbaijan-in-2017-comprehensive analysis/

Qrafikdən göründüyü kimi, Respublikamızın iqtisadiyyatının müxtəlif sektorlarına yönəldilən investisiyalar daha çox sənaye sektoruna edilib ki, bu da ölkəmizdə neft-qaz, o cümlədən digər sənaye sahələrinin inkişaf etməsi ilə bağlıdır. Ağır sənaye sahələrində torpaq, tikili və avadanlıqlar, digər uzunmüddətli aktivlərin növləri ilə müqayisədə daha geniş yayılıb. Əlbəttə, şirkətə yönəldilən investisiyalar nəticəsində müəyyən şirkətin bazasında yaradılan törəmə müəssisələrdə əsas müəssisənin fəaliyyət profilindən tamamilə fərqli olan fəaliyyət istiqaməti yaradılarsa, investisiya təkcə əsas müəssisəyə yox, yeni yaranan müəssisənin uzunmüddətli aktivlərinə qoyulmalıdır. Bütün bunlara baxmayaraq, törəmə müəssisənin nizamnamə kapitalına investisiya yatıran digər şirkət üçün bu investisiyalar uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları, yəni uzunmüddətli aktivlər hesab olunacaq (Lisovskaya, 2011). Nəticədə uzunmüddətli aktivlərin uçotu, qiymətləndirilməsi, həmçinin effektiv idarə edilməsi sənaye və digər sahələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün başlıca vəzifədir.

Uzunmüddətli aktivlərin cari vəziyyəti və səmərəli istifadəsi şirkətlərin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinə birbaşa təsir göstərir. Bazar münasibətlərinin formalaşması nəticəsində meydana gələn kommersiya uğuru anlayışı maliyyə resurslarının bütün növlərindən ən səmərəli istifadə edən müəssisələrin qazana biləcəyi istehsalçılar arasında rəqabət mübarizəsini nəzərdə tutur. Müəssisələrin balansında olan torpaq, tikili və avadanlıqlardan, o cümlədən istehsal vasitələrindən dolğun və rasional istifadəsi onun bütün texniki və iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşmasına töhfəsini verir. Deyilənlərə misal olaraq uzunmüddətli aktivlərin səmərəli idarəetməsini həyata keçirən

şirkətlərdə əmək məhsuldarlığının yüksəlməsi, istehsal həcminin artması, məhsulların və təqdim olunan xidmətlərin maya dəyərinin azaldılması, kapital qoyuluşlarına yönəlmiş resursların artması və s. misal göstərmək olar.

Metod

Müəssisələr tərəfindən uzunmüddətli aktivlərin idarəçilik sisteminin təkmilləşdirilməsinin tədqiq edilməsi istiqamətində bir çox tədqiqat metodlarından istifadə edilmiş, müxtəlif elmi-metodoloji ədəbiyyatlarda yer alan nəzəri fikirlər sintez edilmiş, tədqiqat mövzusuna uyğun müxtəlif yanaşmalara nəzər yetirilmişdir. Məqalə mövzusunun tədqiqatı zamanı istifadə olunmuş bir çox metodlara qruplaşdırma, deduksiya, təhlil, analiz, sintez, həmçinin bu sahədə tətbiq olunan digər spesifik metodları nümunə göstərmək olar.

Tədqiqatın obyektinə uzunmüddətli aktivlər, onların müəyyənləşdirən başlıca amillər və effektiv idarəçilik sistemi, tədqiqatın predmetinə isə uzunmüddətli aktivlərdən istifadə olunduğu müxtəlif təşkilatlar və onların idarəçilik siyasəti daxildir.

Analiz

Uzunmüddətli aktivlər dedikdə müəssisənin balansında tanınan, məhsulların istehsalında, işlərin görülməsində və ya xidmətlərin göstərilməsində istifadə olunan, faydalı istismar müddəti azı 1 il və daha çox müddəti əhatə edən, gələcək dövrlərdə mülkiyyətində olduğu təşkilata iqtisadi səmərə verəcəyi proqnozlaşdırılan aktivlər başa düşülür. Bazar münasibətlərinin inkişafı şirkətin kommersiya məsuliyyətini artırır və işlərinin səmərəliliyini təmin etmək üçün idarəetmə qərarlarının hazırlanmasında və qəbul edilməsində təsərrüfat subyektlərinin müstəqilliyini ön plana çıxarır. Məhz bu səbəbdən təşkilatdakı maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinin səmərəli uçotu təşkil edilməlidir. Uzunmüddətli aktivlərə aşağıdakılar daxildir:

1)Torpaq, tikili və avadanlıqlar təşkilatlara məxsus əmlakın bir hissəsi olub, məhsulların istehsalında, işlərin yerinə yetirilməsində və ya xidmətlərin göstərilməsində, o cümlədən inzibati və ya icarə məqsədləri üçün 12 aydan çox müddətə təşkilatın balansında istifadə olunan aktivdir.

2)Qeyri-maddi aktivlər (patentlər, lisenziyalar, əqli mülkiyyət) müəssisənin balansında təsərrüfat proseslərində və ya idarəetmə ehtiyacları üçün istifadə olunur, lakin torpaq, tikili və avadanlıqlardan fərqli olaraq maddi-fiziki formaya malik deyil.

3)Uzunmüddətli kapital qoyuluşları konkret bir təşkilat tərəfindən müqavilə əsasında digər təşkilatların qiymətli kağızlarına, nizamnamə kapitalına edilən qoyuluşlar və depozitlər, o cümlədən verilən kreditlər, tələblərin təyin edilməsi əsasında alınan uzunmüddətli debitor borcları və s.daxildir (Fətullayev, 2016).

Bildiyimiz kimi, təşkilatlara məxsus olan aktivlərin uçotu onların daha geniş şəkildə təsnifatlaşdırılmasını tələb edir. Mühasibat uçotu məqsədləri üçün uzunmüddətli aktivlər kateqoriyasına, Yeni Hesablar Planına müvafiq olaraq, aşağıdakı aktivlər daxildir:

Qrafik 1 : Uzunmüddətli aktivlərin növləri

Mənbə : Mühasibat uçotunun hesablar planı və onun tətbiqinə dair Təlimat, "Kapital Audit Ltd" MMC, 2007

Uzunmüddətli aktivlərin tərkibinin optimallaşdırılması əməliyyat fəaliyyətinin icmal xüsusiyyətlərini, müəssisədəki əməliyyat dövrünün orta müddətini nəzərə almağı, habelə bu tip aktivlərin fəaliyyətinin müsbət və mənfi xüsusiyyətlərini qiymətləndirməyi tələb edir. Qlobal dünyada mövcud olan dinamik makroiqtisadi vəziyyəti analiz etsək belə bir fikrə gəlmək olar ki, uzunmüddətli aktivlərə xas olan kifayət qədər üstünlükləri ilə yanaşı müəyyən qədər çatışmazlıqları vardır. Deyilənləri nəzərə alsaq, uzunmüddətli aktivlər aşağıdakı müsbət xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunur:

- uzunmüddətli aktivlər praktiki olaraq inflyasiya nəticəsində öz dəyərlərini itirmir və buna görə bu cür mənfi nəticələrdən daha yaxşı qorunur;

- müəssisənin maliyyə-təsərrüfat əməliyyatları zamanı yarana biləcək zərərlərə nisbətən daha az kommersiya riskinə malikdir;

- bu aktivlər bazarın şərtlərinə uyğun olaraq müxtəlif növ məhsulların buraxılmasını, xidmətlərin göstərilməsini təmin edərək, sabit mənfəət əldə etməyə qadirdir;

- onlar saxlanma prosesində müəssisənin ehtiyat fondlarının itkisinin qarşısını almağa (və ya əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa) kömək edirlər.

Bununla birlikdə, şirkətlərin əməliyyat dövriyyəsində iştirak edən uzunmüddətli aktivlərin bir sıra çatışmazlıqları vardır:

- köhnəlməyə məruz qalırlar (xüsusilə torpaq, tikili və avadanlıqlar), buna görə də müəyyən istismar dövrünün sonunda bu növ aktivlər öz dəyərlərini itirir;

- uzunmüddətli aktivləri idarə etmək çətindir, çünki qısa müddət ərzində şirkətin strukturunda baş verə biləcək dəyişikliklərə zəif adaptasiya olunur, bunun nəticəsində bazarların konyunkturasında hər hansı müvəqqəti azalma, o cümlədən müəssisə digər məhsul növlərinin

istehsalına keçərsə, aktivlərin faydalı istifadə səviyyəsinin azalmasına səbəb olar;

- uzunmüddətli aktivlərin əksər hissəsi daha az likvidli aktivlər qrupuna aiddir və təşkilatların əməliyyat fəaliyyətlərinə xidmət edən ödəniş axınını təmin etmək üçün bir vasitə ola bilməz.

Şirkət tərəfindən uzunmüddətli aktivlərin idarə edilməsi, müəssisənin aktivlər barəsində qəbul etdiyi idarəçilik siyasəti onların dinamikasını qiymətləndirməyə imkan verir. Aktivlərin ümumi strukturundakı uzunmüddətli aktivlərin payı müəssisənin aktivlərinin məcmu olaraq necə mobil olduğunu göstərir və bu hərəkətliliyin azalması və ya artmasının xarakterini müəyyənləşdirə bilir. Uzunmüddətli aktivlərə nəzarətin iki başlıca məqsədi var: uzunmüddətli aktivlərə ayrılan xərclərin payını müəyyənləşdirmək və bu aktivlərə qoyulan pul vəsaitlərinin səmərəliliyini izləmək. Bununla belə, uzunmüddətli aktivlərin idarə edilməsi müəssisənin məcmu kapitalından istifadənin idarə edilməsində mühüm rol oynayan və təsərrüfat fəaliyyətinin son nəticələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən kommersiya təşkilatında maliyyə idarəetməsinin vacib bir hissəsi olduğunu da unutmamaq lazımdır. Bu prosesi ən səmərəli şəkildə təşkil etmək üçün ilk növbədə şirkətin "uzunmüddətli aktivlərinin həcmini, tərkibini və quruluşunu dəyişdirməyə yönəlmiş iqtisadi cəhətdən səmərəli tədbirlər sistemi" kimi başa düşülməli olan uzunmüddətli aktivlərin idarə edilməsi siyasətini hazırlamalı və həyata keçirməlidir. Belə bir siyasətin formalaşmasında başlıca məqsəd uzunmüddətli aktivlərin vaxtında yenilənməsinin təşkili, həmçinin onlardan ən səmərəli istifadəsi ilə təmin edilən müəssisənin bazar dəyərini artırmaqdır. Buna görə də bu sistemə daxil olan torpaq, tikili və avadanlıqların, qeyri-maddi aktivlərin, maliyyə qoyuluşlarının və s. alınması, istismarı və yenilənməsi ilə əlaqəli bütün proseslər bu məqsədə çatmağı təmin etməlidir. Bir qayda olaraq, ən çox diqqət fəaliyyətdə olan uzunmüddətli aktivlərin idarə edilməsinə yönəldilir, çünki sadalanan aktivlər istehsal-təsərrüfat prosesində birbaşa iştirak edir.

Uzunmüddətli aktivlərin idarə edilməsini bir sistem olaraq nəzərə alsaq, bu aktivlərin xüsusiyyətlərini, ilk növbədə onların uzun yararlılıq müddəti və müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətində dəfələrlə iştirak etmələrini, müvafiq olaraq dəyərlərini hissə-hissə amortizasiya şəklində məhsullara köçürmələrini nəzərə almaq lazımdır. Buna görə müəssisədəki uzunmüddətli aktivlərin səmərəli idarə edilməsini təmin etmək üçün müəssisənin maliyyə siyasətinin amortizasiya və investisiya siyasəti kimi nisbətən müstəqil seqmentlərini öyrənmək lazımdır (Abbasov, 2009). Uzunmüddətli aktivlərin effektiv idarə edilməsi üçün aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsini təmin etmək lazımdır:

1)maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin ehtiyaclarını tam təmin edə bilən, tələb olunan həcmdə uzunmüddətli aktivlərin formalaşması;

2)müəssisənin daxili imkanlarını təhlil edərək təsərrüfat fəaliyyətinin bir-birini tamamlayan seqmentləri kimi uzunmüddətli və qısamüddətli aktivlərin rasional nisbətinin təmin edilməsi;

3)mənəvi və fiziki köhnəlmə riskinə malik olan uzunmüddətli aktivlərin yenilənməsi üçün maliyyələşdirmə mənbələrinin optimal quruluşunun formalaşdırılması;

4)ümumilikdə şirkətin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyini artırmaq üçün beynəlxalq standartlara cavab verən uçot siyasətini formalaşdırmaq.

Əslində, uzunmüddətli aktivlərin bu cür idarə edilməsi məqsədə çatmağa yönəlmiş effektiv metod kimi hesab edilməlidir, yəni hər hansı bir təsərrüfat seqmentində maliyyə idarəetməsinin effektivliyini müəyyənləşdirməkdə məqsədyönlü yanaşmanın xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Uzunmüddətli aktivlərin effektiv idarəetmə sistemi çərçivəsindəki əsas məqsəd idarəetmənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin hər mərhələsində nəzərdən keçirilmiş və

planlaşdırılmış göstəricilərin əldə edilməsini əhatə etməlidir. Qeyd etmək lazımdır ki, seçilmiş göstəricilər üzrə kriteriya dəyərləri iqtisadiyyatın müxtəlif seqmentlərində (istehsal, ticarət, tikinti, təmir, nəqliyyat, maliyyə və s.) fəaliyyət göstərən kommersiya təşkilatları üçün əhəmiyyətli dərəcədə dəyişə bilər (İsmayılov, 2018). Eyni zamanda, yuxarıda göstərilən kriteriyalar müəssisənin istehsalat həcmindən asılı olaraq da dəyişə bilər. Bir qayda olaraq, istehsal müəssisələri kifayət qədər böyük həcmdə uzunmüddətli aktivlər (ilk növbədə torpaq, tikili və avadanlıqlar) əldə edir, çünki onların təsərrüfat fəaliyyəti bilavasitə bu cür aktivlərin işləməsindən asılıdır. Ticarət müəssisələri (xüsusilə kiçik olanlar) minimum miqdarda uzunmüddətli aktivə ehtiyac duyur və qeyd olunan aktivlər olmadan da tamamilə normal şəkildə faəliyyət göstərə bilər. Tikinti təşkilatları, bir qayda olaraq, böyük həcmdə maşın və avadanlıqlara ehtiyac duyur, lakin həmin şirkətlərin iqtisadiyyatın ümumi balans quruluşundakı payları elə də böyük deyil. Böyük şirkətlər, torpaq, tikili və avadanlıqlardan başqa bəzən çox böyük miqdarda maliyyə investisiyalarını, qeyri-maddi aktivləri, uzunmüddətli kapital qoyuluşlarını da daxil edir.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alsaq, effektiv idarəetmənin başlıca əlaməti uzunmüddətli aktivlərin gəlirliliyinin artması və növbəti hesabat ili üçün dövriyyəsinin sürətlənməsi olacaqdır. Müqayisə üçün konkret sahə üzrə orta göstəricilər də ola bilər. Məsələn, istehsal müəssisələri üçün uzunmüddətli aktivlərin gəlirliliyinin normativ göstəricisi onun dəyərini 15%-dən 20%-ə qədər hesab edilir, ticarət təşkilatları üçün – 10%-dən 40%-ə qədər, maliyyə sektorunda fəaliyyətdə olan şirkətlər üçün - 10%-dən 20%-ə qədər əhatə edir. Yuxarıda verilmiş göstəricilər üzrə kənarlaşmalar orta səviyyəsindən 10% və ya daha çox olarsa, bu uzunmüddətli aktivlərin rentabelliyi üzrə kritik sayılır. Nəticədə müəssisələr maliyyə sabitliyini təmin etmək üçün özünəməxsus hədəf dəyərlərini daha dəqiq müəyyən edə bilər.

Nəticə

Müasir dövrdə bazar iqtisadiyyatının inkişafı ilə əlaqədar bir çox müəssisələrdə uzunmüddətli aktivlərin həcmi sürətlə artmaqdadır. Uzunmüddətli aktivlərin böyük bir hissəsi torpaq, tikili və avadanlıqlarla ilə təmsil olunur, buna görə müəssisələrin istehsal gücü əsasən torpaq, tikili və avadanlıqların vəziyyətindən, keyfiyyətindən və quruluşundan çox asılıdır. Nəticə etibarilə torpaq, tikili və avadanlıqların və qeyri-maddi aktivlərin yenilənməsi, onlardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması təşkilatlar üçün ən vacib vəzifə olaraq qalır. Torpaq, tikili və avadanlıqların istifadəsinin səmərəliliyi onların qiymətləndirilməsindən və idarə edilməsinin keyfiyyətindən asılıdır. Görülən işlərə əsasən deyə bilərik ki, müəssisənin cari dövr ərzində maliyyə göstəriciləri xeyli dərəcədə uzunmüddətli aktivlərin vəziyyətindən, keyfiyyətindən və istifadəsindən asılıdır. Bu göstəricilər müəssisənin inkişafının ən prioritet sahələrini müəyyən etmək üçün lazımdır.

Yuxarıda göstərilənlərdən aydın olur ki, “uzunmüddətli aktivlərin effektiv idarə edilməsi” anlayışı ilə yanaşı təşkilatın əmlakını idarə edilməsini başa düşmək məqsədi ilə “maliyyə aktivlərinin idarə edilməsi” anlayışının formalaşdırılması məqsədəuyğundur. Maliyyə aktivlərinin idarə edilməsi dedikdə aşağıdakı prinsiplər rəhbər tutulur:

1)şirkətin xüsusiyyətlərinə və korporativ strategiyasına uyğun olaraq aktivlərin məcmu quruluşunun (uzunmüddətli / qısamüddətli) və onların tərkibinin optimallaşdırılması;

2)uzunmüddətli aktivlərin hər bir kateqoriyası üzrə amortizasiya siyasətinin formalaşdırılması;

3)maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrini qiymətləndirərkən əsas vəsaitlərdən istifadənin

iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən göstəriciləri nəzərə almaq və s.

Tədqiqatın sonunda aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

1)Uzunmüddətli aktivlərin təhlili metodologiyasının təşkilati və səciyyəvi cəhətləri böyük praktiki maraq doğurur;

2)Uzunmüddətli aktivlərin təhlili, məqsədlərə çatmaq üçün təşkilatın fəaliyyətini tənzimləməyə imkan verir, çünki bu əmlak daxilindəki dəyişiklikləri və buna uyğun olaraq müəyyən daxilolmaların və uzunmüddətli aktivlərin xaricolmalarının təsiri altında meydana gələn təşkilatın maliyyə vəziyyətini tez bir şəkildə izləmək üçün istifadə edilə bilər;

3)Avtomatik analitik sistemlərin tətbiqi uzunmüddətli aktivlərin idarəçilik sisteminin yeni keyfiyyət səviyyəsinə keçməsi və qlobal kompüter şəbəkələrinin, elektron portalların və s. əlavələrdən istifadə etməklə müşayiət olunur;

4)Uzunmüddətli aktivlər üzrə strateji və taktiki idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün analitik informasiya problemlərinin həllinə hərtərəfli yanaşma lazımdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. S.Səbzəliyev, Q.Abbasov (2015) "Xidmət sahələrində mühasibat uçotu" Bakı."İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 393 s.
2. S.Səbzəliyev, V.Quliyev (2014) "İdarəetmə uçotu" Bakı."Elm və təhsil" nəşriyyatı, 524 s.
3. Abbasov Q.Ə. (2009) "Mühasibat uçotunun nəzəriyyəsi" Bakı. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 582 s.
4. Ağamalıyev M.Q., Şükürov T.Ş. (2010) "Ticarət müəssisələrinin iqtasadiyyatı" Bakı."İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 424 s.
5. Fətullayev R. (2016) "Beynəlxalq mühasibatlığa giriş (IFRS əsasında)" II nəşr. Bakı."İATM" Nəşriyyatı, 352 s.
6. İsmayılov B.V. (2018) "Strateji menecment" Bakı. "Təhsil" nəşriyyatı, 296 s.
7. Лисовская И.А. (2011) "Финансовый менеджмент: Полный курс MBA" Москва. Издательство "Рид Групп", 352 с.
8. Крейнина М.Н. (2010) "Финансовое состояние предприятия: методы оценки" Москва. Издательство "Дело и Сервис", 224 с.
9. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. (2011) "Финансы предприятий: менеджмент и анализ" Москва. Издательство "ИНФРА-М", 383 с.
10. www.economy.gov.az
11. www.e-muhasib.az
12. www.bakuresearchinstitute.org

Sənaye müəssisələrində daxili nəzarət sisteminin effektivliyinin yüksəldilməsi və audit yoxlamalarının optimallaşdırılması məsələləri

Babək İsmayıllı

babeknmr1"@gmail.com

Xülasə

İstənilən iqtisadi subyekt tərəfindən öz məqsədlərinə çatmaq üçün təşkilatda həyata keçirilən maliyyə fəaliyyətinə nəzarət maliyyə nəzarəti adlanır. Maliyyə nəzarətinə həmçinin bir təşkilatın izlədiyi maliyyə idarəetmə sistemlərinə dair bir sıra qaydalar və qanunlar aiddir.

Effektiv maliyyə idarəetməsini təmin etmək üçün bütün təşkilatlar maliyyə nəzarətinə malikdirlər. Əksər təşkilatların hər kəsin təqib ediləcək prosedurlardan xəbərdar olmasını və hər birinin məsuliyyətini daha yaxşı başa düşməsini təmin etmək üçün maliyyə nəzarəti mövcuddur.

İqtisadi idarəetmənin inzibati-əmr metodlarından imtina edilməsi dövlət orqanlarının iştirakı olmadan, lakin dövlət qanunlarına və qaydalara uyğun olaraq həyata keçirilən maliyyə nəzarəti növlərinin rolunu artırdı. Qeyri-dövlət maliyyə nəzarət növlərinə təsərrüfatdaxili və audit nəzarəti daxildir.

Postsovet ölkələrində bazar iqtisadiyyatının inkişafı ilə qanunvericilik əsasında həyata keçirilən, lakin dövlət tənzimləmə orqanlarının birbaşa iştirakı olmadan, qeyri-dövlət maliyyə nəzarəti adlanan maliyyə nəzarətinin rolu artır. Bunlara auditin maliyyə nəzarəti daxildir. Bu, 1980-ci illərin sonlarında fərdi ticarət qurumlarının maliyyə hesabatlarının müstəqil ekspertizası məqsədi ilə ortaya çıxan yeni bir maliyyə nəzarət növüdür.

Audit fəaliyyəti (audit xidmətləri) - audit qurumları və fərdi auditorlar tərəfindən həyata keçirilən audit və auditlə əlaqəli xidmətlərdir.

Qeyri-dövlət mülkiyyət formalarına əsaslanan müəssisələrin, kommersiya banklarının və digər iqtisadi strukturların yaradılması, ümumiyyətlə, maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətlərinə nəzarət forması və subyektləri məsələsinin həllini tələb edirdi, çünki bu münasibətlərdə səlahiyyətli dövlət orqanlarının nəzarəti əsasən dövlət xəzinədarlığının maraqlarına yönəldilmişdir. Eyni zamanda, təsərrüfat subyektlərinin özləri maliyyə və təsərrüfat işləri haqqında mühasibat uçotu və hesabatların etibarlılığı və keyfiyyəti ilə maraqlanır, nəticədə dövlətin maraqlarına cavab verir və audit nəzarəti ictimai xarakter daşıyır. Nəzarətin audit formasından istifadə, bu iki tərəfin maraqlarını birləşdirməyə imkan verir.

Açar sözlər: maliyyə nəzarəti, audit fəaliyyəti, metodoloji əsaslar

Giriş

Bazar münasibətlərinin formalaşması şəraitində müəssisələrin fəaliyyəti barədə etibarlı mühasibat və hesabat məlumatlarına ehtiyac artır. Təşkilatların fəaliyyəti haqqında məlumatlar onların mühasibat (maliyyə) hesabatlarında əks olunur. Bu hesabatın istifadəsi təsisçilərə, səhmdarlara, vergi orqanlarına, banklara, tədarükçülərə və digər hüquqi və fiziki şəxslərə müəssisənin cari maliyyə vəziyyətini, fəaliyyətini və inkişaf perspektivlərini qiymətləndirməyə imkan verir. Buna görə, sahibkarlıq subyektləri tərəfindən verilən məlumatların etibarlı, obyektiv və tətbiq olunan qanuna uyğun olması zəruridir. Bu cür məlumatların alınması audit tərəfindən asanlaşdırılır *(Raymond N. Johnson, D.Wiley, Laura M, R. Moroney (2019).Auditing: A Practical Approach with Data Analytics 1st Edition. Wiley- 2019. ss 90-93).*

Audit müstəqil maliyyə nəzarətidir, məqsədi sahibkarlıq subyektlərinin mühasibat (maliyyə) hesabatlarının etibarlılığını və başa çatmış maliyyə (təsərrüfat) əməliyyatlarının tətbiq olunan qanunlara uyğunluğunu müəyyən etməkdir. Qeyd etmək lazımdır ki, audit yalnız müəssisənin hesabatlarının etibarlılığının yoxlanılmasını deyil, eyni zamanda auditorlar balans hesabatlarının, maliyyə hesabatlarının ekspertizasını keçirir və iş əməliyyatlarının təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər

hazırlayır.

Sənaye müəssisələrində daxili nəzarət sisteminin effektivliyinin yüksəldilməsi və audit yoxlamalarının optimallaşdırılması

İqtisadi nəzarətin tərkib hissəsi kimi audit, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün yeni imkanlar aşkar edir və səmərəliliyini müəyyənləşdirir, istehsalın təşkili, planlaşdırma, maliyyə ehtiyatlarının saxlanması, texnoloji və əmək intizamına riayət edilməsi, məhsulların keyfiyyəti, mühasibat uçotu və hesabatlarında iqtisadi və maliyyə əməliyyatlarının göstərilməsinin etibarlılığını araşdırır müəssisələr *(Raymond N. Johnson, D.Wiley, Laura M, R. Moroney (2019).Auditing: A Practical Approach with Data Analytics 1st Edition. Wiley- 2019. ss 11-13).*

Azərbaycan Respublikasında auditin görünüşü bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədardır. İqtisadiyyatda xüsusi mülkiyyətin payının artması ilə əlaqədar olaraq, təsərrüfat subyektlərinin maliyyə vəziyyətinin etibarlı qiymətləndirilməsinə ehtiyac artır, bu da nəzarət formalarının, xüsusən də audit fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsini zəruri edir. Buna görə də Azərbaycanda auditin inkişafı ilə əlaqəli məsələlərə, hazırkı mərhələdəki müasir iqtisadiyyatdakı əhəmiyyəti, audit fəaliyyətinin inkişaf yolları və inkişaf perspektivləri axtarışına böyük əhəmiyyət verilir.

Bu dissertasiya işində araşdırma obyekti audit yoxlamasıdır. Tədqiqatın mövzusu audit fəaliyyəti, onun müasir vəziyyəti, audit nəzarətinin problemləri, inkişafının aktual istiqamətləri və perspektivləridir.

Tədqiqatın məqsədi audit nəzarətinin nəzəri əsaslarını öyrənmək, indiki mərhələdəki Azərbaycanda audit fəaliyyətini təhlil etmək, ölkədə auditin inkişaf problemlərini və perspektivlərini müəyyənləşdirməkdir.

- ✓ Məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələri həll etmək nəzərdə tutulur:
- ✓ Audit nəzarəti anlayışının mahiyyətini açmaq
- ✓ Azərbaycan Respublikasında auditin inkişafındakı ümumi meylləri əks etdirən göstəricilərin təhlil etmək
- ✓ Audit nəzarətinin inkişafının aktual istiqamətlərini müəyyənləşdirmək

Tədqiqatin informasiya bazasını audit nəzarəti haqqında Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatasıının müvafiq qanunları, prezidentin fərmanları, dövlət proqrmları, hüquqi-normativ sənədlər, audit və audit nəzarəti sistemi haqqında həm yerli , həm xarici olmaqla ,aparıcı nümayəndəlrinin kitabları əhatə edir.

Dissertasiya işi üç fəsildən ibarətdir. Birincisi, audit nəzarətinin nəzəri əsaslarını araşdırır. İkinci fəsildə Azərbaycan Respublikasında maliyyə auditinin mövcud inkişafından bəhs olunur. Üçüncü fəsil audit nəzarəti sisteminin inkişafı üçün metodoloji tövsiyələrə həsr edilmişdir.

Metod

Tədqiqatın metodologiyasını dialektik məntiq, sistemli və kompleks yanaşmaları təşkil edir. Dissertasiya işinddə təhlil və sintez, elmi abstraksiya, qruplaşdırma və müqayisə metodlarından da istifadə edimişdir. Tədqiqat prosesi zamanı bir sıra sorğu metodlarından istifadə olunmaqla nəzəri əsasla müasir problemlərin həlli araşdırılmış, müxtəlif hipotezlər qoymaqla təsbitlər aparılmışdır. Əldə olunan nəticələr isə mövzunun müəyyən uyğun paraqraflarında statistik nəticələr kimi qeyd olunmuşdur. Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir.

Analiz

Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq tədqiqat işi kimi əvvəllər elə də çox işlənməmişdir. Ona görə də, tədqiqatların aparılmasına ehtiyac var . Mövzunun müasir dövr üçün çox aktual olması bunu tələb edir.

Məhz bu cəhətdən də mövzunun işlənməsi tərəfimizdən vacib hesab olunur.

Tədqiqat aşağıdakı məsələlərin həllində elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir:

- ✓ Audit nəzarətinin müasir problemlərinin muəyyənləşdirilməsi ;
- ✓ Audit nəzarətini inkişaf etdirmək yollarını müəyyənləşdirilməsi;
- ✓ Audit nəzarətinin prosesinin avtomatlaşdırılması.

Nəticə və təkliflər

Nəzərdə tutulmuş audit prosedurlarını həyata keçirən mütəxəssislər mühasibat və hesabat işlərində ən vacib iş əməliyyatlarının əks olunmasının tamlığını yoxlayır; əsas vəsaitlərin (vəsaitlərin), maddi vəsaitlərin, pul vəsaitlərinin və hesablamaların inventarlaşdırılmasının nəticələrinin vaxtında və düzgün aparılması, ilkin mühasibat uçotunun müəyyən edilmiş dövr üçün təhlükəsizliyi və təsərrüfat əməliyyatlarının başa çatmasını təsdiqləyən digər əsaslandırıcı sənədlər və onların mühasibat uçotunda əks olunması. Hesabatlardakı məlumatların yoxlanılması ümumiyyətlə xüsusi testlər əsasında aparılır. Çox vaxt məlumat toplamaq və göstəricilərin hesablanması üçün anket forması alırlar *(Н. Шредер, Н. Драгункина(2014) .Международные стандарты аудита. Москва – 2014. ss 10-23).*

Ölkəmizdə, maliyyə nəzarəti təşkilinin tamamilə yeni bir forması olaraq, ilk addımlarını atmağa başlayan audit inkişaf mərhələsindədir. Ölkədəki sivil bazar münasibətləri gücləndikcə, audit xidmətləri işçilərinin keyfiyyətləri artdıqca və özəl firmalar və korporasiyalar artan rəqabət qarşısında maliyyə risklərini azaltmaq üçün xidmətlərinə tələbat artdıqca onun fəaliyyət sahəsi genişlənəcəkdir *(Н. Шредер, Н. Драгункина(2014) .Международные стандарты аудита. Москва – 2014.).*

İnkişaf etmiş ölkələrdə müstəqil audit xarici maliyyə nəzarətinin aparıcı formasıdır. Bu nəzarət forması beynəlxalq auditor firmalarının yaradılmasına qədər geniş yayılmışdır. Beynəlxalq Sertifikatlı Mühasiblər Firmalarının Assosiasiyası 147 ölkədə fəaliyyət göstərən 4,200-dən çox audit şirkətini birləşdirir. BMT-də ali dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının beynəlxalq təşkilatı yaradıldı.

Bir çox dövlətlərin digər ölkələrdə nümayəndəliyi olan çoxmillətli audit və məsləhətçi şirkətləri var. Bundan əlavə, kiçik oxşar xidmətlər, 29 fərdi audit xidmətinin qurulması da mövcuddur. Bir çox firmalarda xərclərin səviyyəsi, gəlirlilik, optimal qənaət rejiminə və göstərilən xidmətlərin yüksək keyfiyyətinə nəzarət etmək üçün daxili yoxlama aparılır. Daxili audit çoxmillətli korporasiyalarda da istifadə olunur.

Audit xidmətlərinin əsas vəzifəsi və auditin maliyyə nəzarətində rolu müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətini tənzimləyən qanunlara, mühasibat uçotu, hesabat vermə və dövlət qurumlarına və sahiblərinə maliyyə vəziyyəti haqqında obyektiv məlumat verilməsinə nəzarət etməkdir. Bir iş mühitində, iş dünyasında heç kim hesabat məlumatları audit hesabatları ilə dəstəklənməyən sahibkarları ciddi qəbul etmir *(Alvin A. Arens , Randal J. Elder , Mark S. Beasley, Chris E. Hogan.(2016). Auditing and Assurance Services (16th Edition) . Pearson, 2016. ss 70-73).*

1970-ci illərdə "kitablarda əməliyyatın təsdiqlənməsi" ndən "sistemə güvənməyə" qədər audit yanaşmasında dəyişiklik müşahidə edildi. Belə bir dəyişiklik şirkətlərin həcminin və mürəkkəbliyinin davamlı artması nəticəsində əməliyyatlar sayının artması ilə əlaqədardır, burada auditorların əməliyyatların yoxlanılması rolunu oynaması ehtimalı azdır. Nəticə etibarilə, bu dövrdə auditorlar audit prosedurlarında şirkətlərin daxili nəzarətindən daha çox güvənirdilər. Şirkətin daxili nəzarəti effektiv olduqda, auditorlar detallı maddə sınaqlarının səviyyəsini azaltdılar.

1980-ci ilin əvvəllərində auditorların yanaşmalarında bir düzəliş oldu, burada daxili nəzarət sistemlərinin qiymətləndirilməsinin bahalı bir proses olduğu və auditorlar sistemlərinin işini azaltmağa və analitik prosedurlardan daha çox istifadə etməyə başladılar. Bunun genişləndirilməsi 1980-ci illərin ortalarında risk əsaslı auditin inkişafı idi. Risklərə əsaslanan audit, auditorun daha çox səhvləri ehtiva edən sahələrə yönəldəcəyi bir audit yanaşmasıdır.

2000-ci illərin əvvəllərində WorldCom, Enron, Tyco və s. Kimi müxtəlif mühasibat qalmaqalları baş verdi. Enronun düşməsinə cavab olaraq Sarbanes-Oxley Aktı 2002-ci ildə qəbul edildi. Sarbanes-Oxley, maliyyə hesabatlarına daxili nəzarətin adekvatlığını yoxlamaq üçün auditorun vəzifələrini genişləndirdi *(V.T.Novruzov (2001). Audit . Bakı , "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı.340 s. ss 4-8).*

Bu mühasibat qalmaqalları da Enron qalmaqalındakı roluna görə o dövrdə Böyük 5 audit şirkətlərindən birində Artur Andersenin yıxılmasına səbəb oldu.

Hazırkı dövrdə ümumi audit məqsədləri eyni qalsa da, yəni maliyyə hesabatına etibar verilməsi, müxtəlif ölkələrdə geniş islahatların aparılması nəticəsində audit praktikasında kritik dəyişikliklər edilmişdir.

Auditin inkişafının tarixi xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, aşağıdakı mərhələləri ayırmaq olar:

1. 1940-cı illərin sonlarına qədər. audit əsasən pul əməliyyatlarının hərəkətini təsdiq edən sənədlərin yoxlanılması, habelə maliyyə hesabatlarında düzgün qruplaşdırılmasından ibarətdir. Bu yoxlama təsdiqləyici adlandırıla bilər.

2. 1949-cu ildən sonra müstəqil auditorlar şirkətlərdə daxili nəzarət məsələlərinə daha çox diqqət yetirməyə başladılar və effektiv daxili nəzarət sistemi ilə səhvlərin olma ehtimalının əhəmiyyətsiz olacağına və maliyyə hesabatlarının daha dolğun və dəqiq olacağına inanırdılar. Audit firmalarının birbaşa yoxlamadan daha çox məsləhət fəaliyyəti ilə məşğul olma ehtimalı yüksəkdir. Belə bir audit sistem yönümlü adlanırdı.

3. Yoxlamanın inkişafının üçüncü mərhələsi yoxlamalar apararkən və ya məsləhət verilərkən mümkün riskə yönəldilmişdir; eyni zamanda, müştərinin iş şəraiti əsasında seçilmiş şəkildə həyata keçirilən (əsasən səhv və ya fırıldaqçılıq riskinin maksimum ola biləcəyi yerlərdə yoxlama aparılır) risk əsaslı deyilir.

Audit xidmətinin keyfiyyətinin monitorinqi və Auditorlar Palatasının 21 2015-2017-cı illər üçün fəaliyyət planının 3.1-cü bəndinin icrası ilə bağlı hazırlanmış fəaliyyət planına uyğun olaraq. "İFAC-ın 1 saylı Üzvlük Tələb Tələblərinə uyğun olaraq təsdiq edilmis plan əsasında audit xidmətinin keyfiyyətinə nəzarət etmək üçün yoxlamaların aparılması" və iki audit təşkilatı tərəfindən aparılmış yoxlamaların keyfiyyəti ("Baker Tilly Audit Azərbaycan" MMC, Baltik Kaspian Audit MMC) və iki müstəqil auditor (İskəndər Səməd Mahmud oğlu, Cəfərov Altay Myursal oğlu). Əsaslı yoxlamanın nəticələrinə əsasən müvafiq tapşırıqlar verilmişdir *(Q. R. Rzayev (2000). Beynəlxalq mühasibat uçotu və audit. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı 108 s. ss 66-69).* Yoxlamaların dayandırılmasından əvvəlki

dövrdə Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyi tərəfindən sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların vahid məlumat reyestrindən çıxarışlara və Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatası sədrinin müvafiq əmrlərinə görə , 8 müstəqil auditor və 4 audit təskilatının maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti yoxlanılmışdır. Audit Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatası Şurasının 2 iyul 2013-ci il tarixli 220 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş "Müstəqil auditor və audit təşkilatlarının fəaliyyətinin auditi haqqında" Təlimat və fəaliyyətinə yoxlanılmış şəxslərin sənədləri əsasında aparılmışdır. Görülən işlər nəticəsində audit təşkilatlarının və mustəqil auditorların maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətlərinin yoxlanılması və İcmal İcmalı hazırlanaraq Palata rəhbərliyinə təqdim edilmişdir. Bu İcmal Auditorlar Palatası Şurasının iclasında müzakirə edildi və 4 dekabr 2015-ci il tarixli 270/2 saylı qərar qəbul edildi. Azərbaycanda fəaliyyətini beynəlxalq tələblərə uyğun şəkildə həyata keçirə bilən, peşəkarlıq səviyyəsini yüksəltmək və yüksəltməyə qadir auditorların yetişdirilməsi məsələləri Palatanın fəaliyyətinin vacib istiqamətlərindən biridir *(Q. R. Rzayev (2000). Beynəlxalq mühasibat uçotu və audit. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı 108 s. ss 77-79)).*

Auditorlar Palatası audit sahəsində qabaqcıl inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsini öyrənmək və tətbiq etmək, habelə beynəlxalq audit praktikasına əsaslanaraq respublikada auditin keyfiyyətini artırmaq üçün müvafiq tədbirlər sisteminin hazırlanmasına xüsusi diqqət yetirir. Bu məqsədlə Auditorlar Palatasının işçi və idarə heyıtinin üzvləri beynəlxalq tədbirlərdə iştirak edirlər *(http://audit.gov.az).*

Hesabat ilində Auditorların Peşə Etikası Komitəsi, Keyfiyyətə Nəzarət Komitəsi, Qanunvericilik və Hüquq Komitəsi, Beynəlxalq Standartlar Komitəsi, Mübahisələr və Müraciətlər Komitəsi, İnformasiya və Mətbuat Komitəsi, Hökümət orqanları və İctimaiyyətlə Əlaqələr Komitəsi, beynəlxalq əlaqələr, Milli Audit Dəstək Komitəsi, Auditor və mütəxəssislərin Təkmilləşdirmə Komitəsi, Metodiki Komitə, Gənclər Məsələləri Komitəsi və Şuranın Üzvlük Komitəsi Auditorlar Palatası müvafiq qərarlar qəbul etdiyi əsasnamə və fəaliyyət planları əsasında fəaliyyət göstərir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. .Ə. Cəfərova, C.Ə. Sadıqov, T. Ə.Sadıqov, Ə. A. Sadıqov (2015) . Mühasibat uçotu . Bakı , " İqtisad Universiteti " nəşriyyatı . 55 s.
2. Fətullayev, A. Kərimov, V. Quliyev (2012).Beynəlxalq Uçot və Hesabata Giriş.(GAAP və IFRS əsasında) : Bakı , 200 s.
3. F.Ş. Hacıyev (2015) .Auditdə iqtisadi təhlil . "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı .Bakı , 244 s.
4. Q. R. Rzayev (2000). Beynəlxalq mühasibat uçotu və audit. "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı 108 s.
5. V.T.Novruzov (2001). Audit . Bakı , "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı.340 s.
6. .Alvin A. Arens , Randal J. Elder , Mark S. Beasley, Chris E. Hogan.(2016). Auditing and Assurance Services (16th Edition) . Pearson, 2016.
7. .Raymond N. Johnson, D.Wiley, Laura M, R. Moroney (2019).Auditing: A Practical Approach with Data Analytics 1st Edition. Wiley- 2019.
8. http://audit.gov.az

Mənfəət Və Zərərlərin Uçotu Və Auditinin Təkmilləşdirilməsi

Nurlan Təhməzli

nurlan.tahmazli@mail.ru

Xülasə

Ümumiyyətlə hesabat dövrünün mənfəəti (zərəri) hər il uçotda əks olunan gəlir və xərclərin fərqi ilə müəyyən edilir.Müəssisənin fəaliyyəti zamanı gəlirlər xərcləri üstləsə , bu o deməkdir ki, müəssisə mənfəət əldə edir, əks halda isə zərər. Hər bir müəssisə fəaliyyətə başlayarkən başlıca məqsədi mənfəət qazanmaqdır və bu onun gəlirlərinin çoxalması , eyni zamanda xərclərin gəlir gətirə biləcək xərclər olması ilə mümkündür. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin 23.07.2007 tarixli I-73/1 nömrəli əmri ilə təsdiq edilmiş "Kommersiya təşkilatlari üçün MMUS-nın konseptual əsaslari" na əsasən Mənfəət və zərər haqqında hesabatın elementlərinə aşağıdakılar daxildir:

Gəlirlər - aktivlərin daxil olması nəticəsində iqtisadi səmərənin artması və ya öhdəliklərin azalması nəticəsində müəssisənin kapitalının artmasıdır.Buna mülkiyyətçilərin kapital qoyuluşları daxil deyildir .

Xərclər - aktivlərin xaric olması nəticəsində iqtisadi səmərənin azalması və ya öhdəliklərin artması nəticəsində müəssisənin kapitalının azalmasıdır.Buna mülkiyyətçilərin kapital qoyuluşunda azalma aid deyil.

Gəlirlər aktivlərin artması və ya öhdəliklərin azalması ilə əlaqəli olaraq gələcəkdə müəssisənin iqtisadi səmərəsində etibarlı şəkildə ölçülə bilən artımın baş verdiyi halda mənfəət və ya zərər haqqında hesabatda tanınır. Bundan belə nəticəyə gələ bilərik ki, gəlirin tanınması aktivlərdəki artım və ya öhdəliklərdəki azalmanın tanınması ilə üst-üstə düşür. Buna nümunə olaraq ,müəssisənin mal və xidmətlərinin satılması və ya müəssinin keçmiş borclarının silinməsini deyə bilərik. Gəlirlərin tanınması üçün vahid qayda olaraq praktikada qəbul edilmiş prosedurlar, məsələn gəlirlərin qazanılmış olması tələbləri, bu Konseptual Əsaslarda tanınma normalrının tələbləridir. Bu cür prosedurlar əsasən etibarlı şəkildə ölçülə bilən və kifayət qədər müəyyənlik dərəcəsi olan maddələrin gəlir kimi tanınmasını məhdudlaşdırmağa yönəlib.

Ümumiyyətlə, gəlir alınmış, yaxud alınması gözlənilən aktivlər ədalətli dəyər ilə dəyərləndirilməlidir. Gəlirlər 18 №-li Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarından götürülərək 6 №-li Milli Mühasibat Uçotu Standartına uyğunlaşdırılmışdır.Adətən məhsulun, malların satışından, xidmətlərin göstərilməsindən olan gəlirin dəyəri daxil olan pul vəsaitləri və pul vəsaitlərinin ekvivalentləri üzrə formalaşır, lakin pul vəsaitlərinin və pul vəsaitlərin ekvivalentlərinin daxil olmasına möhlət verildikdə, daxil olacaq aktivlərin ədalətli dəyəri alınmış, yaxud alınacaq pul vəsaitlərinin nominal məbləğlərindən aşağı ola bilər. Məsələn, şirkət alıcıya, yaxud müştəriyə faizsiz kredit verə bilər, yaxud alıcıdan qarşı təqdim edilmə kimi bazar dərəcəsindən aşağı olan dərəcəylə veksel ala bilər. Faktiki olaraq müqavilə maliyyə əməliyyatına çevrilirsə, onda qarşı təqdim edilmənin (daxil olacaq aktivlərin) ədalətli dəyərini, şərti faiz dərəcəsinin köməyi ilə gələcək daxilolmaların ədalətli dəyərinin diskontlaşdırılmasıyla müəyyənləşdirilməlidir. Gəlirlər xərclər nəticəsində yaranır. Buna görə də müəssisə daima xərclərin uçotunu nəzarətdə saxlamalı və gələcək fəaliyyəti haqqında təhlilini buna uyğun aparmalıdır. Məlum olduğu kimi, istehsal və xidmət sferasında fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatlarda xərclər adətən müstəqim xammal və material xərclərindən, müstəqim əmək haqqı xərclərindən və istehsal qaimə xərclərindən ibarət olur.

Açar sözlər: mənfəət , zərər , xərclər və gəlirlərin uçotu

Giriş

Ümumiyyətlə, bazar münasibətləri şəraitində mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsində əsas məqsəd onların potensialından, yaradıcı insanlardan mümkün istifadə edilməsindən ibarətdir.Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi gəlirlər 6№-li MMUS ilə tənzimlənir və 6 №-li MMUS-na əsasən malların satışından qazanılmış gəlirlər aşağıdakı şərtlər yerinə yetirildiyi halda gəlir kimi tanınır:

- ✓ Müəssisə mülkiyyət hüququ ilə əlaqədar olaraq mallarının mövcud risklərinin və mükafatlarının əhəmiyyətli dərəcəsini alıcıya təqdim etdikdə;
- ✓ Gəlirlərin məbləğini etibarlı əsaslarla qiymətləndirmək mümkün olduqda;
- ✓ Əməliyyatdan sonra qazanılan gəlilərin müəssisəyə daxil olması ehtimal olunduqda;
- ✓ Əməliyyatdan sonra keçmiş və gələcək xərcləri ədalətli əsaslarla qiymətləndirmək mümkün olduqda.

Mənfəət və zərər haqqında hesabat "Maliyyə hesabatlarının təqdimatı üzrə" 1 №-li MMUS ilə tənzimlənir. Mənfəət və zərərlər haqqında hesabata aşağıdakı maddələr aiddir:

- ➢ Əsas gəlir;
- ➢ Əməliyyat fəaliyyətinin nəticələri;
- ➢ Maliyyələşdirmə üzrə məsrəflər;
- ➢ Mənfəət vergisi üzrə xərclər;
- ➢ Adi fəaliyyətdən mənfəət və ya zərər;
- ➢ Fövqəladə maddələr;
- ➢ Azlıq təşkil edən mülkiyyətçilərin payı;
- ➢ Hesabat dövrünün sonuna olan xalis mənfəət və ya zərərlər.

Qeyd olunan maddələrin adlarının dəyişdirilməsinə yalnız digər müvafiq Milli Mühasibat Uçotu Standartları ilə tələb olunduğu zaman yol verilir. Əgər bundan əlavə maddələr, başlıqlar və müxtəlif maddələr üzrə yekun məbləğləri Mənfəət və zərər haqqında hesabata o halda daxil edilir ki, bu Milli Mühasibat Uçotu Standartı ilə tələb olunur və ya müəssisə bu cür təqdim edildikdə onun fəaliyyətinin nətitələri (mənfəət,zərərləri) ədalətli təqdim edilməsi prinsipinə nail olunacaqdırdır. Müəssisə Mənfəət və zərər haqqında hesabatda və ya onun qeydlərində müəssisədə mövcud olan xərclərin funksiyasına və ya xərclərin xarakterinə əsaslandırılan təsnifatdan istifadə edərək xərclərin təhlilini göstərməlidir. Xərc maddələri iqtisadi sabitlik, proqnozlaşdırma və gələcəkdə iqtisadi səmərə yaradacaq potensial imkanlardan faktor kimi bir-birindən fərqlənən komponentləri ayırmaq məqsədilə növlərə ayrılır . Bu informasiyalar iki üsuldan birinin istifadəsi ilə təqdim edilir (Kərimov,2019).

Birinci təhlil metodu – məsrəflərin xarakteri metodu adlanır. Bu cür xərclər Mənfəət və zərər haqqında hesabatda xarakterinə (məsələn, Uzun müddətli aktivlərin amortizasiyası, sərf olunmuş materialların dəyəri, nəqliyyat xərcləri, əmək haqqı xərcləri, elektrik xərcləri , mühafizə xərcləri ,reklam xərcləri) görə birləşdirilir və müəssisənin ayrı-ayrı funksiyaları üzrə bölüşdürülmür.

İkinci təhlil metodu – Bu xərclər satışın maya dəyərini və ya onun funksiyasını göstərir. Bu xərclər funksiyalarına uyğun olaraq satışın maya dəyəri, kommersiya xərcləri və inzibatı xərclər kimi təsnifləşdirilir.Xərcləri funksiyasına görə təsnifləşdirən müəssisələr xərclərin xarakteri barədə əlavə informasiyanı, o cümlədən, Uzunmüddətli aktivlərin amortizasiya xərcləri və işçi heyətinə əmək haqqı xərci və ya onların saxlanılması üzrə xərcləri təqdim etməlidir.Eyni zamanda müəssisələr Mənfəət və zərər haqqında hesabatda və ya onun qeydlərində hesabat dövründə elan və ya təklif edilmiş səhmlər üzrə dividend məbləğlərini açıqlamalıdır.

Hal-hazırda müəssisələrin, firma və şirkətlərin fəaliyyəti zamanı mühasibat uçotu və auditin inkişaf etdirilməsi insan amilinin, onun intellektual dərəcədə yaradıcı funksiyasına olan zəruri tələbatdan qaynaqlanmaqdadır. Əsas etibarı ilə, mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi müəssisə və təşkilatların həyatında müstəsna dərəcədə əhəmiyyətə malikdir. Elə bu cəhətdən müəssisə daxilində səmərəliliyi artırmaq və bunu total keyfiyyətinin artırılmasına doğru

istiqamətləndirmək ən başlıca vəzifələrdəndir.

Ümumiyyətlə hər hansı bir təşkilat "Maliyyə vəziyyəti haqqında" (Balans) hesabatla yanaşı illik maliyyə hesabatlarının tərkib hissəsi olan "Mənfəət və zərər haqqında"hesabat tərtib etməlidir .Mənfəət və zərər haqqında hesabat həm ölkəmizdə , həmdə beynəlxalq təcrübədə başlıca hesabat forması hesab edilir. Başqa bir tərəfdən isə mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi prosesində elmi nəzəriyyənin rolunu vurğulamaq vacibdir. Nəticədə isə biz bu sahədə mövcud olan müasir problemlər və onların həlli yollarını araşdırırıq. Mühasibat uçotuda gəlirlər Yeni Hesablar Planının 6-cı bölməsində 601"Satış" ,602 "Satılmış malların geri qaytarılması və ucuzlaşdırılması",603 "Verilmiş güzəştlər", 611 "Sair əməliyyat gəlirləri" ,621 "Fəaliyyətin dayandırılmasından gəlir",631 "Maliyyə gəlirləri", 641 "Fövqalədə gəlirlər" hesabları ilə uçota alınır. Xərclər isə 701 "Satışın maya dəyəri üzrə xərclər",711 "Kommersiya xərcləri", 721 "İnzibati xərclər",731 "Sair əməliyyat xərcləri", 741 "Fəaliyyətin dayandırılmasından yaranan xərclər", 751 "Maliyyə xərcləri" , 761 "Fövqalədə xərclər" hesablarında uçota alınır.Ümumilikdə son olaraq müəssisə Hesablar planının 80-ci bölməsində mənfəətini 801 "Ümumi mənfəət (zərər)" hesabında uçota alır.Nümunə olaraq aşağıdakı cədvəli göstərə bilərik (Cədvəl 1):

SERVİCE MMC hesabat dövrünün sonunda 52 500 AZN xalis mənfəət əldə etmişdir. Müəssisənin direktorlar şurası bu mənfəətin 55% səhmdarlara dividend şəklində ödəniş etməyə qərar verdi.

Cədvəl 1. Ümumi mənfəətə aid mühasibat yazılışları

N	Əməliyyatın məzmunu	Debet	Kredit	Məbləğ
1	Hesabat dövrünün bağlanması	801 "Ümumi mənfəət (zərər)"	341 "Hesabat dövründə xalis mənfəət (zərər)"	52 500
2	Xalis mənfəət keçmiş illər üzrə bölüşdürülməmiş mənfəətə silinir	341 "Hesabat dövründə xalis mənfəət (zərər)"	343 "Keçmiş illər üzrə bölüşdürülməmiş mənfəət (ödənilməmiş zərər)"	52 500
3	Səhmdarlara dividendlərin ödənilməsi tapşırılır.	343 "Keçmiş illər üzrə bölüşdürülmə- miş mənfəət (ödənilməmiş zərər)"	344 "Elan olunmuş dividendlər"	28 875
4	Səhmdarlara dividendlərin ödənilməsi.	344 "Elan olunmuş dividendlər"	223 "Bank hesablaşma hesabları"	28 875

Mənbə: https://muhasib.az/Muhasibat/teshkili/hesab_yeni.php?n=801

Ümumən, idarəetmə anlayışı birinci növbədə adamların, işçilərin birlikdə göstərdikləri fəaliyyətin əlaqələndirilməsi və təşkili kimi anlaşılır. Məqalənin əsas məqsədi mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi, ayrı-ayrı işçi kateqoriyalarıyla müqayisədə müəyyən qaydalar, üsullar, səlahiyyətlər, funksiyalar çərçivəsində aparılan işlərin öyrənilməsidir. Sadaladıqlarımızın hər biri firma və şirkətlərin mühasibat uçotu və auditin idarə olunması ilə üzvi

şəkildə əlaqəlidir. Bu, mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsinın hal-hazırki və gələcək vəziyyətini müqayisəli şəkildə qiymətləndirməyi, problemə müqaisəli qaydada yanaşmağı tələb edir. Bir sözlə, istehsal sferasında mühasibat uçotu və auditin strateji şəkildə idarə olunması həmçinin təşkilatın strateji məqsədinin, missiyasının formalaşması, variantların seçilməsi, firmadaxili və firmadan xaric amillərin sistemli təhlili ilə də şərtləşir (Səbzəliyev,2018).

Metod

Məqalənin hazırlanmasında təkcə elmi arxiv mənbələrdən deyil, həm də gündəlik informasiya mənbələrinə, gündəlik faktlara, internet resurslarına və müxtəlif ədəbiyyatlara üstünlük verilmişdir. Məqalədə bir sıra faktlar, elmi məlumatlar, fikirlər ilk dəfə elmi dövriyyəyə gətirilmişdir. Məqalədə mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi prosesi inkişafının müasir səviyyəsi haqqında məlumatlar verilməklə yanaşı, gələcək səviyyəsi ilə bağlı müəyyən proqnozlar da verilmişdir. Tədqiqat işində mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi sahəsində inkişaf prossesinin müasir məsələləri, son dövrlərin elmi məlumatları əsasında geniş izah olunmuşdur.

Tədqiqat işində təqdim edilən elmi – praktiki məlumatlar sözügedən mövzu haqqında çox sayda elmi ədəbiyyata və elmi nəzəriyyələrə əsaslanır. Bu mövzunun tədqiq olunmasından hasil olunan nəticələr, Azərbaycanda mövcud mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi prosesi rejimlərinin formalaşması mövzusunu öyrənmək baxımından səmərəli elmi mənbə hesab oluna bilər. Sözügedən mövzuda mövcud elmi məlumatlar sistemləşdirilmiş, son dövrlərin elmi ədəbiyyatı əsasında yeni elmi faktlar və məlumatlar əlavə edilmişdir. Sadalananlar böyük elmi-praktiki əhəmiyyətə malikdir.Tədqiqat işinin elmi –praktiki əhəmiyyəti mənfəət və zərərlərin uçotu və auditinin təkmilləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi, ayrı-ayrı işçi kateqoriyalarıyla müqayisədə müəyyən qaydalar, üsullar, səlahiyyətlər, funksiyalar çərçivəsində aparılan işlərin öyrənilməsidir (Xankişiyev ,2013).

Analiz

Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq tədqiqat işi kimi əvvəllər elə də çox işlənməmişdir.Mənfəət və zərərlərin təkmilləşdirilməsi çox təqdiq olunsada onun uçotunun təkmilləşdirilməsi tədqiqatı kifayət qədər deyildir. Ona görə də, tədqiqatların aparılmasına ehtiyac var. Mövzunun müasir dövr üçün çox aktual olması bunu tələb edir. Məhz bu səbəbdən də mövzunun işlənməsi tərəfimizdən vacib hesab olunur.

Nəticə və təkliflər

Nəticə etibarı ilə qeyd etməliyik ki, gəlir hesabat dövründə müəssisənin iqtisadi faydasının elə artmasıdır ki,bu öz əksini aktivlərin artmasında, və ya öhdəliklərin azalmasında tapır. Bu səbəbdən kapitalın mülkiyyətçilərin payları hesabına olmayan artımı baş verir. Bir çox ədəbiyyatlar və elmi məqalələrdə qeyd olunduğu kimi maliyyə pul vəsaitinin hərəkətindən asılı olmayaraq, gəliri qazandıqda, xərci isə çəkildikdə tanımaq lazımdır. Xərclər hesabat dövründə müəssisənin iqtisadi faydasının elə azalmasıdır ki,bu öz əksini aktivlərin dəyərinin azalmasında yaxud itirilməsində və ya öhdəliklərin artmasında tapır. Gəliri aşağıdakı sıralamada qeyd olunmuş dörd meyarın hər biri qarşılandıqda tanımaq mümkün olur.

- Satıcı və alıcı arasında razılıq haqqında sübut olmalıdır.
- Məhsulun təslim edilməsi yaxud xidmət göstərilməsi vacibdir.

- Qiymət müəyyənləşdirilməli yaxud müəyyənləşdiriləbilən olmalıdır.
- Satıcı pulun alınması barəsində kifayət qədər əmin olmalıdır.

Uzun müddətli müqavilələrdə gəlirin tanınması metodlarına nəzər salaq: 1) Tamamlanan hissə metodu: bu metoddan müqaviləyə əsasən olan bütün gəlir və xərclər tam düzgün şəkildə ölçülə bildikdə istifadə olunur. 2) Hesablama metodu: bu günə qədər çəkilmiş bütün xərclərin cəmi (toplam) layihə üzrə ehtimal edilmiş bütün xərclərin cəminə bölünür. 3) Tamamlanmış müqavilə metodu: bu metod müqaviləyə əsasən bütün gəlir və xərclər tam düzgün şəkildə ölçülə bilmədikdə yaxud layihə uzun müddətli olmaqdıqda istifadə olunur. Bu metoddan yalnız və yalnız IFRS standartına tabe olan müəssisələrdə istifadə olunur.İndi isə Mənfəət və zərərlərə aid mühasibat yazılışlarına diqqət yetirək.(Cədvəl 2).

Cədvəl 2. Mənfəət və zərərlərə aid mühasibat yazılışları

N	Əməliyyatın məzmunu	Debet	Kredit	Məbləğ
1	Məhsul,iş və xidmətlərin satışından yaranan mənfəətlər əks etdirilir	601	801	90000.0
2	Əsas vəsaitlərin satışından gəlir əldə edilmişdir.	611	801	34900.0
3	İlin sonuna valyuta hesabı üzrə məzənnə fərqi silindikdə	332	801	1549.0
4	Nominal qiymətdən aşağı qiymətə alınmış səhmlərin qiymətləri artırılmışdır.	183	801	250.0
5	Müqavilələrin şərtlərinə əməl edilməməsinə görə alınan cərimələr	217	801	712.0
6	Təmin olunmuş iddialar üzrə alınan penyalar	217	801	1970,8
7	Hərrac vasitəsilə alınmış əmlakın qiymətləndirilmiş dəyəri ilə onun alış qiyməti , uzun müddətə icarəyə verilən əsas vəsaitlərin qiymətləndirilən dəyəri ilə onun qalıq dəyəri arasındakı fərq əks etdirilir	331	801	2490.0
8	Şübhəli borclar üzrə ehtiyyatların istifadə olunmamış hissəsi mənfəətə silindikdə	335	801	490.0
9	Ehtiyyatlar və xüsusi fondlar üzrə hesabat ilinin zərəri ödənildikdə	333	801	2490.0
10	Məhsul,iş və xidmətlərin satışından yaranan zərərlər əks etdirilir	801	701;733	73578.6
11	Əsas vəsaitlərin satışından zərər əldə edilmişdir.	801	701; 733	7080.0
12	Fors-major hallarında maddi ehtiyyatların silinməsi	801	201;205	15850.0
13	Müqavilələrin ləğvi ilə bağlı xərclərin silinməsi	801	202	4712.0

14	Müqavilələr üzrə şərtlərin pozulması ilə əlaqədar cərimələrin ödənilməsi	801	531	1974.0
15	Debitor borclarda tələb olunmayan hissə zərər silinir	801	171	7148.0
16	Nominal qiymətdən yuxarı qiymətə alınmış qiymətli kağızlardan həmin qiymətdən artıq olan hissəni zərərə silindikdə	801	183	708.0
17	Şübhəli borclara ehtiyyatların yaradılması	801	538	1948.0
18	Hazır məhsul uzrə əskikgəlmələr zərərə silindikdiə	801	204	9040.0
19	Hesabat ili müddətində istifadə olunmuş mənfəət məbləği silindikdə	801	341	12904.0
20	Hesabat ili sonunda bölüşdürülməmiş mənfəət məbləği silindikdə	343	801	5356.0
21	Asılı olan müəssisələrin mənfəətindən pay alınıb	223	811	3500.0
22	Birgə müəsisələrin zərərinə görə ödənilib	811	223	1951.2

Mənbə : http://www.maliyye.gov.az/static/130/milli-muhasibat-ucotu-standartlari

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Səbzəliyev S.M. "Maliyyə Hesabatı" Bakı, "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı. (2018-ci il)
2. Qəhrəman Rzayev "Mühasibat uçotu və auditi: Maliyyə nəticələri,onun tərkibi və uçotu" . Dərs vəsaiti. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı. (2006-cı il)
3. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi.(2019-cu il)
4. Azərbaycanın statistik göstəriciləri .(2019-cu il)
5. "Mühasibat uçotu haqqında" Qanun-da dəyişikliklər. (2018-ci il)
6. Aydın Kərimov "Mühasibat uçotu,Vergilər :Mənfəətlər(zərərlər),Mənfəət vergisi" Bakı "Oğuz Eli" Nəşriyyatı (2019-cu il)
7. H.A.Cəfərli. Maliyyə nəticələrinin təhlili. Metodik vəsait. «İqtisad Universiteti» nəşriyatı, Bakı-(2015-ci il).
8. «Müəssisələr haqqında» Azərbaycan Respublikasının qanunu. (1999-cu il)
9. « Müəssisənin illik mühasibat hesabları və onların tərtibi qaydaları» (Respublika Maliyyə Nazirliyinin 15 sentyabr 1995-ci il tarixli 16-3/33 saylı qərarı).
10. B.Xankişiyev "Büdcə təşkilatlarında uçot və hesabat" Bakı.Şərq-Qərb Nəşriyyat evi (.2013)
11. Debasish Sur (Author) – "Financial Statement Analysis" (2012)
12. Dr. N Ramachandran (Author), Dr Ram Kumar Kakani (Author) –"How to Read A Profit And Loss Statement" (2013)
13. Garg Kamal – "Company Balance Sheet and Profit & Loss Account Under Xbrl & New Schedule Vi" (English) (2012)
14. G.C. Pipara (Author) -Balance Sheet Decoded-Keys to Unlock Balance Sheet Secrets (2018)
15. Pradeep S. Shah (Author), Rajesh S. Kadakia (Author)-"Master Guide to Income Tax Act with Commentary on Finance (No. 2) Act 2019" (2019)
16. D.K. Goel (Author) –"Analysis of Financial Statements Class XII"(2019)

Azərbaycanın Maliyyə Bazarında Rolu və Valyuta Bazarında İnkişaf İstiqamətləri

Cəmilə Mustafayeva

m.cemile97@gmail.com

Xülasə

Məqalədə maliyyə bazarının mahiyyəti və rolu haqqında nəzəri baxışları araşdırmaq, maliyyə bazarının formalaşmasının hüquqi əsasları və mərhələlərini təhlil etmək, valyuta bazarının tənzimlənməsi problemlərini təhlil etmək, maliyyə bazarının dövlət tənzimlənməsinin və qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri, Azərbaycanda maliyyə bazarının beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsində əhəmiyyətinin əsaslandırılması, beynəlxalq inteqrasiya əlaqələrinin gücləndiyi bir dövrdə,beynəlxalq iqtisadi münasibətlər çərçivəsində Azərbaycanın valyuta bazarının gücü və rolu müəyyənləşdirilmişdir.Həmçinin valyuta bazarının ölkəmizin iqtisadiyyatına təsiri təhlil olunmuşdur.

Məqalənin predmeti Azərbaycan Respublikasında bütöv sektorlarda maliyyə bazarına aid olan nəzəri və praktiki məsələlərin məcmusu, maliyyə bazarının formalaşdırılması və xüsusi məsələləri, bu sahədə dövlət tənzimlənməsinin xüsusiyyətlərindən və vəzifələrindən ibarətdir.Məqalədə maliyyə bazarının formalaşmasının mərhələləri araşdırılmış, maliyyə bazarının ən mühüm investisiya ilə baglı fikirlərin qəbul olunduğu mərkəz olduğu müəyyənləşdirilmiş, maliyyə bazarının dövlət tənzimlənməsi metodları araşdırılmış, regionların inkişafını ,həmçinin sahibkarlıq fəaliyyətini təmin etmək məqsədi ilə kreditləşmənin prioritetləri təhlil edilmiş, risklərin azaldılması və kreditorların məsuliyyətlərinin artırılması üçün tədbirlərin hazırlanması metodikası müəyyənləşdirilmiş,maliyyə bazarının beynəlxalq əlaqələrin qurulmasındakı rolu əsaslandırılmışdır. Sadalananların təhlili nəticəsində məqalədə ölkəmizdə baş verən valyuta münasibətlərinin iqtisadi artıma təsirini qeyd olunub.Hər bir ölkə üçün maliyyə bazarının əvəzolunmaz ,önəmli bir sistem oldugu hər kəsə məlumdur.Bu prioritetə əsaslanaraq ölkədə maliyyə bazarının tərkib hissəsi olan valyuta bazarına dövlətin və özəl sektorun münasibəti təhlil olunmuşdur.Xarici ticarət əlaqələrinin,xarici münasibətlərinin güclü olmasını təmin etmək üçün,beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə azad iqtisadi fəaliyyət göstərmək üçün ölkəmizin valyuta bazarına diqqəti təhlil olunmuşdur.

Açar sözləri: Maliyyə Bazarı, Nağd Pul, Bank,Valyuta Bazarı

Giriş

Dünya iqtisadiyyatının daim yeniliklərlə qarşılaşması ,beynəlxalq ticarət əlaqələrinin artması , valyuta münasibətlərinin inkişafı, dünya valyuta bazarının formalaşaraq valyuta sistemlərindən keçməsi ölkə iqtisadiyyatlarına kəskin dərəcədə təsir göstərir və bu davamlı olaraq bu formada davam edəcəkdir.Çünki beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemində daim inkişaf edən dünya iqtisadiyyatının olması uzunmüddətli olaraq sabit valyuta rejimi ilə ,sabit dayanıqlı inkişafla müəyyən trendlə davam edə bilməz .Son zamanlarda maliyyə bazarında baş verən dəyişikliklər və onun iqtisadiyyata təsiri olduqca aktual məsələlərdən biridir.İlk öncə ölkəmizdə maliyyə bazarının rolu haqqında məlumatları qeyd edək.

Azərbaycanın Maliyyə Bazarındakı Rolu

Müasir iqtisadiyyatların inkişafı və fəaliyyətində maliyyə bazarları mühüm rol oynayır. Maliyyə bazarları, həddindən artıq vəsaiti olanlara (İnvestorlar / borc verənlər) geri dönüş təmin edən məhsullar yaradır, bu vəsaiti əlavə pula ehtiyacı olanlara (borcalanlara) təqdim edir. Borcalanlar və borc verənlər arasındakı boşluğu aradan qaldıran bazar təmin edirlər. Bu bazarda qurulan 'qiymət' faiz dərəcəsidir.Maliyyə bazarları həm də iqtisadiyyatda kapital üçün amildir. İqtisadiyyatın tələbatını ödəmək üçün tələb olunan mal və xidmətlər istehsal oluna bilməsi üçün müəssisələr

istehsal prosesinə giriş kimi kapital tələb olunur. Bank və bank olmayan kredit təşkilatlarının fəaliyyətinin bəzi göstəriciləri səciyyələndirilmiş və onların fəaliyyətinin əsas problemləri müəyyən edilmişdir.Orta və uzunmüddətli maliyyə siyasətinin maliyyə sektorunun, xüsusən də fond bazarının inkişafından asılı olduğu müəyyən edilmişdir. Daxili qiymətli kağızlar bazarında etibarlı vasitələrin olmaması institusional iştirakçıların inkişafına maneə törədən və bütün maliyyə bazarının inkişafına maneə törətdiyi müəyyən edilmişdir. Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, Maliyyə Bazarları, ticarətçilərin səhmlər, istiqrazlar, törəmələr, mallar, valyutalar və s. kimi maliyyə aktivlərinin alqı-satqısı ilə məşğul olduğu bir bazardır. maliyyə bazarları şirkətlərə ya istiqrazlar (borc qiymətli kağızları) və ya səhmlər (əmlak növləri) buraxmaqla kapital cəlb etməklə özlərini maliyyələşdirməyə imkan verir. Bu onlara bank kreditləri kimi qısamüddətli maliyyələrə deyil, uzunmüddətli maliyyələrə çıxış əldə edərək biznes inkişafını və layihələrini maliyyələşdirməyə imkan verir. İnvestorlar üçün (istər fərdi əmanətçilər, istər qurumlar, istərsə də banklar,maliyyə sektorları,maliyyə institutları və s.) Maliyyə bazarları "dividend" adlanan bir gəlirin müqabilində kapital qoymaq imkanlarını və aktivləri qiymətləndirirsə əlavə dəyər perspektivlərini təklif edir. Xülasə, maliyyə bazarları pula ehtiyacı olan şirkətləri investisiya etmək üçün pulu olan oyunçularla təmasda saxlayır. (Ataşov, 2016).

Azərbaycanın valyuta bazarında inkişaf istiqamətləri

Son bir neçə ildən bəri, əməliyyatın aşağı dəyəri, investorların müdafiəsi, yüksək likvidlik, qiymət məlumatlarının şəffaflığı, mübahisələrin həlli üçün qanuni prosedurların asanlığı və s. Kimi bir sıra amillər səbəbindən maliyyə bazarının rolu ciddi şəkildə dəyişmişdir. .Maliyyə sektorunun daha da inkişaf etdirilməsi üçün onun yaxşılaşdırılması üçün strateji tədbirlərin görülməsini, maliyyə bazarının dövlət səviyyəsində inkişafı ilə bağlı vahid siyasətin müəyyənləşdirilməsini, daxili investisiya mənbələrinin yaradılmasına istiqamətləndirilməsinin, qəbulda şəffaflığın artmasının tələb olunduğu əsaslandırılmışdır.Qeyd olunur ki, ölkənin sabitləşməsi və iqtisadi canlanmasının açarı milli ehtiyatların idarə olunması və dövlət maliyyəsi üzərində effektiv nəzarət sisteminin yaradılmasıdır. Bazarın institusional quruluşunu inkişaf etdirmək, infrastrukturunu inkişaf etdirmək, səhmdarların hüquqlarını qorumaq, şəffaflığı artırmaq və effektiv və açıq tənzimləmə siyasətini və müvafiq nəzarəti tətbiq etmək üçün düzəldici tədbirlər təklif olunur. Ayrıca, Azərbaycanın maliyyə sektoruna Avropaya inteqrasiyasının müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsi və uzun müddətdə açıq iqtisadi sistem şəraitində Azərbaycanda makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsi üçün bir sıra tədbirlər təklif edilmişdir. Dövlət investorlara maliyyə bazarlarına yatırdıqları gəlirdən ya maliyyə əməliyyatları vergisi (FTTs) və ya dividend və kapital qazancı vergisi yolu ilə vergi verir. Bəzi investisiyalar vergi güzəştləri təklif etsələr də, sadə qiymətli kağız hesablarından istifadə edən investorlara mənfəətlərinə nisbətən yüksək səviyyədə vergi tutulur.Maliyyə bazarları istehlak üçün istifadə olunmayan gəlirin yenə də məcmu tələbə töhfə verə biləcəyi səmərəli bir proses təmin edir. Müştərilərdən, müəssisələrdən və hökumətlərdən əldə olunan qənaət yalnız gələcək istehlak üçün istifadə edilə bilməz, həm də iqtisadiyyatın məhsuldarlığını artıran kapitala investisiya qoymaq üçün istifadə edilə bilər.İstehlakçılar pulları bank kimi maliyyə qurumları vasitəsilə qənaət edirdilər.İlkin maliyyə bazarları firmaların səhm və ya borc kimi maliyyə aktivlərini investorlara satmaqla vəsait topladığı bazarlardır. İkinci dərəcəli maliyyə bazarları investorların digər investorlarla səhm və ya borc öhdəlikləri kimi maliyyə aktivlərini satdıqları bazarlardır. Müəssisələr təkrar bazar əməliyyatlarından pul almırlar. Əksər insanlar maliyyə bazarları haqqında danışarkən birja haqqında

düşünürlər. Lakin maliyyə bazarının əslində çox geniş sahəli olduğunu unutmamalıyıq.Maliyyə bazarlarına səhm bazarı,sığorta bazarı,kapital bazarı,valyuta bazarı,qiymətli kağizlar bazarı aid edilir.Ölkəmizdə güclü maliyyə bazarının olması üçün ilk növbədə güclü,strukturlaşdırılmış nəzarət mexanizmi olmalıdır. 2016-cı ildə MBNP yarandıqdan bəri, Azərbaycan qlobal mövqeyini bir çox vacib yolla yaxşılaşdırdı. Dünya Bankı Qrupunun DB-2020 indikatoru hesabatı əsasən KOS kredit imkanlarının artması və daşınan aktivlərin dövlət girov reyestrinin tətbiqi ilə ümumi kredit reytinqində 34-cü yeri tutdu. Qlobal Rəqabətlilik Hesabatı (2019) Azərbaycanın 141 ölkə arasında 58 pillə irəliləyərək 11 pillə irəlilədiyini gördü. İqtisadi Azadlıq İndeksi Azərbaycanı qlobal miqyasda 60-cı yerdə qərarlaşdı. Azərbaycanın Fiskal Sağlamlıq Bölməsinin 89.4 bala çatması üçün digər amillər arasında MBNP -na kredit verilə bilər.Əgər Azərbaycanda dünyanın güclü maliyyə sistemi olan ölkələr kimi maliyyə sahəsində təkmillədirmə işləri görülsə,lazımi tədbirlər olsa,müəyyən islahatlar aparılsa,texnoloji yeniliklərdən istifadə olunsa Azərbaycanda da yaxın gələcəkdə bu istiqamətdə nailiyyətlər əldə oluna bilər.Bunları nəzərə alaraq Azərbaycanda Maliyyə Bazarının müasir dövrdə xarakterizə edən amillərindən danışa bilərik.

Metod

Məqalədə tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, tədqiqat prosesində müqayisəli və sistem təhlil, statistik təhlil, sintez, müşahidə, ümumiləşdirmə və formalaşdırma metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlardan ilki təhlil metodudur. Başqa bir metod müqayisəli üsuldur. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır.
Başqa bir metod sintez metodudur. Sintez daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Ölkəmizdə maliyyə bazarının əsas maliyyə aləti qısa müddət ərzində təsadüfi xarakter almış dövlət qısamüddətli öhdəlikləri (İKT) və AMB-nin Notları olmuşdur. Kommersiya, xəzinədarlıq və bank vekselləri, korporativ istiqrazlar və digər qısamüddətli öhdəliklər kimi alətlər təkcə maliyyə bazarını formalaşdıra bilməz.Banklararası pul bazarı aktiv əməliyyatları həyata keçirmək üçün banklararası əmanətlər və qısamüddətli kreditlər şəklində banklar arasında vəsaitlərin yenidən bölüşdürülməsini təmin edir, rəhbərlik tənzimləyici orqanların, xüsusən də AMB-nin tələblərini balanslaşdırır. Bu seqmentdə AMB kommersiya banklarına təkrar maliyyələşdirmə üçün kreditlər təqdim edir. Beləliklə, maliyyə bazarındakı vəziyyətdən asılı olaraq, pul kütləsinin sabitliyini və nəzarətini təmin etmək və likvidliyi təmin etmək üçün AMB yenidən maliyyələşdirmə faizini təyin edir. Pul siyasəti ilə təmin olunan müxtəlif vasitələrdən istifadə edərək AMB pul kütləsinin dövriyyədəki həcmini, inflyasiyanı və manatın əsas inkişaf etmiş ölkələrin milli valyutalarına nisbətlərini tənzimləyir. AMB banklararası pul bazarında əsas iştirakçılardan biridir və banklararası depozitlər və kreditlər sahələrindən biridir - banklara biznes kredit verən aktiv əməliyyatlar həyata keçirməkdir. Buna görə də bu seqmentin iştirakçılarının sayı kredit tələbi olan təsərrüfat subyektləri - hüquqi və fiziki şəxslər, habelə insanlar - bank əmanətçiləri fondları, banklar kredit verir. (Məmmədov , 2003).

Banklararası kreditlər üzrə broker olaraq maliyyə bazarının banklararası seqmentində Bakı Banklararası Valyuta Birjası iştirak edir. Valyuta bazarı xarici ticarət, xidmətlər, investisiya,

beynəlxalq ödənişlər üzrə ödəyicinin və ya alıcının xarici valyutanı alqı-satqı şəklində bir valyutanın digərinə dəyişdirməsi yolu ilə hesablaşmaları təmin edir. Pul bazarının bu seqmentinin əsas iştirakçıları, banklar və vasitəçilik edən və valyuta məzənnəsini AMB rəsmi məzənnəsi üçün əsas təşkil edən Bakı Banklararası Valyuta Birjası hesab olunur. Bu bazar iki seqmentə bölünür: birja və birjadankənar. Yer üzündə gedən proseslər, əsas valyutaların bir birinə olan məzənnələri Azərbaycan manatına da təsir göstərir. Mərkəzi Bankın hər gün Azərbaycan manatının avro və dollara nisbətdə məzənnəsini bazarlarda bu valyutaların birbirinə qarşı olan münasibətinə görə təyin edir. Bu səbəbdən də bəzi günlər avro, bəzən də dollar manata nisbətən cüzi də olsa, oynamalara səbəb olur. Mərkəzi Bank bilirik ki, özünün iqtisadi vəzifələrini pul-kredit siyasəti vasitəsilə maliyyə sisteminə təsir göstərməklə həyata keçirir.maliyyə sisteminin formalaşmasında Mərkəzi Bankın həmin sistemdə oynadığı rolun böyük önəmi vardır. Valyuta,məzənnə tarazlıgı dövlətin iqtisadi siyasətinin prioritetlərindən biri hesab olunur.Valyuta bazarında məzənnənin bildiyimiz kimi 2 funksiyası vardır.Daxili iqtisadi şərtləri və xarici iqtisadi şərtləri dəyərləndirərək ikisi arasında tarazlıgı qorumaqdır.Beləliklə ölkənin daxili qiymətləri ilə xarici qiymətləri arasında əlaqə yaradan yeganə vasitədir. (Məmmədov, 2012).

Maliyyə bazarının digər ayrılmaz tərkib hissəsi olan qiymətli kağızlar bazarı, iqtisadiyyatın subyektləri arasında tələb və təklif əsasında qiymətli kağızların alınıb satıla biləcəyi daha geniş maliyyə bazarının bir hissəsidir. Qiymətli kağızlar bazarları, qiymətlərin müəyyənləşdirilə biləcəyi və həm peşəkar, həm də qeyri-mütəxəssislərin iştirak edə biləcəyi birjalar, istiqraz bazarları və törəmə bazarları əhatə edir.Qiymətli kağızlar bazarlarını iki səviyyədən aşağıya bölmək olar.Azərbaycanda yeni qiymətli kağızların buraxıldığı ilkin bazarlar və mövcud qiymətli kağızların alınıb satıla biləcəyi təkrar bazarlar. İkinci dərəcəli bazarlar ayrıca tərəflərin bir araya gəldikləri və qiymətli kağızları aldıqları və ya satdıqları birjalar və birjalara ayrıla bilər. Qiymətli kağızlarının satıla biləcəyi və nağd pula çevrilə biləcəyi ikinci bir bazarın olduğunu bilən qiymətli kağız sahibləri üçün insanların səhm və istiqrazlara sahib olmaq istəklərini artırır və beləliklə firmaların qiymətli kağızlar buraxma imkanlarını artırır (Abbasov ,2003).

Azərbaycanda qiymətli kagizlar bazarında 2019 -cu il üzrə aparılan əməliyyatlara nəzər salsaq deyə bilərik ki,ötən illərə nisbətən səhm bazarında ,qiymətli kağızlar bazarında canlanmanın müşahidə olduğunu görə bilərik.Maliyyə Bazarına Nəzarət Palatasının açıqlamasına əsasən birinci rüb ərzində 5 663.5 mln. Manat həcmində əməliyyatlar aparılıb.Bu əməliyyatların həm korporativ həm də dövlət qiymətli kağızlar bazarında aparılmasının müsbət tərəfi ondan ibarətdir ki,maliyyə bazarında canlanmaya səbəb olur.2019 -cu il ərzində Mərkəzi Bankın hesabatına əsasən dövlət qiymətli kağızlar bazarı üzrə aşağıdakı cədvəli nəzərinizə çatdırırıq.

Cədvəl 1. Dövlət qiymətli kağızlar bazarı üzrə əsas göstəricilər

İl,ay	Nominal üzrə dövriyyədəki həcm (mln. manat)			DQK bazarında payı, %	
2019	Cəmi	DQİ-r	AMB-in notları	DQİ-r	AMB-in notları
01	2032.5	982.5	1050.0	48.3	51.7
02	2047.5	997.5	1050.0	48.7	51.3
03	2011.3	1028.0	983.3	51.1	48.9
04	1912.35	1038.0	874.4	54.3	45.7
05	1859.2	1059.2	800.0	57.0	43.0
06	1779.2	1079.2	700.0	60.7	39.3

07	1824.2	1124.2	700.0	61.6	38.4
08	1894.2	1194.2	700.0	63.0	58.6
09	1881.3	1181.3	700.0	63.5	57.4
10	1886.3	1186.3	700.0	62.9	59.0
11	1866.3	1166.3	700.0	62.5	60.0
12	1841.3	1141.3	700.0	62.0	61.3

Mənbə : Mərkəzi Bank , www.cbar.az (28.02.2020)

Əldə etdiyim və təhlil olunan məlumatlara əsaslanaraq deyə bilərik ki,Azərbaycanda maliyyə bazarının sürətli inkişafına mane olan səbəb Azərbaycanın keçid iqtisadiyyatlı bir modeldə , sistemdə olması və xüsusilə ölkəmizdə ixracın idxaldan çox olması ölkənin tədiyyə balansına mənfi təsir göstərir.Belə ki,Neft ixracatçısı olan bir ölkə olaraq Azərbaycan manatının ABŞ dollarından asılı olması ölkənin valyuta bazarında sərbəst ,dominant olmasına mane olur.Çünki ölkəmizdə Mərkəzi Bankın tələbinə əsasən üzən tənzimlənən valyuta rejimidir.Bunlardan əlavə olaraq Azərbaycanda sahibkarlara dəstək qismində biznes kreditlərinin aşagı faizlərlə ayrılmasının təmin edilməsinə dair profilaktik tədbirlər görülməlidir.Azərbaycanda bank sektoruna güvənin az olması həm ölkənin iqtisadi subyetktlərinin fəaliyyətinə həm də maliyyə bazarının dünya səviyyəsində inkişafına mane olur.Əsası nəğd puldan (banknotlardan) ibarət MB öhdəlikləri xalis xarici aktivlər (valyuta ehtiyatları) dövlət və bank sektoruna kreditlər vasitəsilə təmin edilmişdir. Eyni zamanda maliyyə bazarının alətlərinin müddətlərinə və digər təsniflərə əsasən dövriyyəsi təkmilləşdirilməkdədir.Aparılan araşdırmalar nəticəsində maliyyə xidmətlərinin maliyyə bazarını fəaliyyətinə təsiri qiymətləndirilmişdir. (Məmmədov,2006).

Müəyyən edilmişdir ki, maliyyə sistemi tərəfindən həyata keçirilən maliyyə resurslarının yerləşdirilməsi prosesi, maliyyə bazarının funksional olması bilavasitə maliyyə institutlarının fəaliyyətindən asılıdır. Qeyd edilənləri nəzərə alaraq maliyyə xidmətləri bazarının elmi cəhətdən əsaslandırılmış strukturu işlənib hazırlanmışdır.Maliyyə bazarının həm üstünlükləri həm də mənfi tərəfləri də vardır.Üstünlüklərinə misal olaraq aşağıdakıları deyı bilərik. (Bağırov, 2012).

1.Alıcılara və satıcılara, aktivlərdə ticarət etmək üçün görüşmək üçün bir platform verir.Beləliklə, qiymətli kağızların qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsinə kömək edir.

2.Bu investor pullarını ən məhsuldar istifadəyə verə biləcəyi üçün investorların əmanətlərinin səfərbər olmasına kömək edir.

3.Ticarətçilər üçün maliyyə bazarı platforması, potensial alıcı və satıcı tapmaqda vaxtlarını və pullarını qənaət etməyə kömək edən qiymətli kağızların potensial alıcı və satıcısını təmin edir.

Mənfi cəhətlərinəsə bunları qeyd edə bilərik.

1.Maliyyə bazarındakı qiymətlər vergilər kimi bəzi makroiqtisadi qüvvələrə görə səhmlərin əsl daxili dəyərini göstərə bilməz.

2.Qiymətli kağızların qiymətlərini qəfil dəyişən müəyyən amillər var. Beləliklə, maliyyə bazarında ticarət edərkən risk var. Şirkət haqqında hər hansı bir mənfi xəbər gəlsə, onun qiyməti çox azalaraq səhmlərini alan şəxsə zərər verə bilər. (Məmmmədov,2012).

Bu səbəblərə görə Azərbaycanda investorlar,maliyye subyektləri maliyyə iştirakçıları maliyyə bazarında əməliyyatlar aparmaga risk etmirlər.Maliyyə bazarında investorlar qiymətli kağızlarını asanlıqla sata bilər və nağd pula çevirə bilər, bununla da satıla bilən aktivlərə likvidlik təmin

edir.Son illərdə aparılan struktur islahatların sayəsində,görülən işlərin nəticəsində ölkə ərazisində nağdsız pul dövriyyəsi artmaqdadır.Bildiyimiz kimi güclü dövlət öz iqtisadi artımını real statistik göstəricilərə əsaslanaraq müəyyən edə bilər.Ona görə də Azərbaycanda nağdsız hesablaşmaları stimullaşdıraraq ölkənin valyuta bazarının inkişafına olduqca müsbət təsir göstərir.Ölkəmizdə tətbiq olunan valyuta rejimi isə beynəlxalq valyuta əməliyyatlarının şəffaf ,operativ həyata keçirilməsinə,tədiyyə balansının tənzimlənməsinə gətirib çıxarır. Nağdsız hesablaşmaların müasir dövrdə müsbət cəhətlərini aşagıdakı kimi sadalaya bilərik.

1.Aparılan valyuta əməliyyatlarının və nağdsız hesablaşmaların şəffaflığı ,

2.Nağd pul ilə aparılan əməliyyatların nağdsız hesablaşmalarla əvəzlənməsinin stimullaşdırılması,

3.Ölkəmizdə bank sisteminin inkişafının sürətləndirilməsi ,

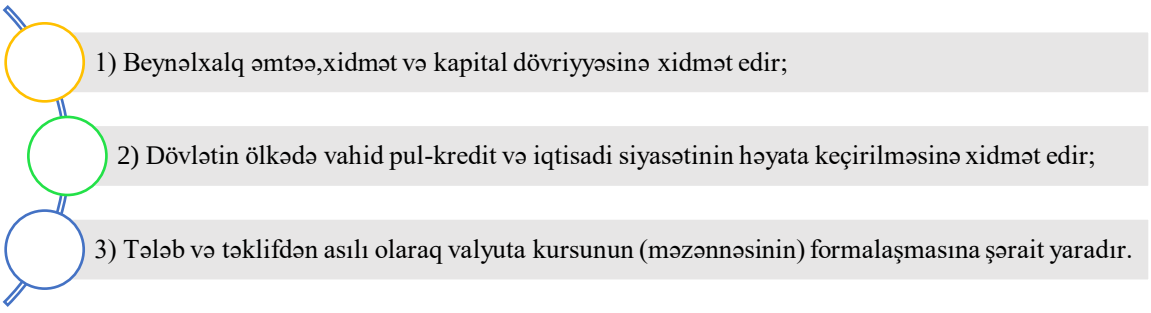
5.Çirkli pulların yuyulmasına qarşı mübarizənin asanlaşdırılması ,

6.Rəqəmsal ödəniş xidmətlərinin,əlverişli biznes mühitinin yaxşılaşdırılması,

Mərkəzi bankın rəsmi məlumatlarına əsasən qeyd edə bilərik ki,2019cu ildə nağdsız ödəniş göstəriciləri ötən illlərə nisbətən müsbət dinamika müşahidə edilmişdir.Dövr ərzində Milli Ödəniş İnfrastrukturu vasitəsilə 191 mlrd manat təşkil etmişdir. (https://www.cbar.az/press-release-2368/results-of-9-months-of-2019-on-expansion-of-digital-payments-in-the-country, 29.03.2020).

Hal hazırda Azərbaycanda bu əməliyyatların həcmi artmaqdadır.Əvvəllər banklara olan inamsızlıq, hesablaşmaların bank hesablarından kənar həyata keçirilməsi və bankların bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun xidmətlər təklif edə bilməməsi onların pulyaratma imkanlarını minimuma endirmişdir . Bildiyimiz kimi hal hazırda banklararası hesablaşma sistemi və valyuta əməliyyatlarının zəif olmasa bu gün müasir tekmilləşdirilmiş xidmətlərin göstərilməsinə mane olur. Yüksək inflyasiya gözləntiləri şəraitində bankların digər banklarla hesablamaları aparmaq üçün Mərkəzi Bankdakı müxbir hesablarda yetərli miqdarda manat saxlamağa risk etmirlər. Nəticədə müəssisələr arasında hesablaşmalar zəifləyir, tədiyyə böhranı bir qədər də dərinləşir.Lakin yuxarıda qeyd olunduğu kimi nağdsız hesablaşmalar üzərindən görülən işlərin müsbət nəticlərinin şahidi oluruq.Hər bir ölkədə olan valyuta bazarı əsasən aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

Sxem 1 . Valyuta bazarının əsasən yerinə yetirdiyi vəzifələr



Mənbə: Sadıxov M.E., Bədəlov H.V., (2003) "Maliyyə resursları və maliyyə bazarı". Bakı, məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

1995-ci ildən başlayaraq büdcə kəsirinin qarşılanmasının qeyri inflyasiya metodu kimi dövlət borc öhdəliklərinin buraxılışına başlanıldı. 1996-cı ildən günümüzə qədər Maliyyə Nazirliyi tərəfindən Mərkəzi bankın agent rolunda iştirakı ilə keçirilən hərraclarda dövlət qiymətli kağızlarının yerləşdirilmə səviyyəsi qənaətbəxş olmamışdır. Keçirilən hərraclarda AMB-nın xüsusi lisenziyası əsasında 5-10 bank diler rolunda iştirak edir. Dövlət qiymətli kağızlar bazarında iştirak edən maliyyə

vasitəçiləri say olaraq azlıq təşkil edirlər. Bir ölkə iqisadiyyatının üzən valyuta rejimində olması üçün iqtiadiyyatının çox güclü olması lazımdır. Azərbaycanda maliyyə vasitələrinin əsas iştirakçıları və istifadəçiləri bildiyimiz kimi kredit institutları olan banklardır.Mərkəzi bank olan milli maliyyə sistemində önəmli yerlərdən birini tutur və maliyyə bazarını likvidlə təmin edən son instansiya hesab edilir.Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemində,dünya iqtisadiyyatında azad iqtisadi əlaqələri olmalı,beynəlxalq ticarətə inteqrasiya etməlidir.Demək olar ki, bank qurumlarından başqa digər maliyyə subyektləri və fiziki şəxslər o qədər də maraq göstərmirlər.Azərbaycanda maliyyə bazarını təhlil etdikcə,belə bir qənaətə gəlmək olar ki,ölkə ərazisində baş verən maliyyə prosesləri maliyyə bazarlarında baş verdiyi üçün ilk növbədə maliyyə bazarının tənzimləmə mexanizminə diqqət ayrılmalıdır.Belə ki,əgər normativ sənədlərdə yeniliklər əlavə edilsə,bu sahədə müəyyən islahatlar aparılsa,dünyanın maliyyə mərkəzlərinin istifadə etdikləri təkmilləşdirilmiş ,təhlil olunmuş qayda və prinsiplərdən istifadə olunsa ölkəmizdə bu bazarda nailiyyətlər əldə oluna bilər.Həmçinin maliyyə subyektlərinin aktiv fəaliyyəti,bankların maliyyə qurumlarının beynəlxalq valyuta əməliyyatlarına sövq edilməsi arzuolunandır.Əgər ölkə ərazisində bu subyektlərarası maliyyə xidmətləri olsa,fiziki və hüquqi şəxslərə müasir tələblərə cavab verən xidmətlər göstərilsə,maliyyə bazarında yeniliklər əldə olunar,bu istiqamətdə inkişaf proqramları hazırlanır

Nəticə

Məqalədə Azərbaycanın maliyyə bazarının müasir fəaliyyətinin vəziyyəti və dinamikası, açıq iqtisadi sistem şəraitində yerli maliyyə sektorunun inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsinə qanunvericilik, normativ və institusional dəstəyin inkişafı təhlil edilmişdir.Sonda nəticə olaraq deyə bilərik ki, tədqiqat nəticəsində müasir dünya valyuta bazarının inkişaf istiqamətlərinin mövcud olan müxtəlif problemlər və onların həlli yolları axtarılır. Digər tərəfdən Azərbaycanda valyuta bazarının inkişafı yollarının düzgün - səmərəli aparılması və bu sahədə mövcud resurslardan məqsədəuyğun istifadə məqamları araşdırılır, müvafiq tədbirlər görülür.Ölkəmizdə inkişaf etməmiş maliyyə sistemi kreditə söykənən bir sistem olduğunu nəzərə alıb deyə bilərik ki ,ölkəmizin valyuta bazarının güclü strukturlaşmış şəkildə formalaşması üçün aşağı faiz dərəcələri ilə xüsusilə biznes kreditlərinin təklif olunması məqsədə uyğundur.Çünki ölkə iqtisadiyyatının güclü sistemli olduğunu göstərən ən mühüm göstəricilərdən biri ölkənin valyuta bazarının dünya səviyyəsində tanınması və bunun üçün ilk növbədə daxili iqtisadiyyatı öz valyuta bazarı ilə tənzimləyə bilməkdir.Araşdırılan və tədqiq olunan məlumatlara əsasən Azərbaycanda nə üçün güclü maliyyə sisteminin,valyuta bazarının olmamasının səbəblərini aşagıdakı kimi göstərə bilərik.

1.Azərbaycan Neft İxracatçısı olduğu üçün Azərbaycan manatının ABŞ dollarından asılılığının olması.Son günlərdə neftin qiymətinin kəskin şəkildə düşməsi Azərbaycanda manatın dəyərinin düşməsi ehtimalını artırır.Tədiyyə balansında kəsrə gətirib çıxarır.Əgər ölkəmiz ixracdan asılı olmasa,bu məsələlərin tez və daha optimal şəkildə həll edilməsi asanlaşardı.

2.Azərbaycanda ixrac idxaldan çox olduğu üçün və əməliyyatlar ABŞ dolları ilə aparıldığı üçün manatın məzənnəsinin tez tez dəyişməsi, və bunun da ölkə iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərməsi
3.Maliyyə subyektlərinin beynəlxalq valyuta əməliyyatlarında iştirak etmək üçün risk etməmələri

4.Xarici valyutalarda məhdudiyyət qoyulmadan sövdələşmələrin baglanması imkanının olmaması

5.Maliyyə bazarının tənzimlənməsində texnoloji yeniliklərdən az istifadə olunması

6.Maliyyə institutlarının,bankların,maliyyə bazarında iştirak edən subyektlərin beynəlxalq valyuta əməliyyatlarında az iştirak etmələri və maliyyə qərarları ilə baglı risk etməmələri və s.

Ölkəmizdə dünya valyuta bazarının prioritetlərindən yararlanılsa fikrimcə,valyuta bazarında canlanmaya gətirib çıxara bilər.Valyuta bazarının əməliyyat mexanizmini bilmək bilmək və öyrənmək beynəlxalq maliyyə baxımından əhəmiyyətlidir. Valyuta bazarının əsas funksiyası həm beynəlxalq ticarəti ,həm də sərmayə bazarının fəaliyyətini həyata keçirməkdir.Valyuta birjaları (bazarları) olmasaydı,beynəlxalq maliyyə də olmazdı.Bu gün dünyadakı ən böyük maliyyə bazarları valyuta bazarlarıdır. Azərbaycanın beynəlxalq ticarət əlaqələrinin gücləndirilməsi valyuta əməliyyatlarının müasir şərtlərə cavab verən texnologiyalara əsasən aparılmasını şərtləndirir.Bu səbəbdən də bir ölkənin valyuta bazarındakı əməliyyatları dərindən araşdırılmalı,çatışmazlıqlar aradan qaldırılmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Məmmədov R.C., (2013) “Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər”. Bakı, 114 səh.
2. Abbasov A.H., (2003) “Azərbaycanda maliyyə bazarının formalaşması və bazar iqtisadiyyatında maliyyə-kredit sisteminin problemləri”. Bakı, “Elm” 120 səh.
3. Bağırov D.A., Həsənli M.T., (2011) “Maliyyə”. Bakı, 130-135 səh.
4. Bağırov M.M., (2003) “Banklar və bank əməliyyatları ”. Bakı, 136-141 səh.
5. Sadıxov M.E., Bədəlov H.V., (2003) “Maliyyə resursları və maliyyə bazarı”. Bakı, 270 səh.
6. Məmmədov Z.F., (2006) “Pul, kredit və banklar”. Bakı, 116 səh.
7. Məmmədov Z.F., (2012) “Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi” Bakı, 30-35 səh.
8. Ataşov B.X., (2016) “Maliyyə bazarları”. Bakı, 128 səh.
9. Atakişiyev M.C ., (2010) “Maliyyə menecmenti”. Bakı, 105 səh.
10. Aslanov A.M., (2005) “ Maliyyə və bank statistikası”, Bakı, , 167 səh.
11. www.cbar.az - AR Mərkəzi Bankının rəsmi saytı
12. https://www.stat.gov.az
13. https://economy.gov.az

Nağdsız Cəmiyyət Yaratmaqda Elektron Ödəniş Vasitələrinin Mənimsənilməsi

Namiq Nəsibov

namiq.prestij@gmail.com

Xülasə

Son zamanlarda qloballaşan dünyanın fonunda davamlı olaraq yerdəyişən insanların kağız və qəpik puldan daha az istifadə etdiyi, əvəzinə müxtəlif elektron ödəmə vasitələrini üstün tutduğunu aydın görə bilirik. Bu tendensiyanın daha çox inkişaf etmiş ölkələrə və ya 2-ci dərəcəli dünya ölkələrinə xas olduğu daha çox diqqət çəkən məqamlardan biridir. Ölkəmizin də bu tendensiyaya qoşulduğu, qlobal maliyyə əməliyyatlarını vətəndaşlar üçün əlçatan etdiyi görülür. Bu səbəblə həm qara puldan istifadənin azaldılması, həm də rüşvətxorluğun qarşısını almaq üçün dünyanın bir çox ölkəsində nəğdsiz cəmiyyət yaradılmağa çalışıldığı da barizdir. Bu, həm də nəğd pulun istehsalına çəkilən əziyyət və pulun istehsal dəyəri də nəğdsiz cəmiyyətdə yoxa çıxır. Nəğdsiz cəmiyyət olmaq yolunda elektron ödəniş vasitələrinin qəbul səviyyəsi isə istifadə vəziyyətinin texnoloji qəbul modeli istifadə edilərək araşdırıldığı bu çalışmada bir qrup insana anket sorğusu tətbiq edilmişdir. Sorğuda əldə edilən cavablarla yanaşı araşdırmada əldə edilən məlumatlar logistik reqressiya modeli qurularaq analiz edilib. Əldə edilən nəticələrə görə cins, yaş, təhsil, texnologiyanı istifadə etmə ehtiyacı, xüsusi normalar, qəbul edilən davranış nəzarəti insanların elektron ödəniş vasitələrinin istifadəsinə təsir göstərir. Bütün bunlarla bərabər ölkənin bu sistemə nə qədər keçməyə maraqlı olduğu, əhalinin yaradılan elektron sistemə nə qədər etibar etməsi və bu sistemlərdən nə qədər istifadə etməyə maraqlı olması, mövcud qanunveriliciyin bu prosesi dəstəkləməsi də mövzunu daha da əhəmiyyətli edən məsələlərdən bəziləridir.

Açar sözlər : **Nağdsız Cəmiyyət, Nağdsız İqtisadiyyat, Elektron Ödəmə Vasitələri**

Giriş

20-ci əsrin ikinci yarısı texnologiya sahəsində böyük innovasiyaların yaşandığı bir vaxtdır. Dünyada ilk dəfə Amerika Bankları pulun elekronik vasitələrlə transferinə başlayıb. Elektron pul köçürməsindən başqa kredit kartlarının inkişafı ilk dəfə Amerikada və daha sonra məşhurlaşaraq bütün dünyada istifadə olunmağa başladı. 1975-ci ildə ilk dəfə ABŞ-da ilk avtomatik bankomat (ATM/Automatic Teller Machine) istifadəyə verildi. (Yüksel, 2015).

Kartların tarixinə nəzər salsaq görərik ki, ilk dəfə belə bir təcrübə 1914 – cü ildə həyata keçirilmişdir. Buradakı əsas məqsəd daimi müştərilərin özlərinə "bağlanılması" idi. Görünüş etibarilə müasir formadakı kartlardan olduqca fərqlənirdilər. Əsas etibarilə kartondan hazırlanırdı bu isə öz növbəsində dözümlü olmadığından sonrakı dövrlərdə formasını dəyişərək öncə dəmir sonra isə daha az maliyyətlə başa gələn plastik kartlarla əvəz edilmişdir. (Rochet, 2008).

1958 – ci ildə dünyada ilk dəfə olaraq Amerikan Express kartlarının dövriyyəyə buraxılması hadisəsi baş vermişdir. Qısa zaman sonra isə kompaniya böyüyərək 2 il qədər qısa bir müddət ərzində 32 müəsisə olmaqla ümumilikdə 475000 nəfərlik bir kart sahibi ordusuna malik idilər. 20 – ci əsrin ortalarından etibarən isə Amerikadakı əksər banklar (100 – dən çox bank) özlərinə aid olan kredit kartları sisteminə keçid etməyə başlamış və bu barədə layihələr işləyib hazırlamışlar. Bu biznesdəki dönüm nöqtəsi isə Bank of Amerikanın və Chase Manhattan Bank – ın da artıq bu işə qoşulması kimi qiymətləndirmək olar. (Milne, 2016).

1990-cı illərdən etibarən xüsusilə banklar yeni ödəmə üsulları ilə bağlı məhsulları inkişaf etdirdi. Texlonoji inkişafla birlikdə iqtisadi sistemdə də istifadə olunan ödəniş vasitələri ödənişə ayaq uydurmuş və müxtəlif növləri yaranmışdır. Puldan daha təhlükəsiz və asan ödəniş vasitəsini yaratmağa çalışıblar. Ən vacib dəyişmə vasitəsi olan pulun yerini bir çox fərqli ödəniş vasitəsi almışdır. Texnoloji yeniliklər elektron dünyaya doğru gedən ödəmə sistemlərinin üfüqünü dəyişdi.

Müasir texnologiyalar “pul və nağd pul daşıma” sindromunu ənənəvi ödəmə metodlarından daha təsirli və səmərəli sistemə çevirdi. İqtisadi köçürmələri asanlaşdığı, daha təhlükəsiz və daha sürətli vəsait əldə etməyi dəstəklədiyi üçün elektron ödənişlər nağd ödənişləri əvəz etməyə başladı. (Oyewole, 2013).

Pul elektron mühitə girməklə birlikdə “fiziki varlığını” itirməyə başladı. Kağız puldan istifadə gün keçdikcə azalmağa başladı. Nəğd ödəniş vasitəsi olan pulun əvəzinə elektron pulun istifadətə başlaması ilə “nəğdsiz bir cəmiyyət” yaratmaq fikri ortaya çıxdı. Bu fikrə sahib olan maliyyə dairələri nağdsız bir cəmiyyət yaratmanın bir sıra üstünlükləri də özü ilə birlikdə gətirəcəyini bildirirlər.

Korrupsiya və qara pulla mübarizə etmək, sosial ədalət ilə birlikdə daha şəffaf və daha təmiz bir iqtisadiyyata sahib olmaq üçün daha az nəğd pulun olması tövsiyə olunur. Bundan başqa son günlərdə bütün dünyada insanların sağlamlığını riskə atan Coronavirus təhlükəsi, daha aydın desək nağd vəsaitlərlə virusun yayılması məsələsi gündəmə gəlmiş və pandemianın yayılmasına müsbət təsir etdiyi müşahidə edilmişdir. Bu səbəbdən nağd vəsaitlərə tələbin azaldılması və nağdsız olaraq əməliyyatların həyata keçirilməsi Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı tərəfindən tövsiyyə edilir. Nəğdsiz cəmiyyət fikrinə rəhbərlik edən İsveç kimi ölkələr nəğd pula olan tələbi sabit şəkildə azaldıblar. Ev təsərrüfatları nəğd puldan daha az asılı qalmaqda, ticarətçilər mal və xidmətlər üçün ödəniş kimi nağd pul qəbul etməkdə daha istəksizdirlər. Üstəlik, maliyyə qurumları xərcləri azaltmaq üçün nağd əməliyyatlarını azaltmaqdadır və İsveçdə banklardan nağd pul çıxarmaq getdikcə çətinləşir. Eyni zamanda yenə bu ölkədə bir çox bank şöbəsi nəğdsiz hala gəlib. Bu inkişaf nağd pulun artıq fiziki şəxslər və şirkətlər tərəfindən istifadə edilmədiyi bir iqtisadiyyatın yaranmasına səbəb ola biləcəyini göstərir. (Engert ,2018).

Metod

Maliyyə dairələri bildirirlər ki, nağdsız bir cəmiyyət fərdlərə və milli iqtisadiyyata fayda verə bilər və nağdsız cəmiyyət yaratmaq prosesi ənənəvi ödəniş alətləri əvəzinə elektron ödəniş vasitələrindən istifadənin artması ilə sürətlənəcəkdir. Elektron ödəmə alətləri kağız pulun bəzi xüsusiyyətlərə sahibdir və gələcəkdə kağız pulları əvəz etmək potensialına sahib olduğu bildirilir. Gündəlik həyatda elektron ödəniş alətlərinin tətbiqi ilə “Nağdsız cəmiyyətin yaradılması” prosesi cəmiyyət tərəfindən maliyyə sistemi baxımından vurğulanması lazım olan bir məsələyə çevrildi.

Bu araşdırmanın məqsədi nəğdsiz cəmiyyət yaratma prosesində elektron ödəmə alətlərindən istifadəni, onların qəbul səviyyələrini, fikirlərini, münasibətlərini və niyyətlərini aşkar etməkdir.

Elektron ödəniş vasitələrindən istifadə səviyyəsini və qəbul niyyətini başa düşmək və sınamaq üçün araşdırmada qurulan fərziyyələr aşağıdakılardır:

1. Cins elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
2. Yaş elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
3. Ailə vəziyyəti elektron ödəniş vasitələrinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
4. Təhsil elektron ödəniş alətlərinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
5. Gəlir elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
6. Texnologiyadan istifadə ehtiyacı elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.

7. Texnoloji yeniliklər və inkişaflardan xəbərdar olmaq elektron ödəmə vasitələrinin istifadəsinə həlledici təsir göstərir.
8. Yeni bir texnologiya ilə qarşılaşdıqda, onu istifadə etməyə və xüsusiyyətlərini öyrənməyə çalışmaq, elektron ödəmə vasitələrindən istifadəyə həlledici təsir göstərir.
9. Görülən mənfəət elektron ödəmə alətlərindən istifadədə təsirli olur.
10. Qəbul edilən faydalılıq elektron ödəmə alətlərindən istifadəyə təsirli olur.
11. Görülən rahatlıq elektron ödəmə vasitələrindən istifadədə təsirli olur.
12. İstifadəyə münasibət elektron ödəniş alətlərinin istifadəsinə təsir göstərir.
13. Davranış niyyəti elektron ödəniş alətlərinin istifadəsinə təsir göstərir.
14. Xüsusi normalar elektron ödəniş vasitələrinin istifadəsinə təsir göstərir.
15. Davranış nəzarəti elektron ödəmə vasitələrindən istifadədə təsirli olur.
16. Görülən mənfəət elektron ödəmə vasitələrindən istifadədə təsirli olur.
17. Funksional risk elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə təsir göstərir.
18. Maliyyə riski elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə təsir göstərir.
19. Vaxt riski elektron ödəmə alətlərinin istifadəsinə təsir göstərir.
20. Təhlükəsizlik riski elektron ödəniş vasitələri üzərində təsir göstərir.

Araşdırma Modeli

Tədqiqatın məqsədi elektron ödəmə metodlarının qəbul səviyyəsini və istifadə niyyətini başa düşməkdir. Bu məqsədlə, maliyyə sektorunda istifadə olunan Lee (2009: 133) Texnologiya Qəbul Modelindən (TQM) istifadə edilmişdir. Texnologiya Qəbulu Modeli (TQM) istifadəçilər tərəfindən informasiya texnologiyalarının qəbulunu müəyyənləşdirərkən ən çox istifadə olunan modellərdən biridir və istifadəçilər tərəfindən yeni texnologiyaların mənimsənilməsində təsirli olan amillərlə izah olunur (Suh and Han, 2002: 247). TQM, 1975-ci ildə Fishbein və Ajzen tərəfindən təqdim olunan TRA (Reasoned Action of Model) -dən uyğunlaşdırıldı. TRA, sosial psixologiyada qəsdən davranışın müəyyənləşdiriciləri ilə əlaqəli geniş yayılmış bir modeldir. Davranışların şəxslərin münasibətlərindən və informasiya texnologiyalarından istifadə edib fərdi davranışdan təsirlənməmələrindən asılı olduğu iddia edilir.

Analiz

Sərhədsiz cəmiyyət yaratmaq prosesində şəxslərin elektronik vasitələrdən istifadə vəziyyətini, qəbul səviyyələrini, fikirlərini, münasibətlərini və niyyətlərini müəyyənləşdirmək üçün təsvir statistikasına əlavə olaraq; elektron ödəniş vasitələrinin istifadəsinə təsir göstərəcəyi düşünülən demoqrafik, sosial-iqtisadi və münasibət miqyaslı dəyişənlərin təsirinin olub olmamasını araşdırmaq məqsədi ilə İkili (Binary) loqistik reqressiya analizi tətbiq olunub. Anketlərdəki məlumarların analizində SPSS 22.0 paket proqramı istifadə edilib.

Logistik Reqressiya Təhlili təsnifat və tapşırıq emalında kömək edən bir reqressiya metodudur. Normal paylama fərziyyəsi və davamlılıq fərziyyəsi əsas şərt deyildir. İzahat dəyişənlərinin asılı dəyişənə təsiri bir ehtimal və risk şəklində əldə edilir. Loqistik reqressiya metodu əvvəllər əsasən tibb tədqiqatlarında istifadə olunsa da, son illərdə sosial elmlərdə istifadə edilmişdir. Probit, modelə alternativ olan inkişaf etmiş bir reqressiya metodudur.

Tədqiqatdan əldə olunan iştirakçıların demoqrafik və sosial-iqtisadi məlumatlar belədir. Bu nəticələrə görə, anketdə iştirak edənlərin 48,3% -i qadın, 51,7% -i kişidir. Bununla yanaşı, iştirakçıların əksəriyyəti gənc və orta yaşlılardır. İştirakçıların 70,4% -i evli, 29,6% -i subaydır.

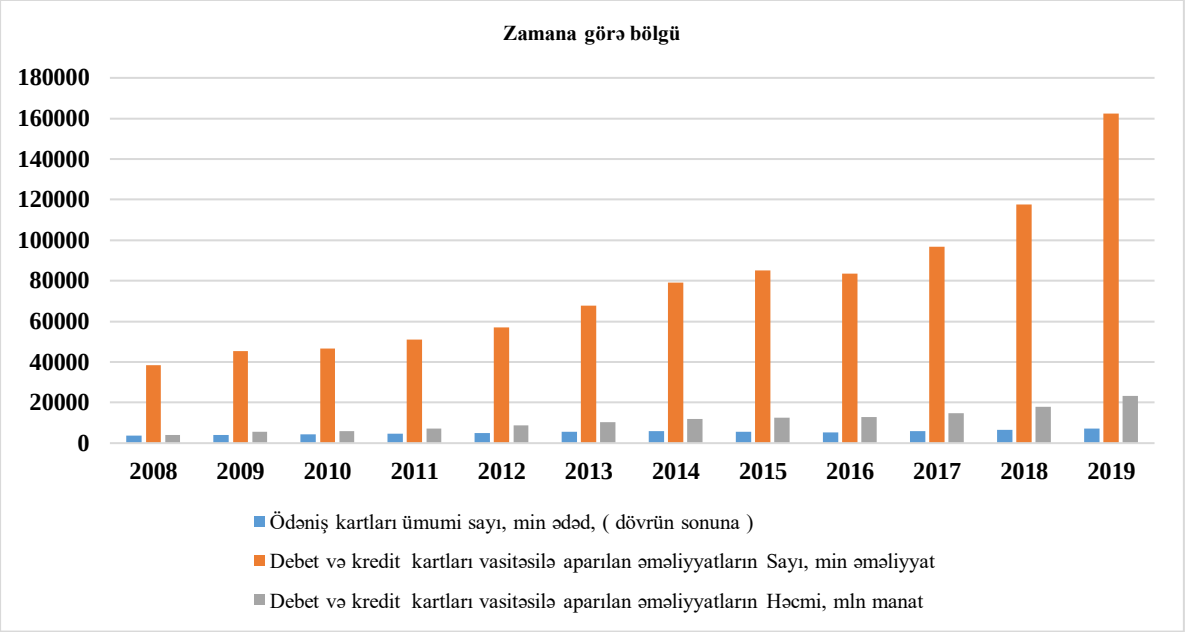
Təhsil baxımından 11,8% ibtidai təhsil, 23.4% orta məktəb, 21.9% dosent, 36% bakalavr, 4.6% aspirant və 2.3% elmlər doktorudur. Məlum olub ki, respondentlərin əksəriyyəti universitet məzunlarıdır.

İştirakçıların davranış xüsusiyyətləri ilə əlaqədar tapıntılar araşdırıldıqda iştirakçıların 94,3% -i texnologiyadan istifadə etmək lazım olduğunu bildirib. Bu nisbət yüksəkdir, insanlar texnologiyanı gündəlik həyatlarının bir hissəsi olaraq görürlər və texnologiyanın istifadəsini tələb edən fəaliyyətlərdə texnologiyadan istifadə etdiklərini söyləyə bilərik. İştirakçıların 70.4% texnoloji yenilikləri və inkişafları yaxından izləyir. Müvafiq olaraq, fərdlərin mühitindəki dəyişikliklərə və inkişaflara cavab verməmələrini və maraqla izlədiklərini ifadə etmək olar.

Yenə iştirakçıların 78,8%-i yeni bir texnologiya ilə qarşılaşanda onu istifadə etməyə və xarakterlərini öyrənməyə çalışdıqlarını bildiriblər. Bu nəticənin bu qədər yüksək çıxması insanların texnoloji yenilikləri bu sahədə gündəlik həyatlarında mütəmad istifadə etdiklərini və özlərini bu sahədə durmadan inkişaf etdirməyə çalışdıqlarını göstəriblər.

Elektron ödəmə vasitələrindən istifadə qaydalarına baxanda iştirakçıların 73,8% -i kredit kartlarından, 75,8% -i isə internet-bankinqdən istifadə etdiyini görürük. Kredit kartından cəmiyyətdə yüksək dərəcədə istifadə edildiyi görülür. Yenə də iştirakçılar tərəfindən EFT və pul köçürmələri və pul köçürmələri kimi ödəniş əməliyyatlarını təmin edən internet bankçılıqdan geniş istifadə edildiyi bildirilib.

Qrafik 1. Parametrlərin zamanda inkişaf dinamikası (Azərbaycanda ölkədaxili əməliyyatlarda).



Mənbə : https://www.cbar.az/page-45/payment-system-indicators (29.03.2020)

Nəticə

Nəticələrə görə şəxslərin elektron ödəmə vasitələrindən istifadə etməsi onların cins, yaş, ibtidai məktəb təhsilə sahib olması, texnologiya və texnologiya istifadəsi zərurətinin müəyyən normaların ölçüləri, qəbul edilən davranış nəzarəti və davranış niyyəti təsirli olduğu müəyyən olundu. Digər dəyişənlər elektron ödəniş alətlərinin istifadəsinə təsir göstərməyib. Nağdsız cəmiyyətə çevrilmə prosesində qadınlar elektron ödəmə vasitələrindən kişilərə nisbətən daha az dərəcədə istifadə

edirlər. Bu vəziyyətin səbəblərini araşdırmaq və qadınları elektron ödəmə vasitələrindən istifadə etməyə təşviq etmək nağdsız cəmiyyətə çevrilmə prosesinə öz töhfəsini verəcəkdir. Gənc şəxslər elektron ödəmə vasitələrindən daha çox istifadə edirlər. Yaşlı insanlar tərəfindən elektron ödəniş vasitələrindən daha az istifadənin əsasını müəyyən edən amillərin müəyyənləşdirilməsi və bunun üçün zəruri tədqiqatların aparılması bu şəxslərin elektron ödəmə alətlərindən istifadə meylini artıracaqdır.

Texnologiyanın qəbul modelindəki xüsusi normaların elektron ödəmə vasitələrindən istifadə meylinə müsbət təsir göstərdiyi aşkar edilmişdir. Bu nəticə Met (2011) nəticələrini dəstəkləyir. Met (2011) və Lee (2009), qəbul edilən fayda davranmaq niyyətinə görə faktiki istifadəyə müsbət təsir etdiyini bildirdi, lakin bu amil araşdırmamızda təsdiqlənməmişdir.

Lee (2009), qəbul edilən faydalılığın istifadənin niyyətinə müsbət təsir etdiyini və buna görə də faktiki istifadənin olduğunu söyləsə də, bunun işimizdə dəstəklənmədiyi aşkar edildi. Tapıntılar fonunda, qəbul edilən davranış nəzarəti və davranış niyyəti elektron ödəmə vasitələrinin istifadəsinə müsbət təsir göstərdiyi müəyyən edilmişdir. Cəmiyyəti təşkil edən şəxslər elektron ödəmə vasitələrindən istifadə etdikdə düşünürlər ki, nüfuz qazanacaqlar, imtiyaz alacaqlar, bir sıra güzəşt və üstünlüklərdən faydalana biləcəklər, gündəlik həyatda yaxşı bir həll alternativinə sahib ola biləcəklər və bununla da elektron ödəmə vasitələrindən istifadə meyli artacaq və beləliklə nağdsız bir cəmiyyət olmaq prosesi sürətlənəcəkdir. Bu istiqamətdə lazımi işləri görmək üçün maliyyə dairələri; elektron ödəniş vasitələrindən istifadəni artıracaq və nağdsız bir cəmiyyətə çevrilmə prosesinə töhfə verəcəkdir. Elektron ödəniş alətlərinin istifadəsinin artması ilə zamanla nağd pul istifadəsi dayandırılacaq.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Cheng, T.C.E., Lam D.Y.C. and Yeung, A.C.L. (2006), Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong, Decision Support Systems, 42:1558–1572.
2. CS, R. (2017, May), Digital payments system and rural India: A review of transaction to cashless economy, International Journal of Commerce and Management Research,Volume 3; Issue 5; Page No. 169-173.
3. Davis, F. D. (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, MIS Quarterly, 13(3):319-340.
4. Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989), User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, Management Science, 982-1003.
5. Engert, W., Fung, B.S.C. and Hendry, S. (2018), Is a Cashless Society Problematic, Bank of Canada Staff Discussion Paper, pp.1-33.
6. Okoye, P.V.C. and Ezejiofor, R. (2013), An Appraisal of Cashless Economy Policiy in Development of Nigerian Economy, Research Journal of Finance and Accounting, Vol.4, No.7, pp.237-253.
7. Olusola, M., Oludele, A., Chibueze, O. and Samuel, O. (2013), Cashless Society:Drive's And Challenges In Nıgeria, International Journal of Information Scieneces and Techniques, Vol., No.2, pp.1-11.
8. Oyewole, O.S., Maude, E., Gambo, J., Abba, M. and Onuh, M.E. (2013), Electronic Payment System and Economic Growth: A Review of Transition to Cashless Economy in Nigeria, International Journal of Scientific Engineering and Technology, Volume No.2, Issue No.9, pp.913-918.
9. Wu, Ing L ve Chen, J.L. (2005), An Extention of Trust and TAM Model with TPB in the initial adoption of online tax: an emprical study, International Journal of Human-Computer Studies, 62 (6), 784-808.
10. Yiu, Chi S., Grant, K., Edgard D. (2007), Factors affecting the adoption of internet banking in Hong-Kong – implications for the banking sector, International Journal of Information Management, 27, 336-51.

Sənaye Müəssisələrində Əmək Haqqının Tənzimlənməsinin Texniki-İqtisadi Göstəriciləri

Ləman Göyüşova

lemangohushova7@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Sənaye müəssisələrində əmək haqqının ödənilməsi sistemi araşdırılmış və əməyin stimullaşdırılmasının təhlili aparılmışdır. Əmək haqqı sistemi işçilərə əmək haqqının necə ödənildiyini müəyyən edən prinsip və qaydaları ifadə edən sistemdir. Əmək haqqı sahəsində ən təkmilləşdirilmiş sistemlərə sahib olan müəssisələrdə belə, işçilərin maaşlarından şikayət etdiklərini müşahidə edə bilərik. Əksər müəssisələr xərcləri azalatmaq və gəlirləri çoxaltmaq istədikləri üçün işçilərə daha aşağı əmək haqqı ödənişi edə bilirlər. Beləliklə, əməkhaqqının hansı meyarlara əsasən ödəniləcəyi məsələsi iqtisadiyyatın idarə edilməsinin ən çox diqqət çəkən suallarından birinə çevrilmişdir. İşçilərin əmək haqqı sisteminin müəyyənləşdirilməsi iş təhlilindən tutmuş bazardakı əmək haqqı meyarlarının araşdırılmasına qədər hərtərəfli əmək haqqı sisteminin təhlilinə əsasən aparılır.

Əmək haqqı əməyin istehsalata verdiyi faydaya görə ödənilən qiymətdir. Bu tərifdə əmək həm fiziki əmək, həm də intellektual əmək ola bilər. Başqa sözlə, fərdlər həm fiziki işlərini həm intellektual işlərini istehsala əlavə edə bilərlər. Bəzən bu fayda eyni zamanda həm fiziki, həm də intellektual ola bilər. İşçilər bilik, bacarıq və təcrübə ilə işlədikləri müəssisələrə fayda verirlər. Bunun müqabilində müəssisə tərəfindən onlara müəyyən bir haqq və ya maaş ödənilir. Əmək haqqı həm sosial, həm də iqtisadi baxımdan qiymətləndirilməsi vacib olan bir məsələdir. Gəlir bölgüsü, məşğulluq, artım tempi, inflyasiya, investisiyalar və əmanətlərə birbaşa təsir göstərdiyi üçün əmək haqqı həm cəmiyyət, həm də ölkələr üçün çox vacibdir.

Açar sözləri: əmək haqqı, kadr, istehsal prosesi, əmək məhsulldarlığı, sənaye müəssisələri.

Giriş

Əmək haqqı sosial rifaha nail olmaq, sosial rifahın artırılması və iqtisadi sabitliyin təmin edilməsi baxımından vacib olduğundan, bütün cəmiyyətin və ölkələrin diqqət mərkəzindədir. Məhsuldarlıq və əmək haqqı arasında sıx bir əlaqə vardır. Bununla birlikdə, müəssisələrdə səmərəliliyi əldə etmək və bu əlaqəni müəssisənin xeyrinə dəyişmək üçün müəssisələrin əmək haqqı baxımından riayət etməli olduğu bəzi prinsiplər mövcuddur.

İndiki iqtisadi rəqabət mühitində müəssisələrin əsas məqsədi məhsuldarlığı və gəlirliliyi artırmaqdır. Bu məqsədə çatmağın ən təsirli yolu, işçilərin göstəriciləri və əmək haqqı məmnuniyyətini müəssisələrin gözləntilərinə uyğunlaşdırmaqdır. Əmək haqqı məmnuniyyəti ilə həyat məmnuniyyəti arasındakı əlaqəni araşdıran araşdırma çox azdır və ya yoxdur.

Uzun illər əmək haqqı ölkələrin iqtisadi inkişafında, sosial inkişafında və siyasi sabitliyində mühüm bir mövzu olmuşdur. Müəssisələr yarandıqdan sonra, işçilərin fiziki və intellektual əməyinin əvəzi olaraq təyin olunan əmək haqqının necə tutulması, hansı səviyyədə saxlanılması və motivasiya elementi kimi oynadığı rol həmişə müzakirə mövzusu olmuşdur. Təşkilatın quruluşu əməyin ödənilməsinin təşkilinə birbaşa təsir göstərə bilir. Bu təsir ənənəvi əmək haqqı sistemlərində istifadə olunan iş qiymətləndirmə metodunda ön plana çıxır.

Azərbaycanda Sənaye Müəssisələrinin Əsas Texniki-İqtisadi Göstəriciləri

Ölkənin inkişaf dinamikasında sosial-iqtisadi inkişafın təsiri özünü inkişaf prosesinin daha yüksək templə artmasının davamı ilə xarakterizə etməkdədir. Ölkə əhalisinin sayında dayanmadan inkişaf prosesi gedərək yüksək səviyyə qalxması, ölkədəki beynəlxalq hesab olunan nüfuzu daha da güclənməkdədir. Fikir versək açıq-aşkar formada görmüş olarıq ki, ölkəmiz Cənubi Qafqazda

hegomon və lider dövlət kimi var oluşa malikdir. Misal olaraq deyə bilərik ki, ümumdünya qlobal böhranına uğrayan dövrlərdə belə iqtisadiyyatımızda geriləmələr baş verməmiş, əksinə stabillik ilə xarakterizə edilməkdədir.

Şirkət daxilində kadr təlimlərinin keçirilməsi sahəsində aparılan işlərdə tədqirə layiq hesab olunur. Hər il xaricə təhsil almaq üçün göndərilən tələbələrin sayı artmaqla bərabər, bu təhsil şəraitində lazımi maddiyyatın Şirkətdə olan təqaüd fondunun köməyi ilə aparılması, yekunda isə ölkədə var olan idarə və müəssisələrdə yenidən iş ilə təminat prosesinin aparılması danılmaz faktdır. Sadaladıqlarımız ilə yanaşı olaraq, şirkətdə var olan yeni kadrların tələb edilməsi dərəcəsi artmaqda davam edirdi. Umümilikdə ölkəmizdə olan sənaye müəssisələrində əhalinin məşğulluq dərəcəsini və əmək haqqı dərəcələrini aşağıdakı əks olunan cədvəldə görə bilərik.

Cədvəl 1. Azərbaycanda sənayedə muzdla işləyənlərin orta illik sayı (iqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə), min nəfər

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bütün sənaye	197,2	197,2	187,1	186,1	197,1	210,7
dövlət sektoru	97,9	88,9	84,1	87,6	89,2	98,7
qeyri-dövlət sektoru	99,3	108,3	103	98,5	107,9	112
Mədənçıxarma sənayesi	39,7	36,7	34,9	34,1	33,8	33,9
Xam neft və təbii qaz hasilatı	24,0	23,2	22,4	21,8	21,4	21,2
Metal filizlərinin hasilatı	0,9	0,9	0,9	1,1	1,3	1,3
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	6,3	3,5	3,2	2,4	2,2	2,5
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	8,5	9,1	8,4	8,8	8,9	8,9
Emal sənayesi	101,5	105,2	99,7	95,2	105,2	106,1
Qida məhsullarının istehsalı	18,8	20,6	18,8	18,8	20,8	21,6
İçki istehsalı	5,6	5,8	6,0	6,0	6,5	6,7
Tütün məmulatlarının istehsalı	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,6
Toxuculuq sənayesi	3,8	4,2	3,2	4,4	5,8	7,1
Geyim istehsalı	2,6	2,6	2,4	2,6	2,5	2,6
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	1,2	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Ağac emalı və ağacdan məmulatların istehsalı	1,8	2,0	1,5	1,2	1,1	1,0
Kağız və karton istehsalı	1,3	1,3	1,3	1,1	1,2	1,4

Poliqrafiya fəaliyyəti	2,0	2,0	2,1	1,8	1,7	1,8
Neft məhsullarının istehsalı	5,2	5,0	4,3	4,0	4,0	3,9
Kimya sənayesi	7,5	6,5	6,2	6,0	10,2	7,1
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Rezin və plastik kütlə məmulatların istehsalı	4,4	5,6	5,0	5,5	5,5	5,7
Tikinti materiallarının istehsalı	10,7	13,2	13,1	11,3	12,5	11,9
Metallurgiya sənayesi	6,7	5,0	4,4	3,9	3,6	5,7
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	3,1	4,1	4,0	3,5	4,9	3,4
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	1,7	1,6	1,4	1,5	1,6	1,6
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	5,5	5,7	4,9	3,7	3,9	4,3
Maşın və avadanlıqların istehsalı	4,8	4,3	4,0	3,9	3,8	4,3
Avtomobil və qoşquların istehsalı	0,1	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	2,9	2,4	2,3	2,1	1,9	1,7
Mebellərin istehsalı	4,2	4,4	4,1	4,0	4,1	4,3
Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman mallarının və tibb avadanlıqlarının istehsalı	1,4	0,9	0,8	0,7	0,9	1,0
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	5,5	6,0	7,9	7,3	6,7	6,6
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	30,5	29,5	27	26,7	26,9	26,7
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	25,5	25,8	25,5	30,1	31,2	44,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.

Cədvəldən gördüyümüz kimi, mədənçıxarma sənayesi son illərdə azalmışdır, belə ki, 2013 39,7 olan göstərici, 2018 - ci ildə 33,9 olmuşdur. Ümumilikdə baxdıqda qeyri - dövlət sektoru sənayesi üzrə işləyənlərin sayı, dövlət sektoru sənayesinə görə nisbətdə çoxluq təşkil etmişdir. Xam neft və neft hasilatı üzrə çalışanların sayında da azalma müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2013 - cü ildə 24 min nəfər olan göstəricisi, 2018 - ci ildə 21,2 min nəfər olmuşdur. Son illərdə ən böyük artım su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesində nəzərə çarpır. Belə ki, 2013 - cü ildə 25,5 min nəfər olan göstəricisi, 2018 - ci ildə 44,0 min nəfər olmuşdur.

Cədvəl 2: Sənayedə işləyənlərin orta aylıq nominal əmək haqqı (iqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə), manat

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sənaye üzrə, cəmi	630,8	694,8	809,3	927,6	969,2	903,6
Mədənçıxarma sənayesi	1503,2	1741,0	2165,1	2807,2	3071,9	2964,2
Xam neft və təbii qaz hasilatı	1721,9	1930,4	2364,8	3013,9	3420,2	3376,9
Metal filizlərinin hasilatı	756,1	772,7	823,3	955,4	1027,3	1144,9
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	368,8	405,5	342,1	310,8	341,0	378,6
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	1576,6	1868,3	2442,1	3156,3	3203,8	2964,2
Emal sənayesi	421,8	473,4	514,5	542,9	554,0	554,1
Qida məhsullarının istehsalı	280,0	337,2	352,6	371,6	332,8	334,9
İçki istehsalı	369,0	471,5	489,1	494,8	521,3	576,1
Tütün məmulatlarının istehsalı	318,6	361,5	382,8	416,8	561,4	673,1
Toxuculuq sənayesi	254,6	271,8	275,0	299,4	360,8	368,0
Geyim istehsalı	339,6	382,2	398,0	405,2	386,5	386,3
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	463,3	459,4	502,0	520,1	510,2	404,3
Ağac emalı və ağacdan məmulatların istehsalı	436,2	467,5	500,6	528,6	506,3	371,8
Kağız və karton istehsalı	448,2	511,9	525,0	528,3	505,8	380,9
Poliqrafiya fəaliyyəti	300,2	392,7	412,6	414,6	409,8	377,5
Neft məhsullarının istehsalı	736,1	773,0	828,8	890,7	988,0	1108,5
Kimya sənayesi	460,4	489,1	640,4	718,8	789,2	848,7
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	362	414,2	415,5	577,9	725,7	739,0
Rezin və plastik kütlə məmulatların istehsalı	378,8	420,2	446,5	472,0	458,7	400,7
Tikinti materiallarının istehsalı	525,1	563,8	574,6	592,1	561,8	589,8
Metallurgiya sənayesi	602,4	610,3	610,6	610,6	791,3	797,7
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	400,6	468,9	554,6	572,2	553,9	462,5
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	358,9	385,5	423,6	487,6	493,4	504,5
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	476,1	581,2	586,0	586,8	586,5	591,0

Maşın və avadanlıqların istehsalı	345,7	366,8	367,3	373,5	403,0	412,2
Avtomobil və qoşquların istehsalı	234,4	287,0	403,1	439,9	478,5	502,4
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	380,2	455,8	455,9	455,8	455,9	492,1
Mebellərin istehsalı	312,5	326,5	340,5	348,4	331,8	265,1
Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman mallarının və tibb avadanlıqlarının istehsalı	225,6	231,1	360,1	407,9	360,6	398,1
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	630,5	751,5	895,0	1042,0	1244,7	1217,5
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	466,8	488,9	512,8	504,7	547,8	583,3
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	324,9	331,5	333,1	321,4	324,6	304,6

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.

Yuxarıdakı cədvəlin təhlilindən sonra Respublikamızda sənaye sektorunda çalışan işçilərin aylıq nominal əmək haqqı miqdarlarına baxmaq da yerinə düşər.

Cədvəldən gördüyümüz kimi, mədənçıxarma sənayesində işçilərin sayı azalsa da orta əmək haqqında artma olmuşdur.Belə ki, 2013 - cü ildə 1503,2 manat olduğu halda, 2018 - ci ildə 2964,2 manat olmuşdur. Həmçinin, 2013 - cü ildə xam neft və qaz hasilatı 1721,9 manat olduğu halda, 2018 - ci ildə 3376,9 manat olmuşdur. Bundan başqa emal sənayesində də orta aylıq əmək haqqı artmışdır. Belə ki, 2013 - ci ildə 421,8 manat olduğu halda, 2018 - ci ildə 554,1 manat olmuşdur. 2.1-ci cədvəldə nəzər saldığımız, son illərdə işçi sayının artdığını qeyd etdiyimiz, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesində isə orta aylıq əmək haqqının azaldığını görə bilirik. Belə ki, 2013 - cü ildə 324,9 olan göstərici, 2018 - ci ildə 304,6 manat olmuşdur.

Baxdığımız cədvəllərdən bizə aydın olur ki, neft sənayesinin əmək haqqı siyasəti günbəgün inkişaf etməkdədir. Beləki bu sənayenin əsas məqsədi, peşəkar mütəxəssisləri həvəsləndirərək, kəmiyyətcə az olsa da keyfiyyətcə olduqca güclü kadrlar hazırlamaqdır. Bu səbəblə, tədqiqatımızı neft sənayesi üzrə davam etdirməyimiz məqsədəuyğun olacaqdır.

Müəssisə və təşkilatlarda standartlara uyğun formada aparılmış olan iş yerlərinin attestasiyasının nəticələri kimi şöbədə araşdırmalar aparıldıqdan sonra baxılma mərhələsində Mərkəzi Attestasiya Komissiyasına təqdim edilərək və Komissiyanın qərarına əsasən aidiyyəti tədbirlər görülərək müvafiq olan sənədləşmə işlərinin aparılması təmin edilməkdədir.

Müəssisələrdə Əmək Haqqının Ödənilməsinin Təşkil Olunması Yolları

Hər bir müəssisədə əsas istehsal amilləri kimi əmək vasitələri, əmək cisimləri və kadrlar çıxış edir. Bu amillər içərisində kadr potensialı əsas apancı rola malikdir. İstehsal prosesinin aparılması müəssisədə istehsal vasitələrindən hansı vəziyyətdə istifadə edilməsi və bütövlükdə müəssisənin nə dərəcədə səmərəli fəaliyyət göstərməsi məhz kadr potensialından asılıdır. Ona görə də hər bir müəssisədə aşağıdakı məqsədlərə nail olmaq üçün səmərəli kadr siyasəti işlənib hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir (Cəfərov, 2012:56).

- sağlam və yüksək iş qabiliyyətinə malik olan kollektiv yaratmaq;
- müəssisənin işçilərinin ixtisas səviyyəsini yüksəltmək;

- ixtisas səviyyəsi, yaş qrupu üzrə optimal əmək kollektivi quruluşunun yaradılması;
- rəhbər işçilərin yüksək peşəkarlıq səviyyəsinin təmin edilməsi.

Hər bir müəssisədə kadr siyasəti özünə aşağıdakıları daxil edir:

- kadrlann seçilməsi və yerləşdirilməsi;
- kadr hazırlığı və onların fasiləsiz öyrədilməsi;
- formalaşmış istehsal sisteminə uyğun olaraq kadrlann yerləşdirilməsi;
- əməyin həvəsləndirilməsi;
- əməyin təşkilinin təkmilləşdirilməsi;
- müəssisədə kadrlar üçün daha səmərəli əmək şəraitinin yaradılması.

Müəssisənin işinin texniki-iqtisadi göstəriciləri kadrların ixtisas səviyyəsindən və onlardan səmərəli istifadə edilməsindən, onların bilik səviyyəsindən, peşə hazırlığından və yaradıcılıq fəaliyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır (Juravlyov, 2010:42).

Kadrların neft və qaz sənayesinin artan tələblərinə uyğunluğunu təmin etmək məqsədilə rəhbər işçilər, mütəxəssislər və qulluqçular attestasiyadan keçməlidirlər. Attestasiyanın nəticələrinə görə rəhbər işçi işçilərin vəzifədə, rütbədə və kvalifikasiya kateqoriyasının irəliləməsi və ya geriləməsi, baza əmək haqqının artırılması və ya azaldılması və ya baza əmək haqlarına əlavələrin ləğv edilməsi və ya vəzifədən azad edilməsi haqqında qərar qəbul edə bilər.

Neft və qaz sənayesi müəssisələrinin fasiləsiz mükəmməl texnika ilə təchiz edilməsi və istehsalata yeni fəhlələrin və mütəxəssislərin cəlb olunması işçilərin elmi-texniki və iqtisadi təhsilinin genişləndirilməsi və yaxşılaşdırılması, onlardan elmi rəhbərlik metodikasım mənimsəməyi, kompüter texnikasından daha geniş istifadə edilməsini tələb edir.

Bu vəzifələri yerinə yetirmək üçün kadrların təlimi və yenidən hazırlanması tələb olunur. Bu məqsədlə, rəhbər işçilər və mütəxəssisləri üçün ixtisasartırma institutu yaradılmış, ali məktəblər nəzdində ixtisasartırma fakültələri təşkil edilmişdir. Fəhlələr üçün kurslar sisteminin, tədris kombinatlarının və digər təlim formalarının genişləndirilməsi nəzərdə mtulur.

Kadrlara olan tələbatın hesablanması üçün planlaşdırma dövründə kadrlann təbii azalması və kadrlara olan tələbatın ödənilməsi mənbələri (kənardan işə götürmə, peşəni dəyişmə, kadrlann hazırlanması) göstərilir. Kadrlar balansı kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması (təkmilləşdirilməsi) planının işlənməsi üçün əsas materialdır.

Yeni fəhlə kadrların hazırlanması təlim mərkəzlərində, daima fəaliyyət göstərən kurslarda və məktəblərdə həyata keçirilir. Bundan başqa, fərdi və briqada təlim forması mövcuddur ki, burada şagirdləri ştata qəbul edib onlan öyrətmək üçün sərişteli fəhləyə təhkim edirlər. Fəhlə bunun üçün əlavə haqq alır. Fəhlələrin ixtisasının artınıması müxtəlif təlim formalan vasitəsilə həyata keçirilir. Fəhlələr daha yüksək dərəcələr alır, qabaqcıl iş üsullanna yiyələnir, ikinci və ya əlaqədar peşə əldə edirlər və s (Азизова Э.Д., Байрамова С.Р. и др., 2012: 44).

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin planlaşdırılması planlaşdırılan daşınmanın həcminə və məhsufin saxlanmasına, yeni texnikanın tətbiqi üzrə tədbirlərin işlənib hazırlanmasına, texnologiyalara, avtomatlaşdırma vasitələrinə, əməyin və istehsalın elmi təşkilinə çəkilən xərclərin azaldılması üçün ehtiyatların axtarılmasına əsaslanmalıdır. Boru kəməri nəqliyyatında texniki tərəqqi əsasən nəqliyyat işinin yerinə yetirilməsinə çəkilən xərcləri azaltmaqla yanaşı sistemlərin daşıma qabiliyyətinin və etibarlılığının artınıması, o cümlədən, istehsal obyektlərinə xidmət göstərilməsi ağırlığının azaldılması ilə əlaqədardır. Əmək məhsuldarlığmın artırılmasının mühüm ehtiyatlarından

biri növbədaxili və gün ərzində boşdayanmaların aradan qaldırılmasına, qeyri-istehsal iş vaxtı sərfinin azaldılmasında, inzibati-idarəetmə heyəti sayının azaldılmasına, nəqliyyat və neft-qazın saxlanması sistemlərinin yardımçı bölmələrində işçilərin sayının azaldılmasına yönəldilmiş tədbirlərin işlənib hazırlanmasıdır.

Əmək haqqı sahəsində apanlan siyasət müəssisənin idarə edilməsinin əsas hissəsi olub işçi qüvvəsindən səmərəli istifadə edilməsinin ən mühüm həvəsləndirici aləti kimi çıxış edir.

Metod

Tədqiqat işinin hazırlanmasında faktor analiz və sistematik - müqayisə mexanizmlərindən, habelə, modelləşdirmə, riyazi-statistik, sintez və analiz, təkamül, o cümlədən da induksiya-deduksiya metodları tətbiq olunacaq. Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur. İnduksiya metodu vasitəsilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi faktlar toplanmış, sistemləşdirilmiş və araşdırılmışdır. Sonra isə deduksiya metodu vasitəsilə isə həmin toplanmış faktlar əsasında nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər müəyyən edilmişdir. Başqa bir metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Analiz

Dünyada və Azərbaycanda sənaye müəssisələrində əmək haqqının tənzimlənməsinin texniki-iqtisadi göstəriciləri hər zaman önəmli məsələlərdən biri olmuşdur. Paralel olaraq, bu mövzunun öyrənilmə əhatəsi ölkəmizdə olduqca inkişaf perspektivləri açacağı üçün tədqiqat önəmli xarakter daşıyır.

Nəticə

Yekun olaraq qeyd edə bilərik ki, istehsal amillərindən biri olan əmək haqqı həm iqtisadi, həm də sosial həyata müxtəlif təsir göstərən bir mövzudur. Çünki muzdlu əməyin müqabilində işləyən insanların gəlirlərini və həyat səviyyəsini təyin edən bir amildir. Həm sənayenin inkişafına təsir edən əhəmiyyətli bir xərc amili olaraq, həm də milli gəlirin müxtəlif gəlir qrupları arasında bölüşdürülməsinin bir göstəricisi olaraq çox yönlü bir məzmuna malikdir. Əvvəla, əmək haqqı bir ölkədə işçi qüvvəsinin böyük bir hissəsinin alıcılıq qabiliyyətini təyin edir, çünki əksər hallarda öz əməyi üçün işləyən insanların yeganə gəlir mənbəyidir. Bu səbəbdən, xüsusən sənayedə işçilər və həmkarlar ittifaqlarında əməkhaqqı ən vacib məsələlərdən biridir.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, https://www.stat.gov.az/source/industry/.
2. Cəfərov A.M., (2012), "Əmək münasibətləri A-dan Z-yə" CBS poligrafic production mətbəəsi, Bakı. 415 səh.
3. Əliyev M., Həmidov H., (2013), Biznesdə insan resurslarının idarə edilməsi (dərslik). Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı,- 532 səh.
4. Əliyev M.Ə., Həmidov H.İ., Hüseynli A.T., (2012).,"Korporativ idarəetmə". Bakı. 354 səh.
5. Əliyev M.Ə., Hüseynov A.G., Kərimov K.S., Hüseynova Ü.Y. (2016), Neft-qaz sənayesinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı. "Letterpress" Nəşriyyat evi. 553 səh.
6. Juravlyov Q.P., (2010), "İqtisadi nəzəriyyə, Miktoiqtisadiyyat-1,2, ümumi redaktısi ilə", Moskva, 924 səh.

7. Mehbaliyev S.S., İsgəndərov R.K. Əmək bazarı və əhalinin sosial müdafiəsi. Bakı: "Çaşıoğlu" nəşriyyatı, 2002
8. Quliyev T.Ə. Əməyin iqtisadiyyatı. Bakı: Nağıl evi, 2003
9. Yusufova T.Q. Əməyin iqtisadiyyatının əsasları: Dərs vəsaiti. Bakı: "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 2005
10. Азизова Э.Д., Байрамова С.Р. и др. (2012), Основы экономики труда. Учебник. Баку. 854 стр.
11. http://azeritimes.az/az/socar-in-idare-ve-muessiselerinde-mumdunya-emeyin-muhafizesi-gunu-ile-bali-tedbirler-kecirilib/%7
12. http://caspianbarrel.org/az/2018/09/socar-davamli-inkisaf-haqqinda-hesabat-ini-aciqlayib/

İqtisadi təlimlərin inkişaf yolu və dövlət maliyyə sisteminə təsiri

Anar Dəmirzadə

demirzade.anar@mail.ru

Xülasə

İqtisadi anlayışların formalaşdığı dövrlərdən bəri yaranan və bir-birini qarşılıqlı əvəzləyən iqtisadi təlimlər müxtəlif yanaşmalarla iqtisadiyyat sahəsində böyük izlər qoymuş, tarixdə müxtəlif nəzəriyyələrlə yadda qalmışdır. Həmin iqtisadi təlimlər ilk öncə uyğun dövrün iqtisadi münasibətlərindəki zərurətdən yaransa da, daha sonralar təkmilləşərək, dövrün iqtisadçılarının hipotez və fərziyyələri əsasında yeni bir mərhələyə qədəm qoymuşdur. Sözügedən inkişaf mərhələsində isə ən vacib mübahisə obyektlərindən biri dövlət müdaxiləsi olmuşdur. İlkin ticarət münasibətləri ilə formalaşan iqtisadi təlimlər, sonralar dövlət anlayışını hədəf almış və iqtisadçılar bu anlayış üzərində müəyyən fikirlər yürütmüşdürlər. Heç şübhəsiz bu yolda müəyyən ziddiyətlər ortaya çıxsa da, ölkələrin idarə sisteminin başlıca halqası olan və qarşılıqlı əvəzlənən bu iqtisadi təlimlərin hər biri yeni bir fikirlə tarixdə iz qoymağı bacarmışdır. Yaşanılmış uyğun dövrün iqtisadçılarının elmə gətirdiyi fikirləri əsas götürən dövlətlərin başçıları idarəetmə üsullarında bu nəzəriyyələrdən istifadə etmişdir. Lakin hər hansı bir iqtisadi çətinlikdə və ya böhran şəraitində bu fikirlər mövcud çətinlikləri aradan qaldıra bilmədikcə bu iqtisadi təlimlər ağıllara müəyyən suallar gətirmiş və tamamilə fərqli fikirlər irəli sürən iqtisadçıların nəzəriyyələrindən istifadə olunmuşdur. Bu da öz növbəsində bir-birindən tamamilə fərqlənən fikir ayrılıqlarından ibarət iqtisadçı qruplarının yaranma zərurətini ortaya çıxartmışdır. Yeni iqtisadi təlimləri işləyib hazırlayan həmin iqtisadçılar özündən əvvəlki nəzəriyyələrin əskik xüsusiyyətlərini işləyərək və tamamilə yeni fikirlər gətirərək iqtisadiyyat sahəsinə təqdim etmişdir. Bir neçə tamamilə fərqli fikir ayrılıqlarından ibarət nəzəriyyələrdən sonra gələn iqtisadi təlimlər isə artıq özlərindən əvvəlki iqtisadi təlimləri təkmilləşdirməklə və fikirlərinə daha yaxın hiss etdiyi keçmiş iqtisadi təlimləri yenidən işləməklə, onların mənfi xüsusiyyətlərini aradan qaldırmağa çalışmaqla elmə yeni və daha müasir iqtisadi təlimləri gətirmişdir.

Açar sözlər: Dövlət müdaxiləsi, Böyük Böhran, İqtisadi Təlimin Nümayəndələri

Giriş

Aristotel, Sokrat və s. kimi filosofların dövrlərindən sonra XV əsrdən başlayaraq daha fərqli iqtisadi fikir formalaşmağa başlamış və əsasən Qərbi Avropanı əhatə edən yeni Merkantilizm iqtisadi təliminin əsası qoyulmuşdur. XV-XVIII əsrləri əhatə edən və dövlət müdaxiləsinə xüsusi yer verən bu iqtisadi təlim, bir millətin zənginliyini onun sahib olduğu qızıl və gümüş miqdarında görürdü. Müasir dövrdə həyata keçirilən "gömrük qadağaları"və "ixrac-idxal qanunları"nın əsası da məhv Merkantilistlərin dövründə yaranmışdır. Amerika ilə Avropanın həmin dövrlərdə etdikləri ticarətlər nəticəsində Merkantilizm dövründə pullun bolluğu gözdən qaçmamışdır. Tədavüldə olan qiymətli metalların, xüsusilə qızıl və gümüşün miqdarındakı artım isə qiymətləri yüksəltmiş, bu da öz növbəsində Merkantilistlərin dövründə pul siyasətinin meydana gəlməsinə zəmin yaratmışdır. Hal-hazırda iqtisadiyyatın və gömrük münasibətlərinin başlıca amili sayılan "bir ölkə idxaldan çox ixrac etməlidir." Fikrinin ilkin özülləri Merkantilistlərin dövründə qoyulmuş və bu fikri müdafiə etmişlərdir. Onların fikrincə idxal mümkün olduğu qədər aşağı salınmalı, yalnız gündəlik xüsusi tələb olunan mal və ya məhsulların mübadilə edilməli olduğu fikri qorunmuş, qarşılığında isə qiymətli metallar deyil, sadəcə yerli mallar verilməli idi. Bu da Merkantilistlərin xarici ticarət siyasətlərinin əsasını təşkil etmişdir. Daha bir Merkantilism siyasəti olan əhali sayı siyasəti isə daha çox və sağlam əhali sayının olmasıdır. Bu iqtisadi təlimin müdafiəçilərinin fikirlərinə əsasən, əhalinin çox olması ordunun yaxşı müdafiəsi, yəni daha çox əsgər sayı və daha çox əmək təklifi deməkdir. Merkantilistlərin nümayəndələrinə misal olaraq statistikanın, demoqrafiyanın, milli gəlir

anlayışlarının yaradıcılarından biri sayılan Viliyam Pettini, Tommasso Campanellanı, Tomas Munu misal göstərmək olar. Qapalı iqtisadiyyatı müdafiə edən, digər ölkələrin müstəqilliyinə maneə yaradan, sənayenin inkişafını və yayılmasını ləngidən tək istiqamətli bir iqtisadi məktəb olan Merkantilism zaman içində öz yerini digər iqtisadi təlimlərə, o cümlədən Fiziokratlara vermişdirlər (Erdem vd., 2012).

XVIII əsrin sonralarına doğru Fransada yaranmağa başlamış Fiziokrat iqtisadi təlimi kapitalizmin və azad, müstəqil iqtisadi fikirə önəm verən iqtisadi təlimlərin ilkin özək nöqtəsi hesab oluna bilər. Məhşur fransız deyimi olan "Laissez- faire, Laissez-passer"- Buraxın etsinlər, buraxın keçsinlər fikrini ilk dəfə elmə gətirən Fiziokratlar bir tərəfdən sənayeləşməyə qarşı olmağın vacibliyini qeyd etsələr də, digər tərəfdən liberal iqtisadiyyatın ən qədim və güclü müdafiəçilərindən olmuşdurlar. Merkantilistlərdən fərqli olaraq ticarəti "mala qarşılıq mal vermək" kimi görən Fiziokratlar, bu səbəbdən sənayeləşməyə istiqamətlənmişdirlər. Dövlətin sərvətinin əsas mənbəyinin istehsalda olduğunu düşünən bu iqtisadi təlimin nümayəndələri tələb və təklif arasındakı bərabərsizliyin müvəqqəti bir hal olduğunu vurğulamaqla iqtisadiyyatın uyğun prosesləri nəticəsində əsasən onların bir-birinə bərabər olması fikrini müdafiə etməklə və əlavə bir müdaxilədən söz açılmağın mənasız olduğunu bildirməklə gələcəkdəki Klassik məktəbin fikirlərinə zəmin yaratmışdırlar. Aqrar sənayenin inkişafına xüsusi diqqət yetirən bu iqtisadi təlimin ən məşhur nümayəndələri François Quesney, R. J. Turgot olmuşdur (Pınar, Önder, Gümüş, 2013).

Fransanın sərhədlərindən kənara çıxabilməyən Fiziokratlar daha sonra öz yerini digər iqtisadi təlimlərə versə də, həmin dövrlərdə yaranmış və öz təsiri assimilyasiyaya uğrayaraq müxtəlif onilliklərə qədər gətirib çıxarmağı bacarmış bir iqtisadi təlim olan Klassik nəzəriyyə öz səsini bir sıra ölkələrə çatdırmağı bacarmışdı. XVIII əsrlərdən etibarən əsasən Qərbi Avropada yayılan və sonralar geniş vüsət alan "Aydınlatma fəlsəfəsi" və "Rasioanl fikir" özü ilə yeni bir iqtisadi təlimin gəlişini hiss etdirmişdi. Təklif yönümlü bir iqtisadi nəzəriyyə olan Klassik iqtisadi təlim əsasən 4 vacib elementdən təşkil olunmuşdur:

1) Bazarlar tam rəqabət qabiliyyətlidir.
2) Alışın məbləği və faiz göstəricilərini əhatə edən bütün qiymətlər elastikdir.
3) Hər bir təklif öz tələbini yaradır.(Məşhur "Say qanunu"na əsasən)
4) Mübadilə bərabərliyi ilə göstərilən Miqdar nəzəriyyəsi hakimdir.

Klassik iqtisadi təlim əsasən bir neçə şərt tələb etmişdir:

a) Dövlət büdcəsi hər zaman taraz olmalıdır.

b) Dövlət yalnız təhlükəsizlik, ədalət, müdafiə kimi işlərdə hegemon olmalı, iqtisadiyyat və iqtisadiyyata bilavasitə təsir edəcək hər hansı bir sahədən tamamilə uzaq olamalıdır.

c) "Buraxın etsinlər, buraxın keçsinlər" şüarı siyasi sahədə olduğu kimi, iqtisadiyyat sahəsində də tam keçərli olmalıdır (Vural, 1986).

Metod

Klassik iqtisadi təlimin banisi sayılan və əməyə dəyər verən Adam Smit özünün "Millətlərin zənginliyi" əsərində də millətin sahib olduğu qızıl və gümüş kimi qiymətli metallardansa həmin millətin əldə etdiyi əmtəə və xidmət miqdarına üstünlük verdiyini bildirmişdir. İqtisadiyyatda dövlət müdaxiləsinin əhəmiyyətsiz olması, hətta mənfi təsir yaradacağı fikrini müdafiə edən Adam Smit, tələb ilə təklifin qarşılıqlı münasibətlər prosesində mexaniki olaraq tənzimlənəcəyini qeyd etmiş və

özünün məşhur "görünməz əl" nəzəriyyəsinə imza atmışdır. Eyni zamanda o, hər bir ölkənin üstün olduğu əmtəə və xidmət istehsalında ixtisaslaşması fikrini ön plana çəkərək "Mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsi"ni yaratmışdır. Klassik nəzəriyyənin digər bir nümayəndəsi olan Devid Rikardo isə sonralar daha fərqli şərtlər əlavə edərək "müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsi" adı altında fikri ön plana çəkmişdir və bu nəzəriyyə ticarət münasibətlərində ciddi uğur qazanmışdır.

1929-cu il Böyük Böhranı ağıllara müəyyən suallar gətirmiş, yeni və tam fərqli bir iqtisadi nəzəriyyənin yaranmasına ehtiyac olduğunu ön plana çəkmişdir. Elə həmin dövrlərdə Con Maynard Keyns özünün 1936-cı ildə nəşr etdirdiyi "Məşğulluq, faiz və pulun ümumi teoremi" adlı əsəri ilə Klassik nəzəriyyəni tənqid etmiş və bu kimi böhran vəziyyətlərində dövlət müdaxiləsinin şərt olduğunu qeyd etmişdir.

Araşdırma Modeli

Tədqiqatın əsas məqsədi iqtisadi təlimlərin inkişaf mərhələsindən keçdiyi və dəyişməyə məruz qaldığı dövrlərdə yeni yaranmış və qarşılıqlı əvəzlənən iqtisadi təlimlərin oxşar və fərqli cəhətlərini müqayisə etməklə dövlət maliyyəsinə və müasir maliyyə sisteminə təsirini araşdırmaqdan ibarətdir. Belə ki, Klassik nəzəriyyədən sonra meydana çıxan Keynsin iqtisadi təlimi 1940-cı illərdə geniş vüsət almağa başlamış və Klassik nəzəriyyədən fərqli olaraq pul münasibətlərinin hamısının iqtisadiyyatda xərclənmədiyi, sperkulyasiya motivi üçün ayrılmış olduğu qeyd edilmişdir. Sperkulyativ pul tələbinin faiz miqdarı ilə tərs mütənasib olduğunu qeyd edən Keyns, iqtisadiyyatı Klassik nəzəriyyə kimi uzunmüddətli dövr üçün deyil, qısamüddətli dövr üçün analiz etmişdir. Klassik nəzəriyyədə iqtisadiyyatdakı pul münasibətlərindəki dəyişmələr nisbi qiymətlərə təsir etmədiyi təqdirdə, yəni real dəyişənlər pul təklifinə təsir etmədiyi zaman "Klassik dixotomiya" adlı bir hal yaranır.

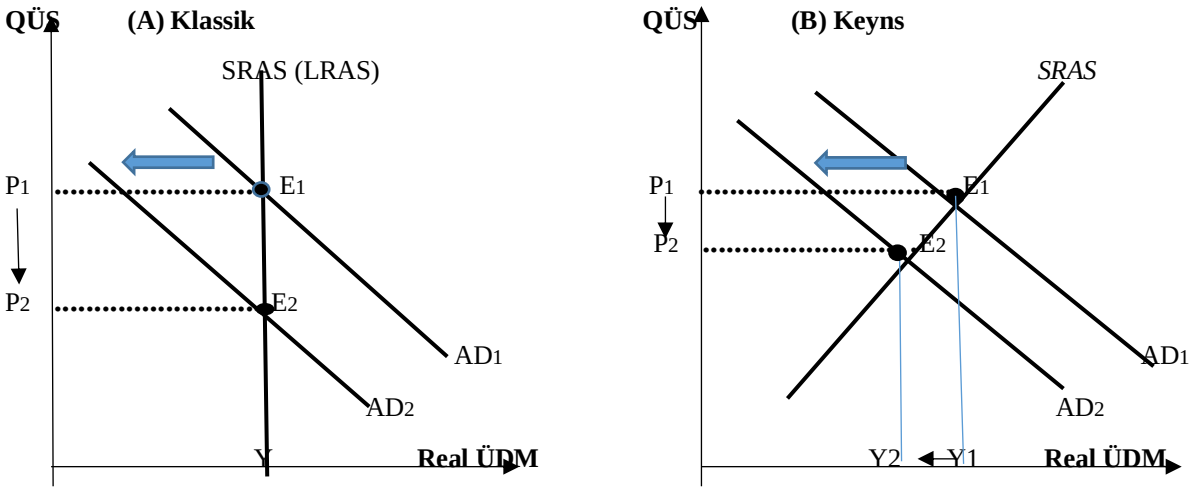
Analiz

Keynes analizləri zamanı əsasən başlıca iki yenilikdən söhbət açır:

Əvvəlcə o, məcmu tələbdəki uzaqlaşmaların ümumi daxili məhsul (ÜDM) üzərindəki təsirini qeyd etmişdir.

İkinci yenilik olaraq isə o, klassik iqtisadi təlimdən fərqli olaraq pul təklifindəki meyarlarla deyil, insandan asılı olmayan digər faktorların rolunu da ön plana çəkmişdir.

Qrafik 1. Klassik və Keynes iqtisadi təlimlərinin qarşılıqlı müqayisəsi.



Mənbə : Paul Krugman, Robin Wells; Makro iqtisad, Palme yayıncılık, 2013, səh 473

Qrafikdən göründüyü kimi soldakı təsvir Klassik iqtisadi təlimini, sağdakı təsvir isə Keyns iqtisadi təlimini ifadə etməklə yanaşı, məcmu tələblərin uyğun azalmalarını əks etdirmişdir. İlkin təsvirdə məcmu tələb əyrisi sola doğru sürüşdüyü zaman qiymətlərin ümumi səviyyəsi aşağı düşsə də, uzunmüddətli dövr üçün bu, ümumi daxili məhsulun dəyişməsinə təsir etməyəcəkdir. İkinci təsvirə nəzər salsaq, qısamüddətli dövrdə məcmu tələb əyrisi sola sürüşdüyü zaman isə həm qiymətlərin ümumi səviyyəsində, həm də ümumi daxili məhsulda azalma hiss olunacaqdır.

Keyns iqtisadının yayılmasından sonra real və nominal qiymətlərin üzərində qurulmuş daha bir nəzəriyyə olaraq Yeni Keyns iqtisadi təlimi və daha bir nəzəriyyə Post Keynes iqtisadi təlimi meydana gəlmişdir. Həmçinin Klassik iqtisadi təlimin davamçıları olaraq yaranmış və yaranmasında Monetarizmin böyük payı olmaqla Çikaqo və Avstriya məktəblərini əhatə edən Neo-Klassik iqtisadi təlimini də qeyd etməkdə fayda var. Neo-Klassik nəzəriyyə IS-LM modeli əsasında qurularaq, Klassik və Keynsin iqtisadi təlimlərini bir növ sintez halına salmaqla yaranmışdır. Yaranmasında Keyns və Valrasın böyük əməklərinin olduğu bu iqtisadi təlimin adına Neo-Klassik Sintez deyilməsi təsadüf deyildir.

Nəticə

Nəticə etibari ilə XV əsr Mertantilizm iqtisadi təliminin yaranmasından müasir dövrümüzə doğru qarşılıqlı əvəzlənən nəzəriyyələr bir-birinə yaxın olsalar da fərqli cəhətlərlə yadda qalmışdırlar. Belə ki, Klassik nəzəriyyənin yaranmasından sonra bir sıra müxtəlif iqtisadi təlimlər də meydana gəlmişdir ki, bunlardan Qurum iqtisadiyyatını, Kapital əsəri ilə Karl Marksın Marksist nəzəriyyələri, bununla əlaqəli ütopik nəzəriyyələri misal göstərmək olar. İqtisadi tarixə nəzər salsaq bu nəzəriyyələr əvəzlənməklə bərabər dünyanın ən inkişaf etmiş ölkələrindən başlayaraq bir sıra ölkələr öz maliyyə sistemində müxtəlif iqtisadi təlimlərin qaydalarını üstün tutaraq tətbiq etmişlərdir. ABŞ-ın 1980-ci illərdən bu yana olan tarixinə nəzər salsaq o dövrlərdə hakimiyyətdə olan Ronald Reyqan Laffer və Fridmanın fikrilərini üstün tutmaqla vergiləri endirmişdir. Həmçinin İngiltərə prezidenti Marqaret Tetçer, Türkiyə prezidenti Turqut Özal da bu iqtisadi siyasətin ardıyca getmişdirlər. Hətta həmin dövrlərdə "Tetçerizm", "Reqanomiks" adlı yeni kiçik cərəyanlar da meydana gəlmişdir. Lakin R. Reyqanın bu addımı desisiti artırmışdır. Özündən sonra hakimiyyətə gələn daha bir respublikaçı 41-ci ABŞ prezidenti Corc H. V. Buş da vergiləri aşağı salmaqla defisitin dərinləşməsinə səbəb olmuşdur. Lakin 1993-2001-ci illərdə hakimiyyətdə olan demokrat Bill Klinton vergi güzəşlərini azaltmaqla bərabər defisiti sıfıra endirməyi bacarmışdı. Növbəti respublikaçı 43-cü ABŞ prezidenti Corc V. Buşun dövründə defisit yenidən artmağa başlasa da, 2009-2017-ci illərdə hakimiyyətdə olan digər demokrat ABŞ prezidenti Barak Obamanın dövründə isə yenidən aşağı defisit göstəricilərinə nail olunmuşdur. 2017-ci ildən hakimiyyətdə olmasına baxmayaraq yeni respublikaçı ABŞ prezidenti Donald Tramp isə bir neçə il ərzində hədsiz vergi güzəştləri nəticəsində yüksək defisit göstəricilərinə nail olmuşdur. Beləliklə müxtəlif iqtisadi təlimin tərəfdarlarının qəbul etdiyi qərarlar dünyanın hegemon dövlətlərinin müxtəlif iqtisadi vəziyyətlərlə üzləşməsinə səbəb olmaqla yanaşı, inkişafda olan ölkələrin (İOÖ) maliyyə sisteminə də təsirsiz ötüşmür.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Blanchard, Olivier J.: (2008) "Neoclassical Synthesis", The New Palgrave Dictionary of Economics, Second Edition, ed. By Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume, Palgrave Macmillan.
2. Paul Krugman, Robin Wells, (2013), Makro iktisat, Palme yayıncılık, Ankara, səh 472.
3. Pearce, Kerry A. and Kevin D. Hoover: (1995),"After the Revolution: Paul Samuelson and the Textbook

Keynasian Model", History of Political Economy, 27(Supplement): 183-216.

4. Prof. Dr. Abuzer Pınar, Prof. Dr. İzzettin Önder, Doç. Dr. Erdal Gümüş;(2013), Maliye politikası, Anadolu Üniversitesi, səh 4.
5. Prof. Dr. M. Burhan Erdem, Prof. Dr. Ömer Demir, Prof. Dr. Mustafa Acar, Doç. Dr. F. Rana Adaçay, Yrd. Doç. Dr. Hasan İslatince, Yrd. Doç. Dr. Ahmet Tiryaki,(2012), İktisadi düşünceler tarihi, Anadolu üniversitesi, səh 35
6. Savaş Vural F., (1986), Politik iktisat, Beta yayımları, , səh 181.
7. Stone, Courtenay C., Daniel L. Thornton, (1987), "Solving the 1980s' Velocity Puzzle: A Progress Report", Federal Reserve Bank of St. Louis, August-September.
8. Yrd. Doç. Dr. Mevlüt Tatlıyer, (2015), İktisadi Düşüncenin Evrimi ve İktikat Politikası, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., 1-ci basım.

"Valyuta Müharibələri"nin Dünya İqtisadiyyatına Təsiri

Ayaz Həsənli

hesenli.ayaz11@gmail.com

Xülasə

"Valyuta müharibəsi", bir ölkənin mərkəzi bankı, milli valyutasının dəyərini qəsdən aşağı salmaq üçün genişləndirici pul siyasətindən istifadə etməsidir. Bu strategiyaya rəqabət devalvasiyası da deyilir. Başqa bir ifadə ilə, "valyuta müharibəsi", bir sıra xalqların iqtisadiyyatlarını stimullaşdırmaq üçün daxili valyutalarının dəyərini qəsdən dəyərdən salmağa çalışdıqları vəziyyətə aiddir.Valyuta dəyərsizləşməsi və ya devalvasiya valyuta bazarında tez-tez rast gəlinən haldır.

Valyuta məzənnələrinin daha aşağı səviyyəsinə nail olmaq üçün ölkələr arasında gedən rəqabətə "valyuta müharibəsi" deyilir. Ölkələr əsasən özlərinin xarici mövqelərini yaxşılaşdırmaq üçün məzənnələrini daha rəqabətli etməyə çalışırlar.Valyuta müharibəsi ilk dəfə 1930-cü illərdə baş vermişdir. Böyük Depressiya illərində Qızıl Standartının ləğvindən sonra ölkələr öz iqtisadiyyatlarının stimullaşdırılması üçün məzənnə devalvasiyalarından aktiv istifadə etməyə başladılar. O illərdə partnyor ölkədəki devalvasiya nəticəsində işsizliyin artması ilə üzləşən ölkələr öz növbəsində devalvasiya həyata keçirirdilər. Nəticədə bütün ölkələr üçün məzənnələrin dəyişimi ilə bağlı qeyri-müəyyənliklər yaranırdı ki, bu da beynəlxalq ticarətin həcminin aşağı düşməsinə səbəb olurdu.

2010-cu il sentyabr ayında Braziliyanın maliyyə naziri Guido Mantega "valyuta müharibəsi" ifadəsini işlətdi. Çin, Yaponiya və ABŞ-ın hər birinin ən aşağı valyuta dəyərini istədiyi görünən rəqabəti izah edirdi. Guido Mantega "valyuta müharibəsinin" yenidən başladığını bəyan etdi. Onun bu bəyanatından sonra mətbuatda maliyyə jurnalistləri və dövlət rəsmiləri "valyuta müharibəsi" terminini aktiv surətdə istifadə etməyə başladılar. Aparılmış müşahidələrə görə 2010-cu ildə ölkələr rəqabətli devalvasiyaya nail olmaq üçün müxtəlif siyasət vasitələrindən – valyuta bazarına müdaxilə, müxtəlif formalarda kapitala nəzarət və pul siyasətinin yumşaldılmasından istifadə etmişlər.

Açar sözlər: valyuta siyasəti, valyuta müharibələri, valyuta devalvasiyası

Giriş

Məqsəd nədir valyuta müharibələrində bəs,ölkələr nəyə görə valyuta müharibəsi edir? Beynəlxalq ticarətdə müqayisəli üstünlük əldə etmək üçün ölkələr "valyuta müharibələrində" iştirak edirlər. Valyutaları devalvasiya etdikdə, xarici bazarlarda ixracatlarını daha ucuz edirlər. Müəssisələr daha çox ixrac edir, daha gəlirli olur və yeni iş yerləri yaradır. Nəticədə ölkə güclü iqtisadi artımdan bəhrələnir (Amadeo, 2020).

"Valyuta müharibələri" də millətin aktivlərinə investisiya yatırmaqdadır.Birja xarici investorlar üçün daha ucuz olur.Ölkənin müəssisələri nisbətən ucuzlaşdıqca birbaşa xarici investisiyalar artır.

Bu proses necə baş verir? Valyuta məzənnələri ölkələr arasında mübadilə edildikdə bir valyutanın dəyərini müəyyənləşdirir. Valyuta müharibəsində olan bir ölkə, valyuta dəyərini qəsdən aşağı salır. Sabit məzənnə olan ölkələr adətən yalnız bir məzənnə elan verirlər. Digər ölkələr qlobal ehtiyat valyutası olduğu üçün ABŞ dollarına nisbətlərini təyin edirlər (Neil, 2019).

Ancaq əksər ölkələr çevik(üzən) məzənnə üzərindədir. Valyuta dəyərlərini azaltmaq üçün pul kütləsini artırmalıdırlar.Təchizat tələbdən çox olduqda, valyutanın dəyəri düşür(Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, 2013).

"Valyuta müharibələri"nin formalaşmasında dünya təcrübəsi

Bir mərkəzi bankın kreditini genişləndirərək pul təklifini artırmaq üçün bir çox vasitəsi var. Bunu istehlakçılara verilən kreditlərə təsir edən bankdaxili kreditlər üzrə faiz dərəcələrini azaltmaqla

edir.Mərkəzi banklar, millətin banklarının ehtiyatlarına kredit də əlavə edə bilər. Bu, açıq bazar əməliyyatları və kəmiyyət asanlaşdırma anlayışıdır (Cline və Williamson, 2010).

Bir ölkə hökuməti genişlənən maliyyə siyasəti ilə valyutanın dəyərinə də təsir edə bilər. Bunu daha çox xərcləmək və ya vergiləri azaltmaqla edir.Bununla birlikdə genişləndirici fiskal siyasət əsasən "valyuta müharibəsi" ilə məşğul olmamaq üçün siyasi səbəblərdən istifadə olunur. (Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, 2013).

Cədvəl 1. 2010-cu ildən bəri "valyuta müharibələri"ndə iştirak edən ölkələr

Valyuta məzənnəsinin tənzimlənməsi	Ölkələr
Sabit tənzimləmə	Danimarka, Sinqapur, Vyetnam, Venesuella, Çin, İsveçrə
Üzən tənzimləmə	Braziliya, Cənubi Koreya, Tayland, Türkiyə, İndneziya, Peru, Polşa, Avstraliya, Kanada, Yaponiya, Norveç, İsveç, İngiltərə, Abş, Almaniya, Fransa

Mənbə: Beynəlxalq Valyuta Fondu, www.imf.org (15.03.2020)

Cədvəl 1-də xəbərlərdə müasir valyuta müharibəsində iştirak etmiş ölkələrin siyahısı göstərilir. Məsələn, İsveçrə 2011-ci ildə məzənnəsini maksimum avroya endirdi və 2015-ci ilin yanvarında imtina etdi. Çin öz valyutasını dəyərsizləşdirmək üçün müdaxilələrdən istifadə edir. Yaponiya və digər inkişaf etmiş ölkələr iqtisadiyyatlarına aşağı faiz dərəcələri və kəmiyyət asanlaşması ilə kömək edirlər. Onların hamısı məzənnə tənzimləmələri və pul siyasəti çərçivələri ilə xarakterizə olunur.

Çin "valyuta müharibəsi".Çin valyutasının, yuanın dəyərini idarə edir.Çin Xalq Bankı, başqa bir valyutanın səbəti ilə birlikdə onu dollara bağladı. Yuanı 2% ticarət aralığında bir dollar üçün 6.25 yuan ətrafında saxladı.

11 Avqust 2015-ci il tarixində Bank, yuanın dollara görə 6.3232 yuana düşməsinə icazə verməklə valyuta bazarlarını başlatdı.6 yanvar 2016-cı ildə Çinin iqtisadi islahatları çərçivəsində yuana nəzarəti daha da rahatlaşdırdı (Hughes, Mcgee, Anderlini, 2015).

Şəkil 1. Çin "valyuta müharibəsi"

Mənbə: Thomson Reuters Datastream, www.reuters.com (20.03.2020)

2017-ci ildə yuan doqquz illik ən aşağı səviyyəyə düşmüşdü. Lakin Çin ABŞ-la "valyuta müharibəsində" deyildi.Bunun əvəzinə yüksələn dolların əvəzini çıxarmağa çalışırdı.Dollara qapanan yuan, dollar 2014 ilə 2016 arasında dəyişəndə 25% yüksəldi.

Çinin ixracı dollarla bağlanmayan ölkələrin ixracından daha bahalı olur. Rəqabətli qalmaq üçün məzənnəsini aşağı salmalı idi.İlin sonunda dolların dəyəri düşdükcə Çin yuanın qalxmasına icazə verdi.

Yaponiyanın valyuta müharibəsi.Yaponiya 2010-cu ilin sentyabrında "valyuta döyüş sahəsinə" qədəm qoydu. Yaponiya hökuməti altı il ərzində ilk dəfə öz valyutası olan yenini satdı.Yenin məzənnə dəyəri 1995-ci ildən bəri ən yüksək səviyyəyə qalxdı.Bu, ixracata çox güvənən Yaponiya iqtisadiyyatına təhlükə yaratdı (Mckinnon və Liu, 2013).

Xarici hökumətlər nisbətən etibarlı valyutaya yüklədikləri üçün Yaponiyanın yen dəyəri artmaqda idi.Yunan borc böhranının daha da dəyərdən düşməsini gözləməklə avrodan çıxdılar.ABŞ-ın qeyri-sabit borcları ilə bağlı narahatlıq var idi, buna görə hökumətlər o zaman dollardan uzaqlaşdılar.

Avropa Birliyi.Avropa Birliyi 2013-cü ildə "valyuta müharibələrinə" girdi.İxracatını artırmaq və deflyasiya ilə mübarizə aparmaq istədi.Avropa Mərkəzi Bankı, 7 Noyabr 2013 tarixində məzənnəsini 0,25% -ə endirdi.

Bu hərəkət avronun dollara nisbətini 1.3366 dollar səviyyəsinə endirdi.2015-ci ilə avro yalnız 1.05 dollar ola bilərdi.Bir çox investor, avronun bir valyuta olaraq qalacağı ilə maraqlandı.

2016-cı ildə Böyük Britaniya sakinlərinin Avropa Birliyindən çıxmaq üçün səs verdiyi Brexitin nəticəsi olaraq avro zəiflədi.Ancaq 2017-ci ildə dollar zəiflədiyi zaman avro bahalaşdı.

Digər ölkələrə və dünya iqtisadiyyatına təsiri.Bu müharibələr Braziliyanın və digər inkişaf etməkdə olan bazar ölkələrinin valyuta dəyərlərini artırdı.Nəticədə dünya mal qiymətləri qalxdı.Neft, mis və dəmir bu ölkələrin bəzilərinin əsas ixracıdır - bu malların qiyməti yüksəldikdə tələb düşməyə başlayır və bu da ixracatçı ölkələrin iqtisadi yavaşlamasına səbəb olur.

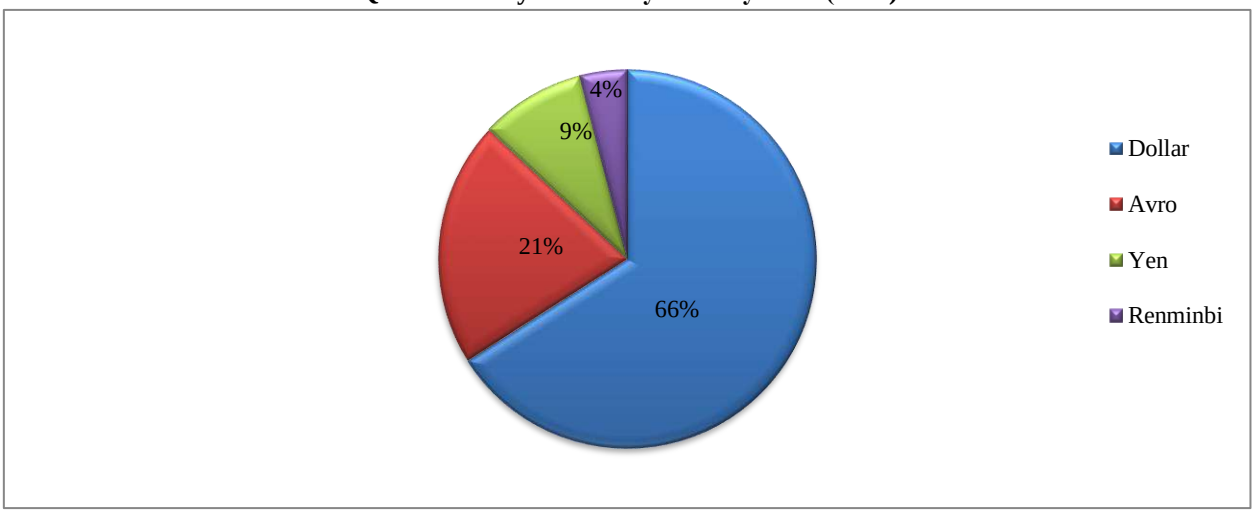
Hindistanın keçmiş mərkəzi bank valisi Raghuram Rajan, ABŞ və "valyuta müharibələrində" iştirak edənləri tənqid etdi.İddia etdi ki, bu inflyasiya inkişaf etməkdə olan bazar iqtisadiyyatı ölkələrinə ixrac edir.Rajan, iqtisadi artımın azalması riski ilə valyutasının inflyasiyasına qarşı mübarizə aparmaq üçün Hindistanın ən yüksək dərəcəsini (çox yüksək kredit reytinqi olan borcalanlara nisbət) qaldırmalı idi.

"Valyuta müharibələri" ixrac qiymətlərini aşağı salır və iqtisadi böyüməyə təkan verir.Lakin onlar idxalı daha baha edir.Bu istehlakçılara zərər verir və inflyasiyaya əlavə edir.2010-cu ildə ABŞ və Çin arasındakı "valyuta müharibələri" ərzaq məhsullarının bahalaşmasına səbəb oldu.

Çin valyuta dəyərini aşağı saxlamaq üçün ABŞ Xəzinədarlıqlarını satın alır. Bu, ABŞ ipoteka nisbətlərini aşağı salmaqla, ev kreditlərini daha əlverişli hala gətirməklə təsir edir.Xəzinədarlıq qeydləri ipoteka faizlərinə birbaşa təsir göstərdiyinə görə,xəzinədarlığa tələb yüksəkdirsə, gəlirləri azdır, bu da bankların ipoteka faizlərini aşağı salmasına səbəb olur.Xəzinədarlıq gəlir azaldıqda və ya investorları itirmək riski olduqda banklar ipoteka faizlərini aşağı salmalıdırlar.

Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankı, BVF, Dünya Banklararası Maliyyə Telekommunikasiya Cəmiyyəti, Avropa Mərkəzi Bankı hesablamalarından əldə etdiyim məlumatlar əsasında aşağıda qrafik hazırladım, demək olarki valyuta ehtiyatlarında dolların 60%-dan artıq üstünlüyü müşahidə olunur.Amma düşünürəm ki, bu bir müddət sonra belə davam etməyəcək baxmayaraq ki, hələki dominat valyuta olaraq ABŞ dollarıdır.

Qrafik 1. Dünya üzrə valyuta ehtiyatları (%-lə)



Mənbə: https://www.ecb.europa.eu/pub/ire/html/ecb.ire201906~f0da2b823e.en.html (25.03.2020)

İnflyasiya.“Valyuta müharibələri” inflyasiya yaradır.2008-ci ildə baş verən ərzaq iğtişaşlarına mal spekulyatorları səbəb oldu.Qlobal maliyyə böhranı birjada qiymətləri aşağı saldıqda, investorlar əmtəə bazarlarına qaçdılar (Amadeo, 2020).

Nəticədə, neft qiymətləri iyulda bir barreli 145 dollar, rekord səviyyəyə yüksəldi, qaz qiymətləri isə 4 dolları keçdi.Bu aktiv buğda, qızıl və digər əlaqəli fyuçers bazarlarına yayıldı.Bütün dünyada ərzaq qiymətləri artdı.Növbəti “valyuta müharibəsinin” 2008-ci ildəki vəziyyətdən daha böhranlı olacağı ehtimalı azdır (Amadeo, 2020).

“Valyuta müharibələri”nin təsirləri

Valyuta dəyərsizləşməsi bütün iqtisadi problemlər üçün çıxış yolu deyil.Braziliya gerçəkliyi 2011-ci ildən bəri 48% -ə düşdü, lakin valyuta sərt devalvasiyası xam neft və əmtəə qiymətlərinin düşməsi və genişlənən korrupsiya qalmaqalı kimi digər problemləri həll edə bilmədi.

Bəs “valyuta müharibəsinin” mənfi təsirləri nələrdir?

1.Valyuta devalvasiyası uzunmüddətli dövrdə məhsuldarlığı aşağı sala bilər, çünki əsas avadanlıq və texnikanın idxalı yerli müəssisələr üçün çox baha olur.Valyuta dəyərsizləşməsi həqiqi struktur islahatları ilə müşayiət olunmasa, nəticədə məhsuldarlıq zərər görəcəkdir.

2.Valyuta dəyərsizləşmə dərəcəsi arzu ediləndən çox ola bilər və nəticədə artan inflyasiyaya və kapital axınına səbəb ola bilər.

3.Valyuta müharibəsi qlobal ticarəti əngəlləyəcək daha böyük proteksionizm və ticarət maneələrinin yaranmasına səbəb ola bilər.

4.Rəqabətli devalvasiya valyuta dəyişkənliyinin artmasına səbəb ola bilər ki, bu da öz növbəsində şirkətlər üçün yüksək hedcinq xərclərinə səbəb ola bilər və xarici sərmayələrin qarşısını alır (Picardo, 2019).

İllərdir bütün dünya iqtisadiyyatlarının ləng böyümə ilə mübarizə apardığı bir dünyada, valyuta dəyərləndirmələri ilə əlaqədar beynəlxalq gərginliklər yaşandı.

İndiyə qədər ölkələr daxili iqtisadiyyatlarını stimullaşdırmağa yönəlmişlər. Xüsusilə, mərkəzi banklar faiz nisbətlərini azaltdılar və pullarını maliyyə sistemlərinə, valyutalarının dəyərini azaltmağa meylli hərəkətə keçirmək üçün başqa addımlar atdılar.Axı, daha aşağı faiz dərəcələri olan

bir valyutaya sərmayə (investisiya) daha yüksək dərəcələrə malik olana nisbətən daha az cəlbedicidir.

Bu, bir ölkənin qalib gəlməsi, digərinin itkisi deməkdir. Aşağı faiz dərəcələri daha çox iqtisadi fəaliyyət yaratmalıdır ki, bu da bütün dünyanı daha yaxşı vəziyyətə gətirir (Neil, 2019).

Valyuta devalvasiyası böyümənin yavaşladığı və ya, həqiqətən də ticarət mübahisələri ilə əlaqəli olan ölkələr üçün siyasət alətlər qrupunun faydalı elementi kimi görünə bilər, lakin bu ölkələrin özü və dünya iqtisadiyyatı üçün böyük risklər daşıyır.

Açıq və hərtərəfli iqtisadi müharibəyə girmək ərəfəsində olan ABŞ və Çin arasındakı ticarət gərginliyi valyuta müharibələri üçün əsas döyüş cəbhəsini təşkil edir.Təxminən 15 il ərzində, təxminən 2000 ilə 2014-cü illərin ortalarında, Çin mərkəzi bankı valyuta bazarlarına təcavüzkar şəkildə mübadilənin ABŞ dollarına nisbətdə sürətlə artmasının qarşısını almaq üçün müdaxilə etdi.Bununla Çinin ixracı üçün rəqabət üstünlüyü qazandı.

Bununla belə, valyuta manipulyasiya təyinatının özbaşına və qisasverici xarakterini nəzərə alsaq, Çin, daha sonra amortizasiyanın ABŞ-a geri qaytarılmasına və ən azı qismən ABŞ-ın tariflərini pozmağa imkan verə bilər.

Hindistan və Tayland kimi bir neçə əsas inkişaf etməkdə olan bazar iqtisadiyyatı daxili böyümənin zəiflədiyi bir şəraitdə qlobal ticarət gərginliyinin artması nəticəsində yaranan girov ziyanlarından qorunmaq üçün müdafiə hərəkəti olaraq faiz dərəcələrini kəskin dərəcədə azaltdı. İngiltərə Bankı, Yaponiya Bankı və Avropa Mərkəzi Bankı kimi böyük inkişaf etmiş iqtisadiyyat mərkəzi bankları, yaxın aylarda öz iqtisadiyyatlarının zərərlərini həll etmək üçün pul siyasətini ləğv edə bilər. Ticarətin bu ölkələr üçün əhəmiyyəti və zəif valyutaları açıq şəkildə hədəfləyib-istəməmələrini nəzərə alsaq, şübhəsiz ki, böyüməyə təkan vermək üçün belə bir addım atacaqlar.

“Valyuta müharibəsi” ABŞ-ın böyümə perspektivlərini artırmaq üçün az şey edə bilər.ABŞ-ın dolların dəyərini aşağı salması, valyutanın qlobal maliyyə bazarlarında dominant olması səbəbindən aşağı düşməsi daha çətindir.Dolların digər əsas valyutalara nisbətdə təsir etməsi üçün kifayət qədər böyük miqyasda birtərəfli müdaxilə etmək çətin olacaq - xüsusilə də Federal Ehtiyat belə bir səylə kənarda qalsa.Bundan başqa, belə bir addım daha geniş “valyuta müharibəsini” təhrik edər, digər ölkələr öz qisas müdaxilələrini gücləndirərlər.Maliyyə bazarlarında yaranan qarışıqlıq investorların təhlükəsizlik üçün müraciət etməsi halında dolların dəyərini möhkəmləndirə bilər.

Dünya iqtisadiyyatı üçün başqa xərclər var.Güclü bir dollar bəzi inkişaf etməkdə olan bazar iqtisadiyyatı ölkələrində, xarici borcun böyük olması və valyutaların zəifləməsi nəticəsində yaranan tədiyyə balansındakı təzyiqlər səbəbindən girov ziyanına səbəb olacaqdır.

Valyuta bazarlarında baş verən bu fəsadların hamısı qlobal ticarət gərginliyindən qaynaqlanan qeyri-müəyyənliyə əlavə edəcəkdir.Bu qeyri-müəyyənlik, “valyuta müharibələri” nəticəsində yaranan məzənnə dəyişkənliyinə əlavə olaraq, biznes investisiyalarını zəif saxlayacaq və dünyada məhsuldarlığa və məşğulluq artımına zərər verməyə davam edəcəkdir (Prasad, 2019).

Qlobal ticarət müharibəsi valyuta müharibəsinə keçdi.ABŞ-Çin ticarət müharibəsi getdikcə valyutalara yönəldilib.Valyuta devalvasiyası qlobal iqtisadiyyata uzunmüddətli ziyan vura bilər.

İndi Çin ilə ticarət tükənməsi içərisində, qlobal ticarət mübahisəsi qızışdıqca “valyuta müharibəsi” yenidən ön və mərkəzdədir.Nəticədə ölkələr ticarətdə üstünlük qazanmaq üçün valyutalarının

dəyərini rəqiblərdən daha aşağıya endirməyə çalışdıqları üçün bu son nəticədir.Buna səbəb Trump-ın daha zəif ABŞ dolları istədiyi bildirildi.

Bu, ölkələrin balanslı iqtisadiyyata nail olmaq üçün necə birlikdə işləməli olduqlarına zidddir.Əməkdaşlıq pozulduqda, dünya bazarları mənfi təsirləri hiss edir.

"Bazar çox dəyişkən olacaq" deyən Kato İnstitutunun Herbert A. Stiefel Ticarət Siyasəti Tədqiqatları Mərkəzinin direktoru Dan İkenson Markets Insider-ə bildirib. "Qazanmağın asan olacağı güman edilən bir ticarət müharibəsi kimi görünür" (Carmen, 2019).

Metod

Swot təhlil və analiz metodları vasitələri ilə "Valyuta müharibələrinin " dünya iqtisadiyyatına müsbət və mənfi nəticələri, ölkələrin bu müharibələrdə işitrak etməsi ilə nə kimi iqtisadi fayda qazandıqları, həmçinin gələcəkdə hansı imkanlar açacağı və ölkərə hansı təhlükələr yarada biləcəyi, hətta III dünya müharibəsi "valyuta müharibəsi" ola bilərmi, sferasından müəyyən araşdırmalar etmişəm.

Analiz

Müasir beynəlxalq pul sistemində valyuta məzənnələrini manipulyasiya etmək üçün hansı vasitələrdən istifadə etmək olar? Bu, bir ölkənin açıqladığı məzənnə tənzimləməsindən asılıdır.Nəzəri olaraq, sərbəst üzən məzənnədə hökumət bazar mexanizminə müdaxilə etmir ,məzənnə dərəcəsi və ümumiyyətlə faiz dərəcələri və pul miqdarı köməyi ilə məzənnəyə təsir göstərir.İdarə olunan dəyişkən məzənnə sistemi vəziyyətində tənzimləyicilər, kapitala nəzarət və digər kimi müdaxilələr və alətlər etmək üçün tez-tez rəsmi ehtiyatlardan istifadə edirlər.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən faiz dərəcələrindən istifadə və kəmiyyət azaldılması iqtisadiyyata mənfi təsir göstərə bilər.Hesab edirik ki, bu, əsasən gözləntilərlə bağlıdır. Praktik olaraq, bu gün ən çox istifadə olunan vasitə faiz dərəcələridir (Bekareva, Baranov, Meltenisova, 2016).

Nəticə

Bir çox iqtisadçı rəqabətli pul genişlənməsi dövrünün digər ölkələrdən qisas almasına və həm bazarlarda, həm də geosiyasi mənada qarşıdurmalara səbəb ola bilən "valyuta müharibələrinin" uzanan bir dövrə ilə nəticələnəcəyindən qorxur. Məsələn, Çin uzun müddətdir ki, ixracının rəqabətə davamlı olması üçün yuan dəyərini qoruyub saxlayır,Çin yuanın dəyərdən düşməməsi ilə bağlı hər zaman narahatlıqlarını ifadə edən ABŞ və digər ticarət tərəfdaşlarının müqavimətinə baxmayaraq bunu etdi. Artıq dünyanın bir çox ölkəsi "valyuta müharibələri" arenasına girməklə, valyuta bazarlarında bu cür xaotik şərait qlobal iqtisadi yaxşılaşma üçün yaxşı təsir göstərmir. Bu, BVF-nin (Beynəlxalq Valyuta Fondu) və Dünya Bankının üzv ölkələri "valyuta müharibələrindən" çəkinməyə çağırması və ölkələri açıq şəkildə xəbərdar etmələrinin səbəbidir.Ancaq bu, qlobal iqtisadi sistemin üzvlərinə istədikləri effekti vermədiyi göründüyü kimi son qlobal valyutaların dəyərlərindəki dalğalanmalardan da görünür.Qlobal iqtisadiyyatda böyümə olmadıqda, valyuta müharibələri qaçılmazdır (Prachi, 2015).

III Dünya müharibəsi - Valyuta müharibəsi.Valyuta müharibəsi mərhələsinə qədəm qoyuruq? On illərlə davam edən uzun bir müddətdən sonra biz indi bir anda, son on ildə və ya daha çox, müharibələrdən silah istifadə etmək əvəzinə, valyutalardan istifadə edərək vuruşuruq. Ölkələr hərbi qüvvələrini hədəfə almaqdansa, iqtisadiyyatlarını hədəf alaraq başqa ölkələrə dağıntı gətirməyin daha asan, daha ucuz və daha az zorakı olduğunu başa düşürlər.

Buna görə dünyanın ən böyük iqtisadiyyatları arasında "valyuta müharibələrini" görürük ki, bu da öz valyutalarını mümkün qədər ucuz saxlamaq üçün bir yarışdır. Ölkələr bu cür müharibələrin daha şiddətli ola biləcəyini anlamırlar, amma bunun təsiri adi müharibələr qədər dağıdıcıdır. Əslində, bu cür "valyuta müharibələri" adi müharibələrə səbəb ola bilər, çünki ölkələr və xalqlar daxili baxır və yalnız özlərinə və ölkələrinə qayğı göstərirlər, iqtisadiyyatlarını uğurla məhv etdikdən sonra digər ölkələrə üstünlük verməyə başlayırlar.

Ədəbiyyatlar

1. Forrest, Jeffrey Yi-Lin, Ying, Yirong, Gong, Zaiwu (2018) "Currency Wars - Offense and Defense through Systemic Thinking", 73-74.
2. James Rickards (2012), "Currency Wars The Making Of The Next Global Crisis" 68-73.
3. Uri Dadush, Vera Eidelman (2011) "Currency Wars", 7-10.
4. Callum Henderson (2006) "Currency Strategy", 232-235.
5. 5.Amadeo K. (2020). "Currency Wars and How They Work" 2-4.
6. Picardo E. (2019). "What Is A Currency War And How Does It Work?
7. Neil I. (2019). "What's at Risk if the U.S. Stumbles Into a Currency War" 4-5.
8. Carmen R. (2019). "The global trade war has morphed into a currency war — and markets are tanking", 12-15.
9. Bekareva S., Baranov A. və Meltenisova E. (2016). "Monetary policy and currency wars: National economic interests vs international partnership ", 22-24.
10. 10.Prachi J. (2015). "Currency Wars and the Making of the Next Financial Crisis in the Global Economy", 14-17.
11. 11. Bekareva S. və Meltenisova E. (2014) "Monetary Policy and Currency Wars: Methodological Approach" ,4-7
12. Cline W. və Williamson J. (2010). "Currency Wars?", Peterson Institute for International Economics, Policy Brief number PB10-26.
13. Andres A, Marina V.N, Jim O. (2019) Is a Global Currency War Still Possible?, 12-19.
14. McKinnon R. və Liu Z. (2013). "Modern Currency Wars: The United States versus Japan", 11-12.
15. Hughes J., Mcgee P. və Anderlini J. (2015). "China steps up currency war with dramatic renminbi devaluation", 1-2.

Rəqəmsal Bankçılığın Kredit Təşkilatlarının Iqtisadi Təhlükəsizliyinə Inteqrasiyası

Aysel Hüseynzadə

aysel_huseynzade_1996@mail.ru

Xülasə

Bu məqalə kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyinə həsr edilmişdir. Məqalədə göstərilən tədqiqat mövzusunun aktuallığı, rəqəmsal iqtisadiyyata keçiddə rəqəmsal bankçılıq maliyyə sektorunun iqtisadi təhlükəsizliyini təmin edən əsas elementlərdən biri olmasıdır. Kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi, bankı həm daxildən, həm də xaricdən gələn hər hansı bir mənfi təsirlərdən qorumaq üçün nəzərdə tutulmuş təşkilati, hüquqi, proqram, texniki və təhlükəsizlik tədbirləri, metod və vasitələr kompleksidir. Bu gün rəqəmsal bankçılıq bankçılıqda ən sürətlə inkişaf edən tendensiyalardan biridir. İqtisadiyyatın inkişafı həmişə yeni texnologiyaların tətbiqi üzərində qurulmuşdur, müasir texnoloji inqilab şəraitində bank sektoru ön planda olmuşdur. İqtisadiyyatın rəqəmsal modernləşdirilməsinə ehtiyac bu gün bir aksiomdur. Dünyanın aparıcı xəbər agentliklərindən biri olan "Business Insider" in məlumatına görə, son beş ildə süni intellektdən istifadə ilə əlaqəli maliyyələşdirmə əməliyyatlarının həcmi təqribən 10 dəfə artıb. Inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin milli iqtisadiyyatları yeni şərtlərdə mövcud olmağa məcburdurlar. Davosdakı Dünya İqtisadi Forumunun qurucusu və daimi prezidenti Klaus Martin Schwab, cəmiyyətin çevrilməsini "Dördüncü Sənaye İnqilabı" və ya "Sənaye 4.0" olaraq xarakterizə etdi. Mütəxəssislərin fikrincə, növbəti on ildə informasiya texnologiyaları bir insanın şəxsi həyatını, biznesini və qlobal iqtisadiyyatını kökündən dəyişdirəcəkdir. Mütəxəssislərinin fikrincə, 2020-ci ildə əsas kapital mənbəyi olacaq bank sektorudur. Bank sektoru mənfəətinin əvvəlki illərlə müqayisədə daha çox olacağı proqnozlaşdırılır. Buna görə, maliyyə itkilərinin qarşısını almaq üçün rəqəmsal bankçılıq kontekstində kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyinin effektiv sisteminin qurulmasına diqqət yetirmək son dərəcə vacibdir.

Açar sözlər: rəqəmsal bankçılıq, kredit təşkilatı, bank, iqtisadi təhlükəsizlik, rəqəmsal iqtisadiyyat, süni intellekt.

Giriş

Rəqəmsal bankçılığın ən erkən formaları 1960-cı illərdə başlayan bankomat və kartların yaranmasına təsadüf edir. İnternet 1980-ci illərdə erkən genişzolaqlı şəbəkə ilə meydana gəldiyindən, rəqəmsal şəbəkələr, erkən onlayn kataloqlar və inventar proqram təminatı ehtiyaclarını inkişaf etdirmək üçün pərakəndə satıcıları təchizatçılar və istehlakçılar ilə birləşdirməyə başladı.

1990-cı illərdə İnternet geniş yayıldı və onlayn bankçılıq normaya çevrildi. 2000-ci illərin əvvəllərində genişzolaqlı və e-ticarət sistemlərinin təkmilləşdirilməsi, bu gün müasir rəqəmsal bankçılıq dünyasının qismən dəyişməsinə səbəb oldu. Növbəti on il ərzində smartfonların yayılması ATM maşınlarından kənarda əməliyyatlar üçün qapı açdı. İndi istehlakçıların 60% -dən çoxu öz smartfonlarını rəqəmsal bankçılıq üçün üstünlük verilən metod kimi istifadə edirlər.

İndi banklar üçün əsas məqsədlərdən biri müştərinin müəyyən etdiyi kanallar vasitəsi ilə satıcıları bağlayan tələbləri asanlaşdırmaqdır. Bu dinamik, Müştəri Əlaqələri İdarəetmə (CRM) proqramı ilə tərbiyə edilə bilən müştəri məmnuniyyətinin əsasını təşkil edir. Buna görə CRM rəqəmsal bank sisteminə inteqrasiya olunmalıdır, çünki bu, bankların müştəriləri ilə birbaşa əlaqə qurması üçün imkan yaradır.

Rahatlıq və istifadəçi təcrübəsi ilə optimallaşdırılmış sona çatan ardıcıllığa və xidmətlərə tələbat var. Bazar, evdə masaüstü və ya Smart TV olan mobil qurğular kimi mövcud texnologiyaya əsaslanan alış qərarlarını təmin edən çarpaz platforma ön hissələrini təmin edir. Bankların istehlakçı tələblərini ödəmələri üçün çeviklik və səmərəliliyi təmin edən rəqəmsal texnologiyanın təkmilləşdirilməsinə

diqqət yetirməlidirlər. Rəqəmsal bankçılıq, bank xidmətləri internet üzərindən çatdırıldığı onlayn bankçılığa keçid üçün daha geniş kontekstin bir hissəsidir. Ənənəvi rəqəmli bankçılığa keçid tədricən davam edir və davam etməkdədir və bank xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılmasının müxtəlif dərəcələri ilə formalaşır. Rəqəmsal bankçılıq proseslərin avtomatlaşdırılmasının və veb əsaslı xidmətlərin yüksək səviyyələrini əhatə edir və bank məhsulları çatdırmaq və əməliyyatlar təmin etmək üçün institutlararası xidmət tərkibinə imkan verən sistemləriləri əhatə edə bilər. İstifadəçilərə masaüstü, mobil və ATM xidmətləri vasitəsi ilə maliyyə məlumatlarına daxil olmaq imkanı verir.

Rəqəmsal bank, onlayn bankçılıq və ondan kənarda olan bir virtual prosesi təmsil edir. Bir sona çatan platforma olaraq rəqəmsal bankçılıq istehlakçıların gördüyü ön tərəfi, bankirlərin öz serverləri və idarəetmə panelləri və bu qovşaqları birləşdirən orta proqramı ilə gördükləri arxa hissəni əhatə etməlidir. Nəticədə, rəqəmsal bir bank bütün xidmətlərin göstərilmə platformalarında bankın bütün funksional səviyyəsini asanlaşdırmalıdır. Başqa sözlə, baş ofis, filial, onlayn xidmət, bank kartları, bankomat və satış maşınları kimi eyni funksiyaları yerinə yetirməlidir.

Rəqəmsal bankçılığın yalnız bir mobil və ya onlayn platformadan daha çox səbəbi, orta proqram həllərini ehtiva etməsidir. Orta proqram, əməliyyat sistemlərini və ya verilənlər bazasını digər tətbiqlərlə birləşdirən bir proqramdır. Risklərin idarə edilməsi, məhsulun inkişafı və marketinq kimi maliyyə sənayesi şöbələri həqiqətən tam bir rəqəmsal bank hesab edilmək üçün orta və arxa hissəyə daxil edilməlidir. Təhlükəsizliyi və hökumətin qaydalarına uyğunluğu təmin etmək üçün maliyyə qurumları ən son texnologiyaların başında olmalıdır.(Marous, J. 2017 Retail banking trends and predictions. 2016. 92 p).

Azərbaycan da eyni zamanda zamanın çağırışlarına cavab vermək və yeni iqtisadi inkişaf hədəflərinə çatmaq kimi problemlərlə də üzləşir. İqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması, rəqəmsal iqtisadiyyatın yaradılması və innovasiyadan istifadə ölkəmiz üçün, eləcə də ən yüksək inkişaf tempinə malik ölkələr üçün prioritet məsələlərdəndir. Hal hazırda Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması, rəqəmsal iqtisadiyyat və davamlı inkişafın yaradılması üçün bütün imkanlar mövcuddur: ölkəmizin bənzərsiz coğrafi yerləşməsi, təbii sərvətləri, dəyərli insan resursları, son illərdə Prezident İlham Əliyev tərəfindən qəbul edilmiş dövlət proqramları, fərman və sərəncamları.

Metod

Tədqiqatın əsas aparıcı metodu "kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi" və "rəqəmsal bankçılıq" ın əsas konsepsiyalarının sistemli şəkildə şərh edilməsinə əsaslanaraq rəqəmli bankçılığın inkişafının əsas istiqamətləri barədə nəticə çıxarmağa imkan verən analiz metodudur. Məqalənin əsas obyekti bank sektorunda innovativ texnologiyaların tətbiqidir. Eyni zamanda bu sistemin həyata keçirilməsini nəzərdən keçirməklə, kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyinin səviyyəsini yüksəltmək üçün rəqəmsal bankçılıq konsepsiyasının həyata keçirilməsi prinsiplərini inkişaf etdirməkdir. Rəqəmsal bankçılığın mahiyyətini və onun əsas xüsusiyyətlərini təhlil edir. Rəqəmsal bankçılıq konsepsiyasının həyata keçirilməsinin əsas mərhələləri müəyyənləşdirilmiş, kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyinin artırılması istiqamətləri təklif edilmişdir.

Analiz

Dünyada baş verən iqtisadi proseslər bütün ölkələrin idarəetmə mexanizmlərinə təsir edir. Bu tip dəyişikliklərdən biri də rəqəmsal idarətmə sistemlərinin iqtisadiyyatın hər sahəsinə tətbiqidir. Ən kəskin dəyişikliklər bank sektorunda baş verir. Həmişə olduğu kimi banklar ən son texnologiyaları başqa sahələrə nisbətdə daha tez tətbiq edir. Bu gün respublikamızda və dünyada bu tip texnoloji

yeniliklərin tətbiqi ilə işləməyən kredit təşkilatı tapmaq bəlkə də qeyri mümkündür. Məsələn, Çində, dünyanın ən böyük banklarından biri olan HSBC Holdings plc. milli kriptoməzənnə və valyuta siyasətini uğurla sınaqdan keçirilir. (Гонтарь, А.А., Сазонов, С.П. Экономические методы обеспечения информационной безопасности кредитной организации // Управление экономическими системами. - 2016. - № 9). Çirkli pulların yuyulmasının qarşısının alınması proseslərini avtomatlaşdırmaq üçün süni intellektdən istifadə edilərək, Rusiyada 2016-cı ilin sonunda Sberbank, Dəmir Lady sistemini işə saldı və 2017-ci ilin aprel ayında İvanov Rəqəmsal İndeksi, Rusiyada yaşayan bir sakininin həyatının rəqəmləşdirmə səviyyəsini xarakterizə edən bir göstərici yaratdı. Məlumata görə, artıq əməliyyatların 95% -dən çoxu Sberbank-da rəqəmsal kanalları vasitəsilə və yalnız 50% -i fiziki şəxslərlə aparılır.

Respublikamızla bağlı bir çox dünya analitikləri hesab edir ki, orta hesabla Azərbaycanın qabaqcıl ölkələrdən geri qalması 5-8 ildir. İqtisadiyyatı rəqəmsallaşdırmaq üçün heç bir tədbir görülməzsə, boşluq daha da artacaq və 15-20 ildən sonra 30 ilə çatacaqdır. Bu göstərici, IV sənaye inqilabı konsepsiyası çərçivəsində, rəqabətqabiliyyətlilik dərəcəsinin müəyyən edilməsində əsas olanlardan biridir və bu da öz növbəsində milli iqtisadiyyatdakı investisiya mühitinin vəziyyətini xarakterizə edir. Ümumdünya İqtisadi Forumunun və Beynəlxalq telekommunikasiya Birliyinin məlumatına görə Azərbaycan dünya ölkələri arasında 2017ci il də 176 ölkə arasında 65-ci pillədə yer alıb.

Cədvəl 1. Beynəlxalq Telekommunikasiya Birliyi: İKT İnkişafı İndeksi 2017.

International Telecommunication Union: The ICT Development Index 2017.		
REYTINQ	ÖLKƏ	İNDEKS
1	İslandiya	8.98
2	C HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/korea-south"ə HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/korea-south"nubi Koreya	8.85
3	İsve HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/switzerland"çr HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/switzerland"ə	8.74
4	Danimarka	8.71
5	Böyük Britaniya	8.65
6	Honkonq	8.61
7	Hollandiya	8.49
8	Norveç	8.47
9	Lüksemburq	8.47
10	Yaponiya	8.43

32	Belarus	7.55
35	Latviya	7.26
41	Litva	7.19
45	Rusiya	7.07
52	Qazaxstan	6.79
59	Moldova	6.45
65	Az HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/azerbaijan"ə HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/azerbaijan"rbaycan	6.20
74	Gürcüstan	5.79
75	Erm HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/armenia"ə HYPERLINK "https://gtmarket.ru/countries/armenia"nistan	5.76
79	Ukrayna	5.62
95	Özbəkistan	4.90

Mənbə. https://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info

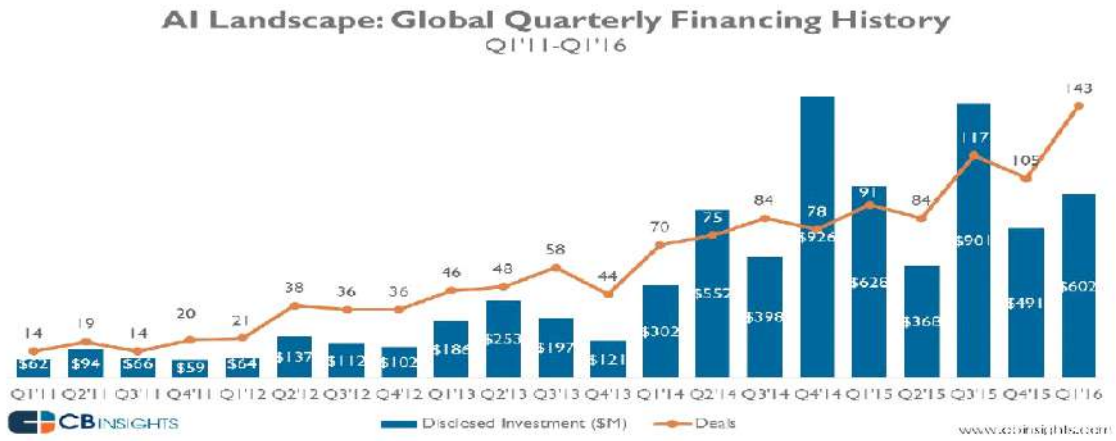
Cədvəldən göründüyü kimi Respublikamız bəzi post-sovet ölkələrindən aşağı pillələrdə yer alsa da, Zaqafqaziya regionu üzrə liderdir.

Bu gün maliyyə sektorundakı neqativ halların aradan qaldırılması məsələsi də xüsusilə aktualdır, çünki hər hansı bir milli iqtisadi sistemin inkişafını təyin edən ən vacib amillərdən biri olan bankların etibarlılığıdır. Bununla birlikdə, bank sektorundakı problemlər Azərbaycanda işgüzar mühiti narahat etməyə davam edir. Hüquq-mühafizə orqanlarının rəsmi statistikasına görə, hər il iqtisadi xarakterli cinayətlər edənlərin 40%-ə qədərdir. Belə bir şəraitdə, iqtisadi təhlükəsizlik sahəsində bir sıra tədbirlər görülmədən bank sektorunun səmərəli işi mümkün deyil. Bununla əlaqədar olaraq, iqtisadi təhlükəsizlik səviyyəsini yüksəltmək üçün maliyyə bazarlarının, xüsusən rəqəmsal bankçılıqın təşkili və fəaliyyətinin müasir üsullarını öyrənməyə obyektiv ehtiyac var ki, bu da araşdırmamızın mövzusuna səbəb oldu. İşimizin əsas məqsədi maliyyə sektorunda innovativ texnologiyaların tətbiqi təcrübəsini təhlil etmək, eləcə də cəmiyyətin rəqəmsal çevrilməsi şəraitində iqtisadi təhlükəsizlik səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün prinsip və tövsiyələrin hazırlanmasıdır. Tədqiqatımızın əsas anlayışları "kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi" və "rəqəmsal bankçılıq" dır. Tərifləri hər birini daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi, bankı həm daxildən, həm də xaricdən hər hansı bir mənfi təsirlərdən qorumaq üçün hazırlanmış təşkilati, hüquqi, proqram və aparat və təhlükəsizlik tədbirləri, metod və vasitələr kompleksidir. Fikrimizcə, müasir bir kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizlik sisteminin əsas problemləri İT infrastrukturunun təmin edilməsi və qorunması, məlumatın bütövlüyü

və məxfiliyinin qorunması və saxtakarlığa qarşı mübarizədir. (Gordon, R and Mulligan, P., (2016), "The impact of information technology on customer and supplier relationships in the financial services", International Journal of Services Industry Management, Vol. 12, No. 2, pp. 37.). Təhlilçilərə görə, saxta bankirlərin cinayətkar əməlləri nəticəsində bankların 80% -i lisenziyalarından məhrum olmuş və dünyanın bir çox banklarına son virus hücumlarını xatırlatmaq olar. Bəzi banklar hətta filiallarının işlərini bir müddət dayandırmaq məcburiyyətində qaldı. Buna görə, bu gün bir təşkilat üçün etibarlı bir iqtisadi təhlükəsizlik sistemi yaratmaq üçün rəqəmsal sabitlik, yaxşı işlənmiş və yaxşı qurulmuş bir rəqəmsal bank sistemi kimi vacib olan bir çox hardware və proqram təminatıdır. "Rəqəmsal bankçılıq" anlayışı artıq müasir maliyyəçilərin lüğət bazasına möhkəm daxil olmuşdur. Başqa bir konsepsiya onunla çox sıx əlaqəlidir - "süni intellekt". Üstəlik, bəzi tədqiqatçılar ümumiyyətlə onları tanımağa meyllidirlər. Fikrimizcə, "rəqəmsal bankçılıq" daha dar bir kateqoriyadır. Süni intellekt texnologiyalarına bu gün böyük tələbat var, məsələn, süni intellektlə məşğul olan startapların maliyyələşdirmə həcmi son illərdə demək olar ki, 10 dəfə artaraq 1,5 milyard dollara çatmışdır.

Qrafik 1. Süni intellektlə məşğul olan startapların maliyyələşdirilməsi üçün edilən əməliyyatların sayı.



mənbə http://www.businessinsider.com/investors-are-backing-more-ai-startups-than-ever-before

Rəqəmsal bankçılıq sahəsindəki müasir inkişafları təhlil edərək, kredit təşkilatlarının iqtisadi təhlükəsizliyinin yaxşılaşdırılmasının aşağıdakı sahələrini müəyyən edə bilərik:

- çirkli pulların yuyulmasının qarşısının alınması proseslərinin avtomatlaşdırılması;

- virtual işçilər tərəfindən təhlükəsizlik tələblərinə əməl olunmasının tənzimlənməsi;

- idarəetmə problemlərinin həllində chat botlarından istifadə;

- bankomatlara quraşdırılmış kompüter görmə sistemlərinin istifadəsi;

- Müştərilərin etibarlılıq dərəcəsini avtomatik müəyyənləşdirmək üçün texnologiyaların tətbiqi.

Şübhəsiz ki, bank xidmətləri bu gün insanın rəqəmsal həyatının demək olar ki, bütün sahələrində mövcuddur: mobil qurğular, sosial şəbəkələr, elektron ödənişlər və köçürmələr, onlayn əşyalar, nağd əmanətlər və s. Bankla müştərilərin qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmləri tamamilə fərqli bir forma alır - interaktiv, rəqəmsal düşüncə formalaşdı. Millennial Disruption Index hesabatı bunu təsdiqləyir:

- Rəyi soruşulanların 68% -i 5 ildən sonra pula çıxışın tamamilə fərqli olacağını söylədi;

- Rəyi soruşulanların 33% -i hesab edir ki, 5 il ərzində banka müraciət etmək lazım olmayacaq;

- 70% -i mal və xidmətlərə görə ödəmə metodunun 5 ildən sonra tamamilə dəyişəcəyini söyləyir;

- Demək olar ki, 50% -i bankın iş prinsipinin kökündən dəyişəcəyini düşünür.

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən rəqəmsal bankçılığa aşağıdakı tərif verilə bilər. Rəqəmsal bankçılıq, istifadəçilər üçün rahat bir interfeys, bütün bank məhsullarının onlayn olaraq mövcudluğunu təmin edən bir proqramdır. Respublikamızda hal hazırda fəaliyyətdə olan bankların demək olar ki hamısı onlayn bankçılıq sisteminə qoşulmuş, qismən rəqəmsal bankçılıq sisteminə keçmişdir.

Nəticə

Beləliklə, fikrimizcə, indiki mərhələdəki bank sektorunun əsas inkişaf istiqaməti rəqəmsal bankçılığın vahid konsepsiyasının formalaşmasıdır. Aşağıdakı təşkilati mərhələləri ayırırıq:

1. Rəqəmsal qarşılıqlı əlaqə kanallarının yaradılması (İnternet bankçılıq, mobil bankçılıq).

2. Rəqəmsal məhsulların geniş yayılması (daxilolma şifrələrini onlayn rejimdə əldə etmək, elektron formada məlumatlar).

3. Bütün operatorların tam rəqəmsallaşdırılması

4. Süni intellektin istifadəsinə əsaslanan müştəri mərkəzli bir modelin qurulması.

Bu addımların həyata keçirilməsi bankların onlayn şirkətlərə çevrilməsi ilə nəticələnə bilər və rəqəmsal bankçılıq konsepsiyası müştəri davranışının yeni bir formasının, məsələn, yeni ödəniş metodunun ortaya çıxmasına səbəb ola bilər.

Bank işində yuxarıda göstərilən yeniliklər kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizlik sistemindəki hədəflərə yenidən baxılmasını müəyyən edir. Rəqəmsal bankçılıq kontekstində iqtisadi təhlükəsizliyin səviyyəsini yüksəltmək üçün, fikrimizcə, zəruridir:

1. Sistemli məktəbəqədər təhsil və proqram təminatı istehsalını həyata keçirmək.

2. Mərkəzləşdirilmiş məlumat bazası yaradılması.

3. Kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi sisteminin qurulması üçün qanunvericilik və tənzimləmə bazasının təkmilləşdirilməsi.

İqtisadiyyatın inkişafı həmişə yeni texnologiyaların tətbiqi üzərində qurulmuşdur, müasir texnoloji inqilab şəraitində bank sektoru ön planda olmuşdur. Mütəxəssislərinin fikrincə, 2017-ci ildə əsas kapital mənbəyi olacaq bank sektorudur. Bank sektoru mənfəətinin 1 trilyon rubldan çox olacağı proqnozlaşdırılır. Buna görə, maliyyə itkilərinin qarşısını almaq üçün rəqəmsal bankçılıq kontekstində kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyinin effektiv sisteminin qurulmasına diqqət yetirmək son dərəcə vacibdir.

Tədqiqatımızın nəticələrini aşağıdakı əsas məqamlar şəklində tərtib edirik:

1. Kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizliyi səviyyəsinin yüksəldilməsi rəqəmsal iqtisadiyyata keçiddə əsas vəzifədir.

2. Rəqəmsal bankçılıq bankın iqtisadi təhlükəsizlik sisteminin vacib hissəsinə çevrilir.

3. Rəqəmsal bankçılıq, bank sektorunda qabaqcıl texnologiyalar və yenilikləri tətbiq edən, qabaqcıl analitikanın, müxtəlif səviyyəli kredit təşkilatları arasında tərəfdaşlığın istifadəsini təmin edən, pərakəndə bank xidmətlərinin çevrilməsini asanlaşdıran maliyyə sektorunun inkişaf istiqamətidir.

Tədqiqatın əsas nəticələri aşağıdakı tezislər şəklində tərtib edilə bilər:

- kredit təşkilatının iqtisadi təhlükəsizlik səviyyəsinin yüksəldilməsi rəqəmsal iqtisadiyyata keçiddə əsas vəzifədir;
- rəqəmsal bankçılıq bankın iqtisadi təhlükəsizlik sisteminin zəruri hissəsinə çevrilir;
- rəqəmsal bankçılıq pərakəndə bank xidmətlərinin çevrilməsini asanlaşdıran, qabaqcıl analitikanın, müxtəlif səviyyəli kredit təşkilatları arasında tərəfdaşlığın təmin edilməsini təmin edən, bank sektoruna qabaqcıl texnologiyalar və yenilikləri tətbiq edən maliyyə sektorunun inkişaf istiqaməti. Nəticələr "rəqəmsal bankçılıq" anlayışının təhlilinə həsr olunmuş nəzəri tədqiqatlarda, həmçinin rəqəmsal iqtisadiyyatda iqtisadi təhlükəsizlik sisteminin yaradılması ilə bağlı kredit təşkilatlarının fəaliyyətində tətbiq oluna bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Kitab: Marous, J. 2017 Retail banking trends and predictions. 2016. 92 p
2. Məqalə: Гонтарь, А.А., Сазонов, С.П. Экономические методы обеспечения информационной безопасности кредитной организации // Управление экономическими системами: электрон. науч. журнал. - 2016. - № 9. – С. 7.
3. İnternet resursu: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_banking
4. İnternet resursu: http://www.businessinsider.com
5. İnternet resursu: https://www.bcg.com/ru-ru/default.aspx
6. İnternet resursu: http://www.avoka.com/blog/2016-millennial-banking-trends
7. İnternet resursu:https://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info
8. http://www.businessinsider.com/investors-are-backing-more-ai-startups-than-ever-before

İnflyasiyanin Hədəflənməsi Rejiminə Keçid İmkanları, İkin Şərtləri

Xanım Şirinova

khanim.shirinova95@gmail.com

Xülasə

Məqaləmnin əsas məqsədini pul siyasətinin rejimlərinin xüsusiyyətlərinin, seçilməsinə təsir edən amillərin, inflyasiyanın müxtəlif dövlətlərdə və eləcə də ölkəmizdə yaranma səbəblərini, hədəflənməsi rejimlərini araşdırılması, ona qarşı mübarizə tədbirlərinin təhlili edilməsi, yeni pul siyasəti rejiminə keçidin zəruruliyinin tətqiqi təşkil edir. Qloballaşan müasir dünyada gedən mürəkkəb iqtisadi proseslər dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olunmuş Azərbaycan iqtisadiyyatına da müxtəlif kanallar vasitəsilə təsir göstərir. Son dövrlərdə dünya bazarlarında neftin qiymətinin son onilliyin ən aşağı səviyyəsinə düşməsi və bir sıra ölkələrdə valyuta ehtiyatlarının azalması valyuta bazarında xarici valyuta təklifinin azalmasında və tələbin artmasında özünü büruzə vermişdir. İnflyasiya hədəflənməsinin məqsədi makroiqtisadi inkişafın mürəkkəb proseslərini və tendensiyalarını statistik-qrafik model formasında əks etdirmək, müxtəlif ssenariləri araşdırmaq və model vasitəsilə qiymət sabitliyinin qorunmasını dəstəkləyən effektiv qərarların verilməsindən ibarətdir. Bütün bu məqsədlərə nail olmaq inflyasiya proseslərinin modelləşdirilməsinin zəruriliyini ortaya qoyur.Digər iqtisadi proseslərdən fərqli olaraq inflyasiya prosesləri aşağıdakı üç əsas xüsusiyyətə malikdir: Birincisi, inflyasiya prosesləri iqtisadi sistemin indikatoru kimi iqtisadi orqanizmin hərarətlənmə səviyyəsini xarakterizə edir. İkincisi, cəmiyyətin bütün fərdlərinin həyat səviyyəsinə və iqtisadi subyektlərin maliyyə vəziyyətinə bilavasitə təsir edir. Üçüncüsü, inflyasiya proseslərinin formalaşması yalnız iqtisadi sistem daxilində formalaşan proseslərdən deyil, həm də iqtisadi sistemdən kənar təsir amillərindən qaynaqlanır.İnflyasiya hədəflənməsi rejimlərinin öyrənilməsində ölkənin iqtisadi artımı, işsizlik, səviyyəsinin azaldılması, xarici ticarət əlaqələrində balanslaşdırılmış ticarət, real sektor və maliyyə siyasəti, iqtisadi davranışların iqtisadi institutlar səviyyəsində təkmil idarə olunması və iqtisadi gözləntilərin rasionallaşdınlması kimi iqtisadi məsələlər mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: İnflyasiya, Pul, Siyasəti

Giriş

Pul kütləsi və valyuta məzənnəsinin hədəflənməsinin nəzərdə tutulan stabilləşdirmə proqramları müvəffəqiyyətsizliyə uğradıqdan sonra inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə 1990-cı illərdə inflyasiyanın qiymət stabilliyi üçün hədəf alındığı yeni bir strategiya ortaya çıxmışdır. Bu baxımdan inflyasiya hədəfləməsi həm inkişaf etmiş ölkələr və həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən tətbiq edilmiş və nəticələrinin başarılı olması isbat olunmuş pul siyasəti rejimi olaraq xarakterizə edilir.

İnflyasiya hədəfləməsi rejiminin inflyasiyanı nəzarət altına almaq istəyən digər strategiyalardan fərqi ondan ibarətdir ki, bu rejimdə keçmiş və ya carı inflyasiya yerinə gələcək dövrlər üzrə inflyasiya səviyyəsinə əsaslanmasıdır. Gələcək dövr üçün Mərkəzi Bankın hədəf seçdiyi inflyasiya rəqəmi ilə ortaya çıxan inflyasiyanın faktiki rəqəmləri arasındakı fərq Mərkəzi Bankın müvəffəqiyyəti kimi qəbul edilir. Eyni zamanda bazarların gözlədiyi inflyasiya ilə faktiki inflyasiya arasında fərqin az olması bu siyasətə ictimaiyyət tərəfindən nə dərəcədə etibar edildiyini göstərir. Ümumiyyətlə, aşağıdakı cədvəldə pul kütləsi, valyuta məzənnəsi və inflyasiya hədəfləməsi rejimində bəzi əsas göstəricilərin müqayisəsi verilmişdir.

İnflyasiya hədəfləməsi rejimi şəffaflıq və hesabverilə bilirlik baxımından önəmli üstünlüyə malikdir. Bu həm də MərkəziBanklar üçün bir nəzarət mexanizmasını yaradır. Kənarlaşmaların böyük olmaması üçün MərkəziBank qeyd edilən hədəflərə çatmaq üçün lazım olan siyasət alətlərindən zamanında istifadə edir. Bu rejimi tətbiq edən ölkələr içərisində Yeni Zellandiyanın yanaşması daha kəskindir. Belə ki, bu ölkədə Mərkəzi Bank rəhbəri elan etdiyi hədəfi tutdurmadığı zaman vəzifəsindən uzaqlaşdırılır.Digər tərəfdən bu rejimin tətbiqi qeyri- müəyyənlikləri aradan qaldırır ki, bu da investisiya və yığım

qərarlarını asanlaşdırır.

İnflyasiya hədəfləməsi rejimi elastik, sistematik və rasional bir pul siyasəti rejimi olduğu üçün digərlərindən bir addım öndə hesab edilir. Bu rejimdə ilk əvvəllər inflyasiyanın aşağı salınması hədəf olaraq müəyyən edilsə də, zaman keçdikdən sonra real sektorun inkişafı istiqamətində addımların atılmasını özündə ehtiva edən elastikliyi ilə də diqqət mərkəzindədir.Eyni zamanda tələb şoklarının qarşısının alınmasında da inflyasiya hədəfləməsi rejiminin doğru pul siyasəti olması da artıq sübut olunmuşdur. Çünki inflyasiya hədəfləməsi rejimi pul siyasətinin tələb şoklarına qarşı cavab verməsinə imkan verməklə, inflyasiya artımına istiqamətlənmiş şoklara qarşı daraldıcı tədbir almaq imkanına sahibdir. Bunu həyata keçirmək üçün MərkəziBanklar faiz dərəcələrinin artırılması alətindən istifadə edirlər.

Metod

Materialların nəzəri hissəəsinin qiymətləndirilməsi zamanı müqayisəli təhlil, qrafik qruplaşdırma, analitik nəzəri metodlardan, ümumiləşdirmə, praktiki hissəsinin qiymətləndirilməsini isə iqtisadi-statistik təhlil, müqayisəli təhlil, qrafik tədqiqatlar, təşkil edir.

Analiz

İnflyasiya hədəflənməsi rejiminin mahiyyəti və tətbiqi mexanizmləri

Müasir dünyamızda inflyasiyanın xarakteri lokal səviyyədən qlobal səviyyəyə doğru öz istiqamətini dəyişmişdir və periodiklik iqtisadiyyatda xroniki hal almağa başlamışdır. Ümumiyyətlə inflyasiya proseslərinə hadisə kimi deyil, dinamik bir proses kimi yanaşılmalıdır.Qeyd edək ki, iqtisadiyyatda tələb və xərc inflyasiya prosesləri olmaqla iki qrup inflyasiya prosesi mövcuddur:Birinci qrup inflyasiya prosesləri elə dinamik proseslərdir ki, əmtəə təklifinə münasibətdə pul tələbini artırır və nəticədə pul tədavül qanunun pozulması baş verir.İkinci qrup inflyasiya prosesləri əmtəənin istehsalına çəkilən xərci artırmaqla əmtəə qiymətini artıran və nəticə etibarilə pul kütləsinin artmasını şərtləndirən faktorların nəticəsində formalaşır.İqtisadiyyatda bu iki qrup amillər bir-birinə qarşılıqlı təsir edərək əmtəə və xidmətlərin qiymətlərini artırmaqla inflyasiya proseslərini formalaşdırır. İqtisadiyyatın hərbiləşməsi, dövlət büdcəsinin kəsirli olması və daxili borcların artması, bankların kredit ekspansiyası, idxal inflyasiyası tələb inflyasiya proseslərini formalaşdıran əsas amillərdir .

Tələb inflyasiyası C.M.Keynsin nəzəriyyəsi ilə bağlıdır. Belə ki, Keynsə görə tam məşğulluq şəraitində olan iqtisadiyyatda məcmu tələbin artımı əmtəə bazarlarında əmtəələrə tələbin artmasına səbəb olmaqla nəticə etibarilə ümumi qiymət səviyyəsini artırmış olur.(Şanlı, B., 2016: s.96).

Xərc inflyasiya prosesi əsasən istehsalat xərclərinin artması nəticəsində qiymətlərin artmasını göstərir. Bu zaman məhsulun istehsalını sərf olunan xammal və materiallara və habelə işçilərə çəkilən əmək haqqı xərclərinin təsiri kimi yanaşılır.Xərc inflyasiyasını formalaşdıran qiymətdə liderlik, əmək məhsuldarlığının və latchnalın a/alımsı, məhsul vahidinə düşən əmək haqqı xərclərinin artması, enerji böhranı və.s kimi amillər vardır.Yanacaq enerji qiymətlərinin xüsusilə də xam neft qiymətlərinin bahalaşması məhsulun maya dəyərini artırır və nəticədə məhsulun qiymətlərinin artmasına səbəb olur. Qeyd edək ki, hər bir ölkənin yuxarıdakı faktorlara münasibətdə öz milli xüsusiyyətləri vardır.Lakin M.Fridman kimi monetarist iqtisadçılar isə dövlət və onun mərkəzi bankı dövriyyədə pul kütləsini artırmazsa, əmtəə və xidmətlərin dəyərində xərc inflyasiya proseslərini yuralrnayucağmı qeyd edirdilər. Başqa sözlə desək, pul kütləsi sabit qalarsa, əmtəə və xidmətlərə çəkilən xərclərdə azalma olacağını göstərirdilər. Monetar iqtisadçılar prosesi belə əsaslandırırdılar ki,

müvafiq vəziyyətdə məhsul və xidmətlərin həmin qiymətdə realizə olunması üçün dövriyyədə kifayət qədər puf kütləsi olmadığına görə qiymətlər aşağı düşməyə meyl edəcəkdir. Beləliklə, monetarist iqtisadçılar inflyasiya proseslərinin formalaşmasında prioritet kimi pul- kredit siyasətini önə çəkərək, iqtisadi hadisələrə dolayı olaraq təsir etdiyini göstərirdilər. (Mehmet A.D., 2018:s.51).

Beynəlxalq praktikada qiymətlərin artımından asılı olaraq inflyasiyanın mülayim, halopirik(sürətli) və hiperinflyasiya növləri vardır. Mülayim inflyasiyada qiymətlərin artım tempi təxminən 10%-ə qədər, sürətli inflyasiyada 10%-dən yuxan, hiperinflyasiyada isə qiymətlər dəfələrlə artır.Qiymət sabitliyinin təmin olunması məqsədilə iqtisadçılar tərəfindən bir sıra nəzəri fikirlər irəli sürülmüşdür. Bunların arasında tələb və təklifə münasibətdə hansının digərindən daha əvvəl olması məsələsinə gəlincə fikir ayrılıqları olsa da, onların əksəriyyəti qiymət sabitliyini əmtəə və pul bazarlarında tələb və təklifin tarazlığının təmin olunmasında görmüşlər.

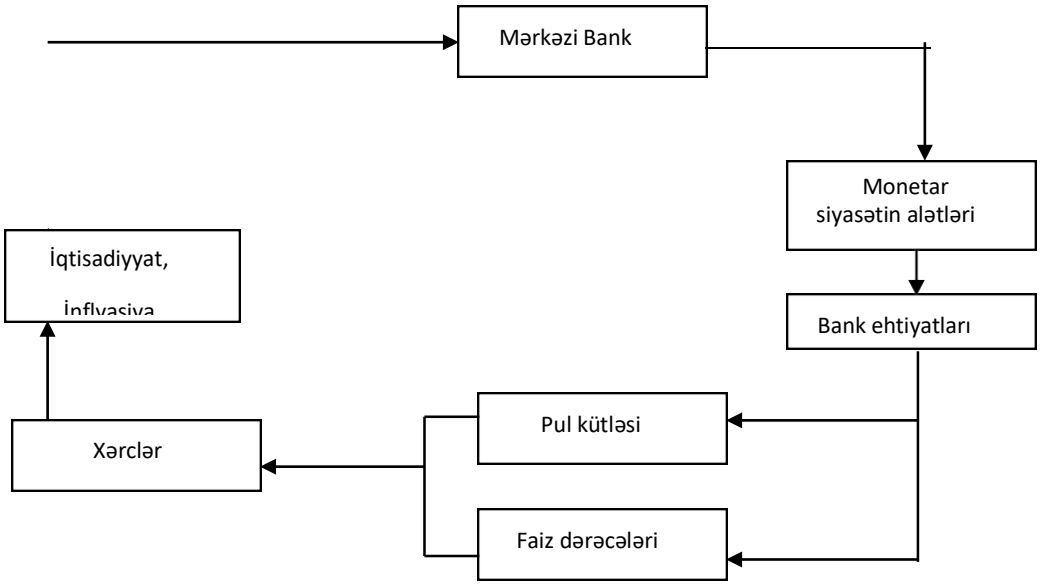
Pul dövriyyəsinin və nəticə etibarilə qiymətlərin sabitləşdirilməsi məqsədilə inflyasiya proseslərinin vəziyyətindən asılı olaraq pul islahatlarına və antiinflyasiya siyasətinə müraciət edilir. Pul islahatları əsasən nulifikasiya, revalvasiya, devalvasiya və denominasiya metodları vasitəsilə həyata keçirilir. Nulifikasiya dəyərsizləşən pul vahidinin ləğvi və yeni valyutanın dövriyyəyə daxil olmasıdır. Denominasiya isə pul vahidindəki "sıfırların azaldılması", yəni qiymət miqyasının gücləndirilməsini ifadə edir.

İnflyasiya proseslərinə qarşı həyata keçirilən antiinflyasiya siyasəti tədbirləri inflyasiya proseslərinin yumşaldılmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir Bu baxımdan tələb inflyasiyası və xərc inflyasiyası proseslərinə cavab olaraq deflyasiya siyasəti (yaxud tələbin tənzimlənməsi), gəlir siyasəti (xərclərin tənzimlənməsi) və istehsalın rəqabətli stimullaşdırılması kimi antiinflyasiya siyasətinin formaları vardır. (Şişli,E, 2010)

Deflyasiya siyasəti dövlət xərclərinin azaldılması, kreditlər üzrə faiz dərəcələrinin artırılması, vergilərin artırılması, pul kütləsinin məhdudlaşdırılması və s kimi tədbirləri özündə əks etdirir. Bu siyasətin təsir xüsusiyyətləri ilk növbədə iqtisadi artımı yavaşıdır və hətta bəzən iqisadi böhranları doğurur.Gəlir siyasəti isə qiymətlər və əmək haqqıların artımına həddlərin qoyulması vasitəsilə paralel nəzarəti əhatə edir. Sosial motivlər baxımından bu növ antiinflyasiya siyasəti çox az hallarda tətbiq olunur. Çünki, qiymətlərin artımının yavaşıması bəzi əmtəələrdə defisit yaradır.

Müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında Mərkəzi Bankların oynadığı rol nəzəri və praktik olaraq demək olar ki, müəyyən edilmişdir. Bununla əlaqədar qeyd etmək lazımdır ki, son dövrlərdə Mərkəzi Bankların iqtisadi inkişafda rolu əsasən qiymət stabilliyinin təmin edilməsi kimi göstərilir. Bu məqsəd demək olar ki, bütün Mərkəzi Banklar tərəfindən artıq fəaliyyət istiqaməti kimi qəbul edilmiş, eyni zamanda Mərkəzi Banklar haqqında qanunvericilikdə də təsbit edilmişdir. Bununla da Mərkəzi Bankların illər öncə üzərinə qoyulan və onlar tərəfindən müdaxilə edilə bilinməyən hədəflərin onların üzərindən qaldırıması prosesi başlanmışdır.

Sxem 1. Mərkəzi Bankın iqtisadiyyata və inflyasiya proseslərinə təsir mexanizmi



Mənbə: Şanlı, B. (2016), s.170

Ümumiyyətlə XX əsrin birinci yarısına (30- cu illərə qədər) qədər Dünya ölkələri üzrə inflyasiya problemi demək olar ki, olmamışdır.

İnflyasiya ciddi problem kimi qızıl standartının ləğvindən sonra gündəmə gəlməyə başlamışdır. Həmin illərdə ən böyük problem işsizlik və iqtisadi durğunluq olmuş və həyata keçirilən tədbirlər bu problemlərin həllinə yönəldilmişdir. Keçən əsrin 70-ci illərindən başlayaraq inflyasiya intensiv şəkildə dünya iqtisadiyyatına və milli iqtisadiyyatlara sarsıdıcı təsir göstərməyə başlamış və həmin dövlərdən başlayaraq həm iqtisadçı alimlər, həm də monetar orqanlar bu problemin qarşısının alınması istiqamətində araşdırmalar aparmağa başlamışlar. Bəzi ölkələr inflyasiyanı cilovlamaq üçün pul kütləsini hədəfləmə vasitəsi olaraq seçmiş və pul kütləsinin tənzimlənməsi vasitəsilə inflyasiyanın sabit səviyyədə saxlanılmasına çalışmışlar.Lakin ölkələrdə struktur dəyişikliklər, maliyyə liberalizasiyası həyata keçirilməsi pul kütləsinin hədəf olaraq seçilməsində müəyyən çətinliklər yaratmağa başlamışdır. Buna görə də keçən əsrin sonlarından başlayaraq bir çox ölkələr monetar siyasətin həyata keçirilməsində yeni alternativ siyasətlərin və hədəflərin axtarışına başlamışlar. Bu dövrdən sonra bir çox ölkələr valyuta kursunun hədəflənməsi strategiyasını seçmiş və digərləri isə yeni inflyasiya hədəfləməsi (inflation targeting) strategiyasını tətbiq etməyə başlamışlar.

Mərkəzi banklar monetar siyasət strategiyalarının müəyyən edilməsinin son məqsədə xidmət etməsi əsas götürülür. Qeyd etmək lazımdır ki, Mərkəzi Banklar bu son məqsədə çatmaq üçün müəyyən ara hədəflərdən istifadə edir. Məsələn fərz edək ki, Mərkəzi Banklar uzun müddət üçün genişləndirici pul siyasətinin həyata keçirilməsini planlamışdır. Bu durumda iqtisadi vahidlər də öz fəaliyyətlərini genişləndirici siyasətə uyğun olaraq quracaqlar (qiymətlər və əmək haqqların qaldırılması) və nəticə olaraq uzun müddətə iqtisadiyyat üçün yüksək inflyasiya və digər neqativ halların yaranmasına səbəb olmasına gətirib çıxaracaqdır .

Sxem 2. Pul kütləsinin artması və inflyasiyanın sxematik təsviri: Məcmu tələb əyrisi Filips əyrisi

Mənbə: Şanlı, B. (2016), s.178

Bu neqativ halların baş verməsinin qarşısını almaq üçün qərar verən orqanlar (Mərkəzi Bank və ya hökümət) pul siyasətinin aralıq alətinin seçilərək bu istiqamətdə addımların atılmasına üstünlük verirlər. Bu aralıq hədəfin (Türkcə-nominal çapa, İngliscə nominal anchor və .s) seçilməsi onun pul kütləsi, valyuta kursu və inflyasiyanın özünün olması arasında qərar verən orqanlar seçim edirlər. Lakin burada bir məsələ diqqətə alınmalıdır ki, qərarverici orqanların müəyyən etdiyi aralıq hədəfin seçilməsi əgər gələcək dövrlər üçün inflyasiyanın təxmin edilməsində və ya proqnozlaşdırılmasında yetərsizdirsə bu son məqsədə nail olmaqda çətinliklər yaradacaqdır. Qiymət stabilliyinin təmin edilməsi məqsədilə Mərkəzi Banklar müxtəlif alternativ ara hədəflər istifadə etmişlər. Bunlardan yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi pul kütləsinin hədəflənməsi, valyuta kursunun hədəflənməsi dünya üzrə daha çox istifadə edilən və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hələ də geniş çərçivədə istifadə edilən hədəflər kimi qeyd edə bilərik.

Svensson pul siyasətinin nəzəritexniki tətbiqində aralıq hədəfləri (pul kütləsi hədəfləməsi və valyuta məzənnəsi hədəfləməsini) məqsəd dəyişkənləri (iqtisadi artım və qiymət stabilliyi) üzərində qurulmuş hədəfləmə strategiyaları olaraq nominal ÜDM və inflyasiya hədəfləməsi şəklində iki qrupa ayırmışdır.

Aralıq hədəflər əvvəldə də qeyd edildiyi kimi iki mərhələli siyasət prosesinin birinci mərhələsi kimi qeyd edilməlidir və bu mərhələdə Mərkəzi Banklar aralıq bir dəyişkəni (hədəfi) seçərək son məqsədə çatmaq üçün ondan istifadə edir.Belə bir aralıq hədəfin istifadə edilməsinin lehinə əsas arqumentlər bu hədəflərə çatmanın sürətli və asan olmasıdır. Bunlardan ən çox istifadə edilən pul kütləsinin hədəflənməsi strategiyasına baxaq. Bu hədəfləmə rejiminin nəzəri əsasları M.Friedmannın sabit nisbətdə pul kütləsinin artırılması qaydasına söykənir. Monetaristlər, inflyasiyanın hər zaman və hər yerdə pul fenomeni olması ideyasından irəli gələrək gəlirlər və qiymətlər səviyyəsinin pul kütləsi tərəfindən müəyyən edildiyini və beləliklə pul kütləsinin hədəfləməsi rejimi vasitəsilə uzun müddət üçün nominal gəlir və inflyasiyanın kontrol edilə biləcəyini müdafiə etmişlər. Pul kütləsi hədəfləməsi rejiminə keçidə monetarist ideyaların təsirindən başqa 1970-ci illərdə dünya iqtisadiyyatında baş verən proseslər də təsir göstərmişdir. Bretton Woods sisteminin çöküşü neft qiymətlərinin artmasında sonra dünya ölkələrində yüksələn inflyasiya və eyni zamanda Keynsçi siyasətə inamın azalması yeni bir aralıq hədəfin müəyyən edilməsi zərurətini yaratmışdır. (Şanlı, B., 2016: s.99).

Ümumiyyətlə, keçən əsrin 90-cı illərindən başlayaraq bir çox Mərkəzi Banklar inflyasiya hədəfləməsi rejiminə keçmişlər. İnflyasiya hədəfləməsi Mərkəz Banklar tərəfindən inflyasiyanı müəyyən edilmiş rəqəm səviyyəsində tutmağa istiqamətlənmiş rejim kimi qeyd edə bilərik.

Cədvəl 1. Bəzi ölkələrin inflyasiya hədəfləməsinə keçidinin səbəbləri

Ölkələr	Əvvəlki aralıq hədəf	Ümumi olaraq makroiqtisadi vəziyyətin zəif olması	Valyuta kursunun qeyri sabitliyi	Inflyasiya gözləmələrinə istiqamətlənmiş hədəf arayışı	Avroya keçiş
İnkişaf etmiş ölkələr					
Avstraliya	Valyuta kursu	x		x	
İngiltərə	Valyuta kursu		X		
İsveç	Valyuta kursu		X		
İslandiya	Valyuta kursu				X
Kanada	Valyuta kursu			x	
Norveç	Valyuta kursu			x	
Yeni Zellandiya				x	
İnkişaf etməkdə olan ölkələr					
Braziliya	Valyuta kursu		X	x	
Çex. Resp.	Valyuta kursu-Pul təklifi		X		X
Filippin	Valyuta kursu-Pul təklifi			x	
Cənubi Afrika	Pul təklifi		X	x	
Cənubi Koreya	Pul təklifi		X	x	
İsrayl	Valyuta kursu			x	
Kolumbiya	Valyuta kursu	x	X	x	X
Macarstan	Valyuta kursu		X	x	
Meksika	Pul təklifi			x	
Peru	Pul təklifi		X	x	X
Polşa	Valyuta kursu				
Çili	Valyuta kursu	x		x	
Tayland	Pul təklifi	x		x	

Mənbə: Melike Alparslan-Pelin Ataman Erdönmez, (2010), s.35

İnflyasiya hədəfləməsi dedikdə, inflyasiyanın miqdar hədəflərinə çatmaq məqsədi üçün Mərkəzi bankın əməliyyat alətlərindən istifadə etməsi başa düşülür. İnflyasiya hədəfləməsinin əsas aşağıdakı 5 elementini qeyd etmək lazımdır:

Qiymət stabilliyi monetar siyasətin əsas məqsədi müəyyənləşdirilir.

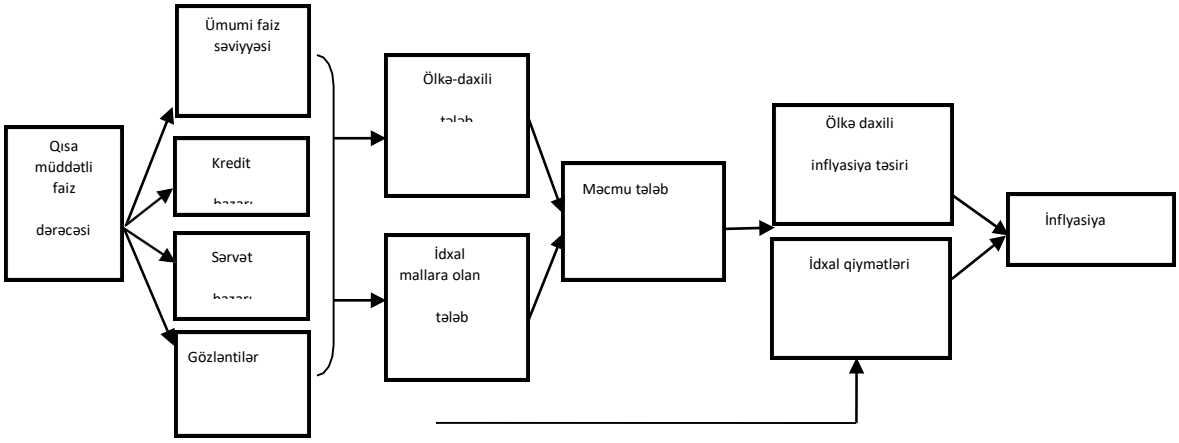
1) İnflyasiyanın miqdar hədəfləri ictimaiyyətə rəsmi olaraq elan olunur.

2) Monetar siyasət geniş spektrli informasiyaya və eyni zamanda inflyasiya proqnozuna əsaslanır;

3) Şəffaflıq;

4) Hesabatlılıq mexanizminin olması;(Gül, E., Eking, A. ve Gürbüz, A. A., 2016).

Sxem 3. Qısamüddətli faiz dərəcəsi vasitəsilə iqtisadi proseslərə təsir imkanları.



Mənbə: Gül, E., Eking, A. ve Gürbüz, A. A., (2016),s.102

Sxemdən də göründüyü kimi qısa müddətli faiz dərəcələri vasitəsilə Mərkəzi Bank kredit bazarına, aktivlər bazarına təsir etməklə, eyni zamanda ölkə üzrə ümumi faiz dərəcələrini nəzarətdə saxlayır və beləliklə də faiz dərəcələri üzrə iqtisadi vahidlərin gözləntilərini formalaşdırır. Bu isə ümumi olaraq həm ölkə daxili tələbə və eyni zamanda idxal mallarına olan tələbə təsir göstərərək məcmu tələbin formalaşmasına təsir edir. Məcmu tələbdə öz növbəsində inflyasiya proseslərini müəyyən edir.

Cədvəl 2. İnflyasiya hədəfləməsi, pul kütləsi hədəfləməsi və valyuta məzənnəsi hədəfləməsi rejimlərinin qarşılaşdırılması

	İnflyasiya səviyyəsindəki oynaqlıq	**Buraxılış fərqində oynaqlıq**	**Faiz dərəcələrində oynaqlıq**	**Real valyuta məzənnəsinin oynaqlığı**	**İtki funksiyasının standart kənarlaşması**
İnflyasiya hədəfləməsi	1.6	1.8	0.8	5.1	6.7
Valyuta hədəfləməsi	2.7	3.2	8.5	2.9	53.8
Pul kütləsinin hədəfləməsi	2.0	2.1	0.7	5.9	8.8

Mənbə: "Inflation Targeting and the IMF", IMF, March (2016), s.47.

Cədvəl məlumatlarından göründüyü kimi bütün göstəricilərin volatilliyi (oynaqlığı) inflyasiya hədəfləməsi rejimində digər rejimlərə nisbətən aşağıdır. Bu rejimdə inflyasiya hədəfi müəyyən edildiyindən digər makroiqtisadi siyasətlər bunu əsas götürərək tərtib edilir.Müasir iqtisadi şəraitdə artıq mərkəzi banklar tərəfindən əvvəllər tətbiq edilən bəzi monetar siyasət qaydaları və hədəflər öz əhəmiyyətini itirməkdədir.

Nəticə

İnflyasiya hədəflənməsi rejiminin mahiyyəti və tətbiqi mexanizmlərini aşağıdakı aspektlərdə ümumiləşdirmək olar:

1.Müasir dövrdə qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatlar ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadi inkişafından müxtəlif formalarda təsirlənən iqtisadiyyatlara çevrilmişlər. Ölkələrarası xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı ölkələri iqtisadi, mədəni, siyasi və digər münasibətlərdə bir-birinə yaxınlaşdırmaqla yanaşı, həm də bu ölkələrin iqtisadiyyatlarında baş verən əlverişsiz dəyişmələrin ticari-iqtisadi kanallar vasitəsilə bir-birinə transmissiyasını da şərtləndirmişdir. Bu nöqteyi-nəzərdən Ölkələrarası qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrdən qaynaqlanan idxal inflyasiya proseslərinin milli iqtisadiyyata transmissiyası çərçivəsində öyrənilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

2.Milli iqtisadiyyatın sahələrarası əlaqələrinin inflyasiya proseslərinə transmisiyası çərçivəsində: qeyd etmək lazımdır ki, həm 2008-ci ildə baş vermiş dünya maliyyə böhranı və həm də 2014-cü ilin sonunda dünya bazarlarında neft qiymət şoku qeyri- neft sektorunun inkişafım və ölkədə sahələrarası mal, iş və xidmətlər axınının diversifikasıyasının vacibliyini ortaya qoymuşdur.

Əvvəlki iqtisadi böhranların təsirindən fərqli olaraq 2014-cü itin sonunda baş verən inflyasiya prosesləri bilavasitə dünya neft qiymətlərinin kəskin aşağı düşməsi, ixracda neft sektorun əhəmiyyətli paya malik olması, ixrac yönümlü qeyri-neft sektorunda diversifikasiya riskinin mövcud olması, daxili əmtəə bazarının tələbatının əsasən idxal hesabına təmin edilməsi məsələlərini daha da aktuallaşdırmışdır. Tədqiqat işində yanacaq enerji qiymətlərinin dəyişməsi ssenarisi üzrə ölkədə ümumi qiymət səviyyələrinə transmissiyası tədqiq olunmuşdur.

3.Maliyyə sektorunun maliyyə sabitliyi çərçivəsində: Azərbaycan manatının ABŞ dollarına qarşı devalvasiyası inflyasiya proseslərinin dinamikasında kəskin dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Maliyyə sektorunda maliyyə aktivlərini xarici valyutada yerləşdirən və xarici valyutada qısa mövqeyə malik maliyyə təşkilatlarında məzənnənin yenidən qiymətləndirməsi, habelə inflyasiya prosesləri nəticəsində inzibati və digər maliyyə xərclərinin artması nəticəsində təşkilatların maliyyə nəticələrinə əlverişsiz təsir etmişdir.

4.İnsanların sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması çərçivəsində: inflyasiya prosesləri cəmiyyətdə fərdlərinin sosial şəraitinə təsir etməklə yanaşı təsərrüfat subyektlərinin maliyyə vəziyyətinə və maliyyə nəticələrinə bilavasitə təsir edən iqtisadi proseslərdir. Bu nöqteyi nəzərdən əhalinin maddi rifahının yüksəldilməsi və biznes şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün inflyasiya proseslərinin modelləşdirilməsi vacibdir. Bu xüsusda inflyasiya proseslərini sürətləndirməyən işsizlik səviyyəsinin təyin olunması iqtisadi proseslərin sosial-iqtisadi inkişaf aspektindən mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

5.İnflyasiyanın hədəflənməsi rejiminin tətbiqinin ilkin şərtləri çərçivəsində: inflyasiyanın hədəflənməsi rejiminin tətbiqi bir sıra üstünlüklərə malikdir. İnflyasiya hədəflənməsi rejimi monetar, fiskal, real və xarici sektorda dayanıqlı inkişafın təmin olunmasını, istər ev təsərrüfatlarının istərsə də real sektorun inflyasiya gözləntilərinin daha rasional idarə olunması və inflyasiya gözləntilərinin azaldılmasının, məşğulluq sahəsində dövlət proqramlarının yerinə yetirilməsinin təmin olunmasını, inflyasiya gözləntilərinin aşağı olması nəticəsində iqtisadi aktivliyin yaranması nəticəsində vergi gəlirlərinin büdcəyə daxil olmasına nail olunmasının təmin olunması kimi bir sıra mühüm üstünlüklərə malikdir.Azərbaycanda inflyasiya hədəflənməsi rejiminin tətbiqi üçün monetar sektor üzrə inflyasiya proseslərinin diaqnostikası, inflyasiya proseslərinin ekonometrik model vasitəsilə təhlili və proqnozlaşdırmanın inkişaf etdirilməsini təmin etmək kimi zəruri şərtlər qarşıda əsas

məqsəd kimi durur.

6.Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı çərçivəsində: Hazırda ölkə və onun regionları çərçivəsində inflyasiya intensivliyi və inflyasiya tsikli xəritələri qurulur. Analitik nöqteyi-nəzərdən həmin iqtisadi xəritələrin tərtibi ərzaq, qeyri-ərzaq və xidmət mal qrupları üzrə genişləndirilmişdir. Müvafiq xəritələr inflyasiya proseslərinin tarazlıq vəziyyətinə istiqamətlənən nizamlama sürətlərini müəyyən etməklə ölkə və regionlar üzrə pul siyasətinin regional istiqamətlərinə dair diaqnostik iqtisadi məlumatlar verir.

7.Azərbaycanda inflyasiya səviyyəsi və inflyasiya qeyri-müəyyənliyi arasında əlaqə çərçivəsində: qeyd edək ki, inflyasiya prosesləri üzrə müsbət şokların mənfi şoklara nisbətən inflyasiya qeyri-müəyyənliyinə assimmetrik təsirlərinin tədqiqi və maliyyə informasiya assimetriyası baxımından dəyərləndirilməsi kommunikasiyanın daha da təkmilləşdirilməsi və inflyasiya qeyri-müəyyənliyinin daha da azaldılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyatlar

1. Gül, E., Eking, A. ve Gürbüz, A. A., (2016), “Enflasyonla Mücadelede Enflasyon Hedeflemesi”, Bursa: Ekin Yayınları –, 1-359
2. Mehmet A.D. (2018), “Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Genel çerçevesi” Ankara, TCMB sayı N (11): 34-56,
3. Melike Alparslan-Pelin Ataman Erdönmez, (2010) Enflasyon Hedeflemesi ve Ülke Uygulamaları, Bankacılar Dergisi, İstanbul, 2010, 35-36
4. Şiriner, İ., TurgaY, T., (2017), "Parasal İstikrarın Sağlanmasında Enflasyon Hedeflemesi Rejimi ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Etkinliği Sorunu" Finans Politik& Ekonomik Yorumlar Dergisi, Cilt:44, Sayı:509,68-80.
5. Şişli,E, (2010) “From Crawling Peg to Inflation Targeting”, Asian Development Bank Institute, ODTÜ IV. Uluslararası Ekonomi Kongresi, 1-689
6. “Inflation Targeting and the IMF”, IMF, March , (2016), 1-47.

Ali Təhsil müəssisələrinin maliyyələşdirilməsi və bu sahədə dövlət maliyyə nəzarətinin təşkili

Sürəyya Mustafayeva

sura.mustafayeva.97@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycanda təhsil sistemini əks etdirən göstəricilər sistemini sistemli şəkildə öyrənmək və təhlil etmək, təhsilin inkişafının maliyyələşdirilməsi metodlarını araşdırsı və bu sahədə dövlət maliyyə nəzarətinin təşkili istiqamətlərini müəyyən etməkdən ibarətdir. Təhsil sferasında dövlət maliyyə nəzarətinin funksional və struktur modernləşdirilməsi yolları, inkişafının strateji prioritetləri təkmilləşdirilməsi probleminin öyrənilməsi həmişə xarici və yerli iqtisadçı alimlərin diqqət mərkəzində olmuşdur. Azərbaycanda müasir təhsil sisteminin yaradılması hökumət qarşısında dayanan vacib məsələlərdəndir. Müasir təhsil sistemi özlüyündə bu sahəyə daha geniş spektrli yanaşma tələb edir. Yəni təhsil infrastrukturu, təhsil proqramı, təhsildə dövlət, xarici dövlətlərlə təhsil mübadiləsi kimi amillər bu sahənin inkişafını, təkmilləşdirilməsini təmin edəcək mühüm elementlərdir. Təhsil sektorunda əsas ağırlıq dövlətin üzərinə düşür. Hazırda dünyanın hər bir dövləti öz büdcəsindən təhsilə xərclər ayırır. Təhsil sahəsində mövcud problemləri aradan qaldırmaq, qabaqcıl ölkələrinin təcrübələrindən yararlanmaq üçün dövlətin təhsil sektorunda daim islahatlar aparması lazımdır.Azərbaycanda da orta təhsil məcburi və ödənişsizdir. Yəni bu sahənin xərcləri dövlət tərəfindən maliyyələşdirilir. Lakin həm ictimai vəsaitlərin xərclənməsindəki şəffaflığın təmin edilməsi və həm də təhsil sisteminin maliyyələşdirilməsində daha məqbul və qabaqcıl təcrübənin tətbiqi baxımından bu istiqamətdə islahatların aparılmasına ehtiyac duyulurdu. Azərbaycanda təhsil sisteminin mövcud inkişaf vəziyyətini araşdırmaq və təhsilin inkişafını əks etdirən göstəriciləri təhlil etməklə təhsilin maliyyə təminatında büdcənin rolunun sistemli qaydada tədqiqi elmi yenilik kimi qiymətləndirilə bilər. Dövlətin strateji vəzifələrindən biri kimi insan kapitalının formalaşmasına və təhsilin müasir tələblər səviyyəsində inkişafına dövlət büdcəsindən hər il böyük məbləğdə vəsait ayrılır və bu vəsaitin məqsədəuyğun, səmərəli istifadəsinin tədqiqi daim diqqət mərkəzində olmalıdır.

Açar sözlər: Təhsil, Maliyyə, Nəzarət

Metod

Tədqiqat işində iqtisadi-statistik, sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, normativ yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur.

Giriş

Məlumdur ki, istənilən dövlətin müvəffəqiyyətli gələcəyi bu ölkədə təhsilin səviyyəsi ilə təyin edilir. Dünya təcrübəsindən bilirik ki, təbii sərvətlərin münbitliyi ölkənin tərəqqisinin mühüm göstəricisi deyil, bu sərvətlərin cəmiyyətin təkanverici qüvvəsi hesab edilən insan kapitalı olmasını təmin etməkdir. Bu, müasir dövrdə təhsil sisteminin əsas vəzifəsi sayılır. Tarix də göstərir ki, ABŞ, Yaponiya, Cənubi Koreya kimi təkmilləşmiş ölkələr sahib olduqları maddi vəsaitlərdən adətən təhsil sisteminin formalaşdırdığı insan kapitalından böyük miqdarda gəlirlər qazanmışlar. Dünyada müşahidə edilən bütün bu meyillər ölkə daxilində ali təhsil sektorunda islahatların meyllərinin, ölkədaxili maraqları göstərməklə, qeyd edilən tendensiyalara uyğun müəyyən edilməsi zərurətini yaradır.Vurğulamalıyıq ki, dövlət başçımızın 2004-cü il sentyabr ayının 27-si verilən 128 N-li Fərmanı ilə təsdiq olunmuş “Neft və qaz gəlirlərinin idarə edilməsi üzrə uzunmüddətli strategiya”ya görə iqtisadiyyatın texnoloji bazasının inkişafına stimul verilməsi və “insan kapitalı”nın tərəqqisi, yüksəkixtisaslı kadrların hazırlanması neft gəlirlərindən istifadənin vacib istiqamətlərindən biri olaraq təyin edilmisdir. Bu istiqamətdə bəzi tədbirlər görülmüşdür. Dövlət başçısının 2007-ci il 16 aprel fərmanı ilə “2007-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikası gənclərinin başqa dövlətlərdə

təhsili üzrə Dövlət Proqramı" təsdiq olunmuşdur. (Əhmədov İ.N, İbadoğlu, Q.A 2018).

Müasir dövrdə 10 min azərbaycanlı bir xarici ölkələrin ali təhsil müəssisələrində təhsillərini müvəffəqiyyətlə davam etdirirlər. Onlardan 789 nəfəri dövlətlərarası sazişlərə, 773 nəfəri isə "2007-2018-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin xarici ölkələrdə təhsil almalarına dair Dövlət Proqramı"na əsasən dünyanın tanınmış universitetlərinə təhsil almağa göndərilmişdir. Onlardan 150 nəfəri artıq məzun olmuşdur. Dövlət Proqramı kontekstində 2018-cu ildə 1800 gənc dünyanın əksər ali məktəblərinə ayrı-ayrı ixtisaslar üzrə təhsil üçün göndərilmişdir. Nəticədə, məzunların bir çoxu humanitar ixtisaslarda təhsil almışlar.

Analiz

"Ölkədə son dövrlərdə qazanılan iqtisadi uğurlardan danışaraq təhsilə dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər haqqında bəzi statistik məlumatlara nəzər salaq.

Cədvəl 1: Dövlət büdcəsindən elmə çəkilən xərclər

	2014	2015	2016	2017	2018
Dövlət büdcəsindən elmə çəkilən xərclər, milyon manat	**117,0**	**124,2**	**113,2**	**110,2**	**109,8**
ümumi daxili məhsula nisbətən, faizlə	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
dövlət büdcəsinin xərclərinə nisbətən, faizlə	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/education/ (01.01.2019).

Cədvəldən də görüldüyü üzrə təhsil üçün çəkilən xərclərdə dalğalanmalar mövcuddur. Belə ki 2014-cü ildə 117 mlyn manat xərc çəkilmişkən 2016-ci ildə bu rəqəmdə azalma olaraq 113,2 mlyn manat olmuşdur. Bu azalma 2017və 2018-ci illərdə də davam edərək, 2017-ci ildə 110,2 mlyn manat, 2018-ci ildə isə 109,8 mlyn manat olmuşdur. Cədvəldə eyni zamanda bu xərclərin ÜDM-a və Dövlət Büdcəsinə nisbətləri də faizlə verilmişdir. ÜDM-a nisbətində bir dəyişmə mövcud deyildi və bütün illərdə 0,2 faiz olmuşdur. Ancaq Dövlət büdcəsinə nisbətində 2014-cü ildə 0,6 faiz ikən 2015-ci ildə 0,7 faiz olmuşdur və izləyən illərdə 0,6 faiz olduğu nəticədə görülməkdədir. Xarici ölkələrdə təhsil alan tələbələrin sayına nəzər salsaq aşağıdakı cədvəldə nəticələri görmək olar . Bu nəticələrə görə xaricdə təhsil alan tələbələrin ümumi sayında artışlar və azalmalar mövcuddur. 2012-2013-cü ildə ümumi tələbə sayı 2270 nəfər ikən, 2013-2014-cü illərdə 3035 nəfər, 2016-2017-ci illərdə 2197 nəfər və 2017-2018-ci illərdə isə 1800 nəfər olmuşdur.(https://www.stat.gov.az/source/education/).

Cədvəl 2: Xarici ölkələrin ali təhsil müəssisələrində dövlət xətti ilə təhsil alan Azərbaycan vətəndaşlarının sayı (tədris ilinin əvvəlinə, nəfər)

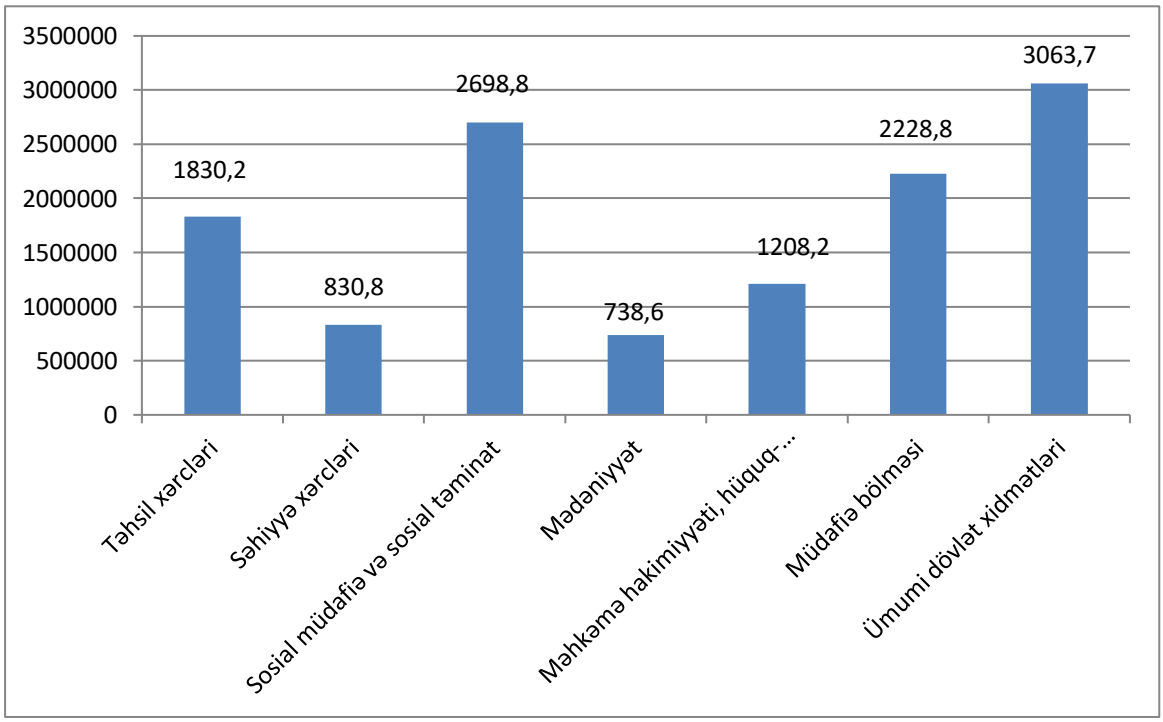
Ölkələrin adı	**2012/2013**	**2013/2014**	**2014/2015**	**2015/2016**	**2016/2017**	**2017/2018**
Cəmi	**2270**	**3035**	**2911**	**2998**	**2197**	**1800**
o cümlədən:						
MDB ölkələrində	**428**	**488**	**404**	**320**	**267**	**241**
Belarusda	48	60	60	36	32	22
Rusiyada	314	377	303	247	213	215
Ukraynada	66	51	41	37	22	4
Digər ölkələrdə	**1842**	**2547**	**2507**	**2678**	**1930**	**1559**
ABŞ-da	36	58	63	57	50	34
Almaniyada	278	351	325	316	240	188
Avstraliyada	20	53	61	72	63	43
Avstriyada	10	19	24	29	25	18
Böyük Britaniyada	267	499	570	621	411	289

Çexiyada	7	14	15	19	15	9
Çin Xalq Respublikasında	27	37	39	39	37	46
Fransada	43	44	53	54	53	25
İsveçrədə	41	68	86	82	58	42
İspaniyada	5	10	17	19	16	9
İtaliyada	7	24	33	37	29	19
Kanadada	129	179	189	195	151	137
Koreya Respublikasında	31	26	21	14	8	4
Litvada	8	17	16	14	10	8
Niderlandda	27	67	72	139	110	98
Türkiyədə	877	1024	866	907	603	569

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/education/ (01.01.2019).

Bütövlükdə götürüldükdə təhsil müəssisələrinin uğurlu fəaliyyəti onların fəaliyyətinin marketinq yanaşma əsasında idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsindən asılıdır. Bu idarəetmə fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyəti odur ki, əvvəlcə bazarın tələbi – istehlakçıları təhsil xidmətlərinə qarşı irəli sürdüyü tələblər öyrənilir, sonra onların ödənilməsi nöqteyi-nəzərindən müəssisələr tərəfindən marketinq proqramları tərtib edilir və həyata keçirilir.(Süleymanov E. 2016: s.56).

Diaqram 2.Təhsil xərclərinin dövlət büdcəsində xüsusi çəkisi və onun digər funksional istiqamətlərlə müqayisəsi (milyon manatla) (2019-cu il)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/education/ (01.01.2019).

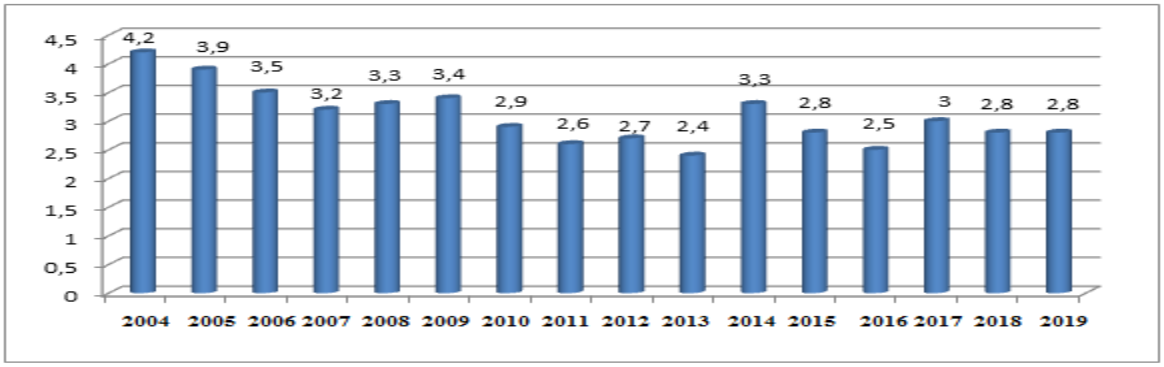
Son illər ərzində ölkənin maliyyə imkanlarının genişlənməsi sosial sferaya, əsasda, təhsil sahəsinə ayrılan vəsaitlərin həcminin artırılması üçün şərait yaradıb. Buna baxmayaraq, 2010-cu ildə təhsil sahəsinə ayrılan xərclərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 2.8% olmuşdur.

Anoloji göstərici Avropa ölkələrində 5-8% nisbətində dəyişir. Buna misal olaraq, Almaniyada təhsil xərclərinin ÜDM-dəki payı 2011-ci ildə 5.1%, Norveçdə isə 2009-cu ildə 7.3%-ə bərabər olub.

Baxmayaraq ki, saydığımız ölkələr də təhsil xərclərində dövlətin payı ölkəmizdəkindən təxminən iki dəfə azdır. Bu göstəriciyə görə Azərbaycan həmin il dünya ölkələri arasında 148-ci yeri tutmaq da idi. Daha bir diqqətimizə layiq nüans odur ki, ötən illərdə təhsil sahəsinin xərclərinin artım dinamikası ümumi iqtisadi inkişafın dinamikasına adekvat olmayıb. Bu tendensiya təqdim olunan cədvəldə öz əksini tapır..

Təsvir olunduğu kimi 2004-cu ildə təhsil sferasında xərclərinin ÜDM-də xüsusi dəyəri 4.2% olduğu halda bu göstərici 2018-2019-cu illər üçün 2.8% proqnozlaşdırılıb. 2013-cü ildə bu göstərici 2.4% olmaqla ən aşağı səviyyəyə düşüb. Amma, son illər ərzində təhsil sferasına ayrılan büdcə vəsaitləri nominal olaraq artmışdır. 2019-cu il üçün bu istiqamətdə nəzərdə tutulan büdcə xərcləri 2010-cu ilə nisbətdə təxmini 4.4% qədər artıb. İndiki vaxt da təhsil xərclərinin büdcə xərcləmələrindəki payı 8.0%- ni büdcənin sosial xərclərinin isə 31% təşkil etməkdədir.

Diaqram 3. Dövlət büdcəsinin təhsil xərclərinin ÜDM-də xüsusi çəkisi (%)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/education/ (01.01.2019)

Dövlətimizdə təhsil sferasının siyasətinin hazırlanıb və icra edilməsi təhsil proseslərinin təşkilinə ümumi metodoloji rəhbərlik Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin funksiyasına daxil olsada büdcədən təhsil sektoruna ayrılan vəsaitin tam hissəsi sırf bu nazirliyin sərəncamına keçmir. Və bu səbəbdən, heç də bütün təhsil müəssisələri Təhsil Nazirliyi qarşısında cavabdeh deyildir. Peşə-ixtisas yönümündə və təyinatından asılı olaraq bir sıra tədris müəssisələri, təşkilatları və ixtisasartırma kursları başqa nazirliklərin qarşısında cavabdehlik daşıyır. Buna misal gətirmək olar: Səhiyyə Nazirliyinin tabeliyində həkimləri təkmilləşdirmə inistutu, Orta Tibb İşçilərini Təkmillləşdirmə məktəbi, tibb məktəbləri, Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin tabeliyində ali məktəb, litsey və idman məktəbi, diğər nazirliklərin tabeliyində isə ixtisasartırma kursları fəaliyyət göstərir. Həmin müəssisələrə ayrılan vəsaitlər müvafiq nazirliklərin sərəncamına keçir. Bir sıra universitetlər muxtar statusa malik olduğundan onlara ayrılan vəsait dövlət büdcəsində ayrıca maddələrdə göstərilir və biləvasitə onların sərəcamına keçir.

Nəticə

İşin praktik əhəmiyyəti barəsində onu vurğulamaq olar ki, bu sahədə gələcəkdə araşdırma etmək istəyən şəxslər üçün faydalı məlumat bazası ola bilər. Eyni zamanda tədqiqat işində müraciət edilən mövzular üzrə universitetlərdə tədris zamanı lazım mənbə kimi istifadə edilə bilər.

Dövlətin sosial siyasətində təhsilin inkişafı ilə əlaqədar tədbirlər əsas yer tutur. Hal-hazırda respublikada təhsilin inkişafında böyük uğurlar əldə edilmişdir. Təhsilin maddi-texniki bazası

möhkəmləndirilmiş və təhsil sferasında islahatlar aparılmışdır. Müasir dövr təhsil sisteminin səviyyəsinin daha da yaxşılaşdırılmasını tələb edir.

1. Dövlət maliyyə nəzarətini həyata keçirən zaman, beynəlxalq qanunvericiliyə, o cümlədən, beynəlxalq nəzarət (audit) standartlarına uyğun gələn milli standartlar tətbiq edilir;

2. Hesablama Palatası nəzarət sistemində dövlət auditi sahəsində beynəlxalq yeniliklərin tətbiqi üçün audit təlimlərinin keçirilməsinə üstünlük verir;

3. Azərbaycanda maliyyə nəzarəti sistemində inkişaf etmiş ölkələrin dövlət auditi sahəsində işgüzar münasibətlərin dərinləşməsi prosesləri baş verir;

4. Azərbaycanda auditin aparılması prosesinin, yəni, dövlət maliyyə auditinin planlaşdırılması, keçirilməsi, yekunlaşdırılması və hesabatvermə mərhələlərinin daha da təkmilləşdirilməsi istiqamətində beynəlxalq ekspertlərlə təcrübə mübadiləsi aparılır.

Azərbaycanın sosial-iqtisadi quruculuğunda və iqtisadiyyatının idarəolunmasında baş verən köklü dəyişikliklər maliyyənin idarəedilməsinin ən vacib alətlərindən olan dövlət maliyyə nəzarəti sistemində radikal dəyişikliklərin aparılmasını zəruri edir.

Azərbaycanda təhsil sferasəndasəmərəli dövlət maliyyə nəzarəti sisteminin təşkilinə Azərbaycan iqtisadiyyatının gələcək inkişafının vacib amili kimi baxmaq lazımdır.Bu vəzifənin həlli, yəni səmərəli dövlət maliyyə nəzarəti sisteminin təşkili isə ölkədə bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsini tələb edir. Həmin tədbirlərə göstərmək olar:

1. dövlət maliyyə nəzarətinin vahid sisteminin yaradılması;

2. büdcə vəsaitinin istifadəsinin səmərəli auditinin təşkili üçün hüquqi və normativ bazanın yaradılması;

3. dövlətin maliyyə təhlükəsizliyinin qorunması sferasında dövlət maliyyə nəzarətinin rolunun artırılması;

4. maliyyə nəzarətinin nəzəri və metodoloji bazasının müasir dövrün tələbləri səviyyəsinə uyğunlaşdırılması;

5. nəzarət orqanlarının fəaliyyətinin normativ-hüquqi təminatının işlənilməsi;

6. dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının funksiyalarının və fəaliyyət sferalarının bölüşdürülməsində dəyişikliklərin aparılması;

7. Azərbaycanın ali qanunverici orqanı olan Milli Məclis tərəfindən

8. respublikada maliyyə nəzarətinin bütün növlərini və istiqamətlərini əhatə edən vahid ümumiləşdirilmiş standartlar sisteminin yaradılması;

9. Azərbaycan Respublikasının maliyyə təhlükəsizliyi sferasında dövlət maliyyə nəzarəti texnologiyalarının səivyyəsinin yüksəldilməsi yeni məlumat texnologiyalarından istifadəni zəruri edir.

Ədəbiyyatlar

1. Əlirzayev Ə.Q. (2010). Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Bakı, "Elm", -1-214
2. Əhmədov İ.N, İbadoğlu, Q.A (2018). Dövlət büdcəsinə nəzarət. Bakı, Ekspert, 1-123
3. Musayev S. İ. (2017). Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə nəzarətinin təsirinin artırılması istiqamətləri, (monoqrafiya) Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti. Bakı, 1-180
4. Əkbərova S. D. (2018). Müasir şəraitdə maliyyə nəzarətinin təkmiləşdirilməsi istiqamətləri, Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti. Bakı, - 1-167
5. Musayev S. İ. (2017). Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə nəzarətinin təsirinin artırılması istiqamətləri, (monoqrafiya) Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti. Bakı, 1-180
6. Zeynalov V. N; Bağırov D.A., Hacıyev S. H. (2015). Maliyyənin əsasları. Bakı, "Apostrof", 1-272
7. http://www.au.edu.az/upload-files/menu/ipekyolu/4_-_2015.pdf
8. https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625a3bd68a5c43b88521306d37_0.html
9. https://www.stat.gov.az/source/education/

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
UNEC

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ SAHƏSİNDƏ MAGİSTR VƏ DOKTORANTLARIN BEYNƏLXALQ ELMİ KONFRANSI
29 – 31 May 2020
BAKI / AZƏRBAYCAN

Müasir Dövrdə Beynəlxalq Kreditlərdən İstifadənin Perspektivləri

Aqşin Məmmədli

aqshin.mammadli@gmail.com

Xülasə

İnkişaf etməkdə olan ölkələr iqtisadi inkişaf və böyümə məqsədlərinə çatmaq üçün bir çox struktur problemləri həll etməlidirlər. Bu ölkələrin strukturunda əsas problemləri iqtisadiyyatda investision yetərsizlik və kəsir olmasıdır. Buna görə, bu ölkələr inkişaf və böyümə hədəflərinə çatmaq şərti ilə inkişaf etmiş ölkələrin səviyyəsinə çatmaq üçün xarici mənbələrdən lazımi maliyyələşməni əldə etməlidirlər. Xarici mənbələr əldə etmə üsulları, iqtisadiyyata təsiri və istifadəsi məqsədi və qaydası baxımından fərqlənə bilər. Xarici mənbələr ümumiyyətlə ölkələrə birbaşa xarici investisiya, portfel investisiyaları və xarici kreditlər şəklində gəlir. beynəlxalq kredit təşkilatları dünyanın İEOÖ-ə kreditləşməni təşkil etməklə onların iqtisadiyyatlarında mühüm yer tutur və ölkələrarası beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsində iştirak edir. Ayrılmış beynəlxalq kreditlərin ölkənin iqtisadi sferasında yönəldiyi istiqamətlər kreditin formasına və müddətinə görə dəyişə bilər. Beynəlxalq maliyyə yardımı kimi kreditləşməni həm digər xarici dövlətlər , həm də beynəlxalq maliyyə təşkilatları həyata keçirirlər. Burada əsas məqsəd kreditor olan tərəfin yatırım etdiyi kapitalı bütünlükdə geri alması və həmçinin kapitalın əvvəlcədən razılaşdırılmış qaydada müəyyən faizi qədər gəlir əldə etməsi, maliyyə yardımına ehtiyacı olan İEOÖ-in isə finans qaynaqlarına olan ehtiyacını qarşılamaqdır. Beynəlxalq kreditləşməni həyata keçirən beynəlxalq təşkilatlar Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) , Dünya Bankı (DB) , Dünya Yenidənqurma və İnkişaf Bankı (DYİB) kimi iri maliyyə təşkilatlarıdır. Azərbaycanın xarici borclarının əsasını bu qurumlara olan beynəlxalq kreditlər təşkil edir ki, bu da onun tədiyyə balansında əks olunduğundan gələcəkdə balansa necə təsir edəcəyini nəzəri olaraq müəyyənləşdirmək aktual məsələlərdəndir.

Açar sözlər : **Beynəlxalq Kredit, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Dünya Bankı, İnvestision Yetərsizlik**

Giriş

Beynəlxalq kreditlər XIV-XV əsrlərdə yaranmağa başlamışdır və dünya ticarətində, Yaxın və Orta Şərq, Amerika və Hindistanın inkişafından sonra xüsusi inkişaf əldə etdi. Beynəlxalq kreditin inkişafı istehsalın milli çərçivədən kənarda olması, ixtisaslaşması və əməkdaşlığı ilə əlaqələndirilir. Beynəlxalq kredit artımı beynəlxalq əmək bölgüsü və tərəqqi və elmin nailiyyətləri ilə əlaqələndirilir. Beynəlxalq kredit dəyər qanununun və digər iqtisadi qanunların tələblərinin həyata keçirilməsində mühüm rol oynayır. Daxili və xarici mənbələr hesabına ödəmə, təcili və ödəmə, təhlükəsizlik, hədəf xarakteri prinsipləri üzərində işləyir. (Красавина, 2016).

İqtisadi problemlərin səbəbləri və həlli tarixdəki ən qədim sivilizasiyalarla birlikdə müzakirə edilsə də, iqtisadiyyatdakı hadisələrin nizamlı və ardıcıl idarə olunması Merkantilist dövründən başlayır. Beynəlxalq kredit haqqında iqtisadi fikir ayrılıqları pul, maraq və xarici ticarət kimi mövzulara yeni fikirlər gətirən Merkantilistlərdən sonra davam etdi. İnkişaf etməkdə olan dünya iqtisadiyyatında müzakirə olunan mövzulardan biri, xarici maliyyələşdirmə, xüsusilə qloballaşma prosesinin başladığı 1970-ci illərdən bəri əhəmiyyət qazanmışdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kredit kapitalı bazarı iqtisadi fəaliyyətin bəzi sahələrindən müvəqqəti sərbəst maliyyə mənbələrini çıxararaq digərlərinə yönəldərək, xüsusən də daha çox qazanc əldə edən bir növ nasos rolunu oynayır. Müxtəlif sənayelərdə və ya bölgələrdə fərqli səviyyəyə yönəldilmiş kredit, əlavə maliyyə mənbələrində dinamik inkişaf edən kapital tətbiqi obyektlərinin ehtiyaclarını təmin etməklə iqtisadiyyatın kortəbii makro tənzimləyicisi rolunu oynayır. Lakin, bəzi hallarda bu funksiyanın praktik şəkildə həyata keçirilməsi, bazar quruluşundakı disbalansın

dərinləşməsinə kömək edə bilər. Bu, bazar iqtisadiyyatına keçid mərhələsində Azərbaycanda daha çox aydın olmuşdur.

Kreditin vacib mahiyyəti beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin inkişafında müşayiət olunmasıdır. İqtisadiyyatın ixrac sektorlarında kredit dövlətin xarici bazarlarda mövqeyini möhkəmləndirməyə kömək edir. İdxalçılara kredit vermək daxili bazarda malların tədarükünü artırır, artan ödəmə tələbatının ödənilməsinə kömək edir, ölkəyə qabaqcıl texnologiyalar və avadanlıqlar cəlb olunur. Kreditin köməyi ilə milli valyutanın sabitliyini qorumaq üçün zəruri olan müsbət ticarət balansı əldə edilir. Kredit həm də dövlətin və onun sakinlərinin siyasi və iqtisadi təsirlərini genişləndirmək üçün xarici iqtisadiyyata investisiya qoymaq üçün istifadə olunur. Beynəlxalq əlaqələrin inkişafında kreditin artan rolu dünya iqtisadiyyatının qloballaşması ilə əlaqədardır. Buna görə bu gün beynəlxalq kreditlərin verilməsi problemlərini və onların dünya iqtisadiyyatlarına təsirini öyrənmək vacibdir. (Bağırov və Həsənli, 2011) .

Qlobal kredit sisteminin subyektiv elementi ayrı-ayrı ölkələrdə, regional qurumlarda və beynəlxalq maliyyə qurumlarında iqtisadi siyasət və tənzimləmə ilə müəyyən edilir. Qlobal kredit sistemindəki münasibətlərin tənzimlənməsi, kredit sektorunda ortaya çıxan problemlərə reaksiya şəklində ən kəskindir. Məsələn, borcalanların aşağı kredit qabiliyyətindən qaynaqlanan bank böhranları borcalanların kredit qabiliyyətini və ödəmə qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün yeni bir qlobal metodologiyanın inkişafına səbəb olmuşdur. (Sadıqov, 2010)

Beynəlxalq kredit kapitalı, bir ölkənin kreditorundan digər bir ölkənin borcalanına köçürülmüş nağd və ya başqa formada ifadə olunan vəsaitləri təmsil edir. Beynəlxalq kredit kapitalı, beynəlxalq kredit münasibətlərindəki tərəflərin öhdəliklərinə vasitəçilik edir, bu da müxtəlif beynəlxalq kredit alətlərindən istifadə etməklə ifadə edilə bilər, məsələn, depozit sertifikatı, bir veksel , güzəştlər , ssuda kapitalı və s.

Beynəlxalq münasibətlərdə kredit münasibətlərinə nəzarət, tənzimləmə və nəzarət etmək üçün əsas milli orqan Mərkəzi Bankdır. Mərkəzi bankın kredit münasibətlərinin, o cümlədən beynəlxalq münasibətlərin tənzimlənməsi ilə əlaqəli ayrıca fəaliyyət sahəsi prudensial nəzarət adlanır. Prudensial idarəetmə qlobal kredit sisteminin subyektiv elementidir və Mərkəzi Bankın siyasətindən asılıdır və beynəlxalq bankçılığın lisenziyalaşdırılması, məcburi standartlar, əmanətlərin sığortalanması sistemi, hesabatların təhlili, beynəlxalq sahədə fəaliyyət göstərən kredit təşkilatlarının fəaliyyətinin yoxlanılması və yoxlanılması yolu ilə həyata keçirilir. Mərkəzi Bank kredit təşkilatlarının əməliyyat fəaliyyətinə müdaxilə etmədən bank sisteminin sabitliyini qorumağa, əmanətçilərin və kreditorların maraqlarını qorumağa çalışır. (Ataşov, 2016)

Dünyada bir çox beynəlxalq maliyyə kredit təşkilatları mövcuddur. Bu maliyyə təşkilatlarının domorları və təsisçiləri müxtəlif hökumətləri təmsil edən şəxslər, həmçinin dövlət strukturunu təmsil edən həm xüsusi , həm rəsmi şəxslər olduqda , bu cür təşkilatlar beynəlxalq maliyyə kredit rəşkilatlarına aid edilə bilir. BİMT-in bir çox hissəsi iqtisadi inkişaf xarakterli məsələlərin həlli, sabit mənfi saldonun aradan qaldırılması məqsədilə İEOÖ və keçid iqtisadiyyatlı ölkələrin iqtisadi inkişaf proqramlarını işləyib hazırlayır və yerinə yetirməkdə ölkələrə köməklik göstərirlər.

Həm beynəlxalq , həm də regional miqyasda fəaliyyət göstərən maliyyə kredit qurumlarının bir sıra ortaq məqsədləri vardır :

1. İqtisadi intervasiya, iş birliyi və beynəlxalq ticarəti inkişaf etdirmək;
2. İEOÖ-in iqtisadi inkişaf proqramını dəstəkləmək ;

3. Beynəlxalq mal əmtəə alış-verişində ödəniş və digər səbəblərə bağlı problemləri həll etməkdən ibarətdir.

Quruluşu və sərmayəsi iki və daha çox ölkənin iştirakı ilə və birdən çox ölkənin beynəlxalq kredit təminatını təşkil edən qurumlar beynəlxalq maliyyə təşkilatları adlanır. Müasir dövrdə fəaliyyət göstərən əsas beynəlxalq maliyyə təşkilatları "Bretton Vudds əkizləri " adlandırılan Beynəlxalq Valyuta Fondu və Dünya Bankı qrupudur . (Məmmədov, 2012)

Metod

Beynəlxalq kreditləşməni bir sıra beynəlxalq maliyyə təşkilatları yerinə yetirir. Bu banklar , beynəlxalq təşkilatlar arasında ilk yerləri citi Group, HSBC , Bank Deutshe bank təşkilatları tutur. Bu təşkilatların beynəlxalq kredit alətlərinin cəmi 30 trilyon dollardan artıqdır. Təşkilatların əsas məqsədləri maliyyə nazirliklərinə gəlirləri necə artırmaq barədə göstərişlər, məsləhət vermək, ölkənin maliyyə ilə bağlı qanun və idarəetmə çərçivələrini beynəlxalq standartlaşmaya uyğunlaşdırmağa kömək etməkdir. İEOÖ-də beynəlxalq kreditlərdən istifadənin perspektivinin araşdırılması üçün zəruri olan metodlar statistik təhlil, analiz və sintez, deduksiya və induksiya metodlarıdır.

İstənilən dövlətin beynəlxalq kredit borcunun vəziyyətinin təhlili "ümumi" planın parametrləri nəzərə alınmaqla başlayır: borcun ümumi məbləği, adambaşına düşən borc səviyyəsi, xalis borcun həcmi və s. Onların dinamikası, quruluşu, şərtləri, valyutası, maliyyə mənbələri müqayisə edilir. Sonra nisbi göstəricilər araşdırılır. Mütləq borc məbləğləri ölkənin iqtisadi inkişafının göstəriciləri ilə bağlıdır.

Məsələn, xarici borcun miqdarı ümumi daxili məhsulun həcmi, büdcə gəlirləri və ixrac həcmi ilə müqayisə edilir. Nəticə ixrac gəlirlərindən borcun ödənilməsində nə qədər istifadə oluna biləcəyini və ölkənin xarici borcu neçə il əvvəlcədən ödəyəcəyini göstərəcəkdir. Mühüm bir göstərici borc dərəcəsidir. Bu göstərici xarici borcların, xidmət üçün ödənişlərin (faiz ödənişi və borcun əsas məbləğinin qaytarılması) ixracın həcminə nisbəti kimi əldə edilir və valyuta daxilolmalarının müəyyən bir dövrdə ölkə iqtisadiyyatından nə qədər məxaric və nə qədər yığım, həm də istehlak üçün istifadə edilə biləcəyini göstərir. Bütün bu təhlillər statistik analiz metodunun tətbiqi ilə mümkündür.

Analiz

Beynəlxalq kreditin ölkələrin iqtisadi inkişafına necə təsir etdiyini müəyyənləşdirmək üçün bir sıra xüsusiyyətlərə diqqət yetirməliyik. Belə ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrin bir neçə beynəlxalq kreditləşmə xüsusiyyətləri vardır. Birincisi, bu İEOÖ-lər xaricdən olan resursların çox hissəsini əvəzsiz kreditlər və güzəştli subsidiyalar formasında alırlar. Bu kimi kredit yardımlarını almaq istəyən ölkələrin seçilməsi beynəlxalq kredit təşkilatları tərəfindən onların iqtisadi inkişaf səviyyəsi nəzərə alınmaqla həyata keçirilir. Yəni daha az inkişaf etmiş ölkələr daha çox maliyyə güzəştindən istifadə edir və əksinə, daha yüksək inkişaf etmiş ölkələr isə bu güzəştlərdən çox istifadə etmir. Bu güzəştli kreditlər Yeni Sənayeləşmiş Ölkələrə əsasən siyasi baxımdan və hərbi strateji motivlər əsasında ayrılır.

İkinci digər səbəbə nəzər yetirək. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə vahid kreditləşmə sistemi yoxdur və bu sistem ölkənin iqtisadi vəziyyəti və onun iqtisadi inkişafı , eyni zamanda aparıcı donor ölkələr, beynəlxalq maliyyə təşkilatları və maliyyə institutları ilə münasibətlərindən asılı olaraq beynəlxalq kreditləşmə mexanizmi formalaşır.

Üçüncüsü, inkişaf etməkdə olan ölkələr beynəlxalq kreditləri və güzəştli ssuda kapitallarını inkişaf etmiş ölkələrin donor kimi iştirak etdiyi beynəlxalq maliyyə təşkilatlarından alırlar və az hallarda olur ki, beynəlxalq kreditləşmə inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında iqtisadi əməkdaşlıq əsasında təşkil olunsun.

Dördüncüsü , müasir dövrdə universal kredit sistemi İEOÖ-in dünya təsərrüfatında inteqrasiya olunan vahid kredit sisteminə uyğunlaşdırılmışdır. İEOÖ-in İqtisadi Yardım Şurasına əvvəlcədən daxil olmuş dövlətlər ilə beynəlxalq kredit münasibətləri olduqca inkişaf etmişdir.

İEOÖ-in beynəlxalq kreditləşmə formaları İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatına (İƏİT) daxil olan ölkələrin İnkişafına Yardım Komitəsi (İYK) tərəfindən qəbul edilmiş sxem ilə müəyyən olunur. İYK inkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq kreditləşmə üzrə bütün lazımi statistik riyazi məlumatlarının toplanması və onların analizi və dərc edilməsi ilə məşğul olur.

Beynəlxalq kreditləşmə fəaliyyətində borc alan debtor tərəf kimi inkişaf etməkdə olan ölkələri 3 qrupa ayırırlar. Birinci qrup ən çoxsaylı qrup olmaqla (buraya 60 ölkə aid edilir) bu ölkələrin beynəlxalq kredit və subsidiyaları onların ölkə xaricindən ümumi cəlb etdikləri maliyyə resurslarının 2/3-dən az olmayan hissəsini təşkil edir. Bu ölkələr başlıc olaraq aşağı səviyyəli inkişaf etmiş ölkələrdir. İkinci qrupa isə nisbətən inkişaf etməkdə olan ölkələr aid edilir , bu qrupa təxminən 30-a yaxın ölkə daxildir və nu ölkələr 23-dən az olmayan xarici maliyyə resursları cəlb edirlər. Üçüncü aralıq qrupa isə ssuda kapitallarının ümumi dünya kredit bazarına daha çox müraciət edən ölkələr aid edilir , bu qrupa daxil olan ölkələrin sabit sayı yoxdur, belə ki, bəzi ölkələr cəlb etdikləri maliyyə resursları sayı və səbəbindən asılı olaraq bəzən ikinci qrupa aid edilə bilirlər.

Qeyd etdiyimiz kimi, beynəlxalq kredit inkişaf etməkdə olan ölkələrin maliyyə qaynaqlarına olan ehtiyacın qarşılanmasıdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə rast gəlinən problemlərdən biri yığım çatışmazlığıdır. Beynəlxalq kreditə olan ehtiyacın yaranma səbəblərini aşağıdakı formul vasitəsi ilə göstərə bilərik: S - I = X-M. Burada S - ölkə daxili yığımı, (I) - ölkə daxili investisiyaları, X - mal və xidmət ixracını, M - mal və xidmət idxalını göstərir. S<I-dən isə ölkə daxilində qoyulan investisiyaların miqdarının ölkə içindəki yığımlara nisbətən böyük olduğu başa düşülür. Bu vəziyyətdə investisiyaların beynəlxalq kredit hesabma saxlanaraq qarşılanınası məsələsi olacaqdır. Saxlanan beynəlxalq qaynaqlar idxalat çoxluğuna yönəldiləcəkdir. (Məmmədov, 2012).

Nəticə

Beynəlxalq kreditləşməni təşkil edən maliyyə qurumlarının kreditləşməni təşkil edərkən əsasən hansı üstünlüklərə diqqət yetirməsini nəzərdən keçirsək, kreditləşməni qəbul edən müvafiq ölkələr üçün beynəlxalq kreditlərdən istifadənin perspektivlərini müəyyən edə bilərik. Ümumilikdə isə beynəlxalq maliyyə qurumları ölkələrin qeyd olunan ehtiyatlarına diqqət yönəldilir: xarici valyuta və qızıldan ibarət olan , qızıl valyuta ehtiyatları , rəsmi ehtiyatlar, ehtiyat aktivləri ; bütün bunlar ölkənin mərkəzi bank və digər maliyyə orqanlarında DFV (ölkənin ehtiyatı kimi) saxlanılır. Bununla yanaşı BİMT-lər kredit reytinqi, bazar və analitik göstəricilərə də xüsusilə diqqət yetirirlər.

Nəticə olaraq , inkişaf etməkdə olan ölkələrə yönəlmiş özəl sektor portfel axınları son 10 ildə surətlə artmış və sözügedən ölkələrin iqtisadi inkişafa nail olması üçün ehtiyac hiss etdikləri maliyyə qaynaqlarını təşkil etmişdir. 2000-ci ildən etibarən beynəlxalq maliyyə kredit qurumları tərəfindən yönəldilən beynəlxalq sərmaye axınlarının 2/5 –si inkişaf etməkdə olan ölkələrə

yönəldilmişdir. Aparılan tədqiqat metodlarından məlum olduğu kimi, beynəlxalq kreditləşməni davamlı gəlirli sahələrə yönəldə bilməyən ölkələr borc böhranına məruz qalırlar və bu problemin həlli üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirirlər. Onlar həm ölkədaxili xərcləri azaldır, həmçinin borc yükünü real səviyyəyə endirmək üçün kreditor olan qurum və ölkələrlə razılığa gəlməyə çalışırlar.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr qrupu üçün beynəlxalq kreditləşmənin gələcəkdə bir sıra perspektivləri müəyyən olunur . Bununla da inkişaf etməkdə olan ölkələr öz iqtisadi inkişaf proqramlarını müvafiq bölmələr üzrə daha səmərəli şəkildə tənzimləyə bilirlər. Ümumilikdə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün beynəlxalq kreditləşmənin yaratdığı üstünlük və perspektivlər bunlardır :

1. Cari ödəmə balansının sabitləşdirilməsi və dövlət büdcəsinin müsbət artımı ;
2. Ticarət şərtləri – ixracın idxala nisbətlərinin birdən böyük qiymıt alması;
3. Valyuta kursu və valyutanın alıcılıq qabiliyyətinin paritetinin yüksəldilməsi;
4. Kapital həcminin axını və əks axını arasındakı yaranmış müsbət fərq ;
5. Borc ağırlığının azalan istiqamətdə hərəkəti ;
6. Faiz dərəcələri səviyyəsinin azaldılması və özəl kreditləşmənin digər şərtlərinin sahibkarlara müsbət töhvə verə biləcək şəkildə nizamlanması ;
7. Daxili əmanət və investisiyaların nisbəti, dünya qiymətlərinin milli ixrac və idxal məhsul və xidmətləri səviyyəsi və s.

Son olaraq qeyd etmək lazımdır ki, hər bir inkişaf etməkdə olan ölkə öz iqtisadi potensialından asılı olaaq dövlət və maliyyə təşkilatlarından istədiyi beynəlxalq kredit qədərini doğru müyyənləşdirməli və istifadə etməli, öz kredit reytinqi dərəcəsinin yüksək olmasına çalışmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Məmmədov Z.F (2012), “Beynəlxalq valyuta kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi”, 114-121.
2. Красавина Л.Н. (2005), “Международные валютно- кредитные и финансовые отношения”, 220-228
3. Семенов К.А. (1999), “Международные валютные и финансовые отношения”, 110-117.
4. Шеголева Н.Г. (2012) , “Валютные операции” , 124-129.
5. Рудий К.В. (2007), “Международные валютные, кредитные и финансовые отношения” М., «Новое знание», 66-71.
6. Иванова В.В., Б.И. Соколова Б.И. (2006) - “Деньги, кредит, банки: ТК Велби, изд-во Проспект”, 140-147.
7. Гусакова Н.П. (2008), “ Международные валютно-кредитные отношения” , 76-85.
8. Mishkin F.S. (2018), “The economics of money, banking and financial markets”, 32-38.

Azərbaycanda Dövlət Kreditinin Mövcud Vəziyyətinin Qiymətləndirilməsi və İdarəolunması Sistemində Nəzarət Mexanizmi

Tural Cavadli

cavadli33@gmail.com

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi ölkəmizdə dövlət kreditinin idarə olunması sistemində nəzarət mexanizminin qurulması və onların inkişaf yollarını, bu sahədə olan nöqsanların araşdırılması, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq daha çox inkişaf etmiş və ölkə reallığına uyğun sistemin formalaşdırılması üçün təkliflər irəli sürməkdir. Ölkə krediti fiskal mexanizmində spesifik mövqe saxlayır. Ölkə krediti öz xərcləmələtini fiskallaşdırmaqdan ötrü ölkə istiqamətindən insanların, təşkilat və qurumların daimi olmayan müstəqil pul resurslarının gətirilməsi üzrə kredit əlaqələrini anladır. Ölkə krediti tədiyyələrin icbari olmadan şəkildə ölkə xəzinadarlığına qarşılanmasına söykənir. Ölkə krediti onun bu tərz nümunəsidir ki, o vaxt borc götürən kimi ölkə və ya yerli dövlət qurumları iştirak edir. Kreditin özləri isə MB və ya fiskal kredit müəssisələri istiqamətindən həyata keçirilən ölkə istiqrazlarına dönüşür.Ölkə kreditlərinin idarə olunması yaranan vəsait çatışmazlığının ləğv edilməsi üçün maliyyə mənbəyinin üzə çıxarılmasından başlanılır. Vurğulamaq lazımdır ki, burada əsas məqam tələb edilən vəsaitin dəyərini müəyyənləşdirmək və onu uyğun ən ucuz maliyyə mənbəyini tapmaqdır.Dövlət kreditinin idarə olunmasında ikinci əsas vəzifə cəlb olunmuş vəsaitlərin əlverişli şəkildə istifadə etməkdir. Ona görə ki, bu şərt sözü gedən idarəetmə prosesinin təməlini birləşdirir. Ölkə kredit əlaqələrinin nəticəsi bununla əlaqədardır. Maliyyə sisteminin bir hissəsi olan dövlət krediti, məsələn, daxili və xarici kredit kimi elementlərdən ibarət məcmu kimi təmsil oluna bilər. Kreditin yaranmasının təməli əmtəə-pul əlaqələrindən ibarətdir. Buna əsasən, kredit əmtəə və pul şəklində özünü göstərə bilər. Bank, kommersiya, lizinq, ipoteka, istehlak, dövlət və beynəlxalq kreditləri vardır. Dövlət kreditinin kredit əlaqələrinə aid olunması bəzi maliyyəçilərdə şübhə oyadır. Bu maliyyəçilər dövlət kreditini maliyyə sistemi kimi gözdən keçirirlər

Açar sözlər: Dövlət, Kredit, Nəzarət, İpoteka

Giriş

Müvzunun önəmini artıran bir çox səbəblər vardır. Onlardan biri əhalinin mənzil olan tələbatları kreditlərdən istifadəsinə olan yüksək tələbini artırır. Əmlak bazarı, son 10 ildəki qiymət artımı və mövcud mənzil qiymətlərinin ölkənin real iş maraqlarını əks etdirməməsi səbəbiylə mənzil problemləri daha da artmışdır. Beləliklə, ölkədə yeni kredit və ipotekaların tətbiqi ictimai tələb halına gəlmişdir Bu səbəbdən də, həm qlobal miqyasda, həm də milli iqtisadiyyat çərçivəsində dövlət kreditlərinə nəzarət mexanizminin dərindən öyrənilməsinə ehtiyac yaranır. Dövlət kreditlərinin idarə edilməsi problemləri də müasir iqtisadi elmin aktual mövzularından birini təşkil etdiyindən onun məzmun və mahiyyətinin öyrənilməsi zərurəti artmışdır.(Gennaioli, N.A 2017).

Dövlət krediti, dövlətin maliyyə sisteminin müstəqil bir sahəsidir və bu məzmunda dövlət krediti, dövlətin mərkəzləşdirilmiş pul fondlarının formalaşmasına və istifadəsinə yardımçı olur. Dövlət krediti, maliyyə kateqoriyası kimi onun üç funksiyasını yerinə yetirir: paylama, tənzimləyici və nəzarət.(Musayev S. İ. , 2017: s.56).

Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, həmçinin qrafik-statistik, iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, metodloji tədqiqatlar üsullarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Dövlət kreditinin nəzəri əsasları

Yutkina T. F və Nevezhin V. P fikrincə, "Ölkə krediti — ölkə istiqamətindən tərəfindən təqdim edilir və bir qanun şəklində niyyətli əlamət kəsb edir (hər hansı tip çeşidin hazırlanmasının formalaşmasına, dəqiq iqtisadi tərəqqi niyyətlərindən ötrü). Qeyri-dövlət bank verilənlərilə nisbətdə Ölkə kreditləri güzəşt edilərək verilir, çox zamana, başqa-başqa vəziyyətlərdə, həmçinin faizi olmayanda da təqdim olunması mümkündür" (Yutkina T. F və Nevezhin V. P, 2015).

Ölkə krediti qeyri-dövlətlərdən bir balaca müqayisəlidir. Ona görə ki kreditin zaman axırında borc qarşılanmazsa təsir və ya məcburolunma kimi üsullar bir balaca güclü deyil. O vaxt yaranır ki, kredverən və ya da borcgötürən simasında ölkənin fərdi (sentral hakimiyyət və yerli) meydana çıxır. Borcgötürən kimi iştirak olunduqda ölkə büdcə xərcləmələrinin qarşılanması üçün borc pullar məntəqəsində şərtlərini qoymaqla büdcəyə artıq resurs gətirir. Yer üzü praktikasının nümayiş etdirdiyi kimi iç borclar ölkə xərcləmələrinin fiskallaşmasının vergilərdən sonra 2-ci mərkəzidir. Bərabər vaxtda defisitin bağlanması niyyətilə borc resurslarından təqdbiq edilmənin ölçüləri vəsaitlərin faydalı və ekon tədbiqi nöqteyi-diqqətdən limitlənir. Ona görə ki borcu hər hansı zamandan sonra geri ödəmək vacibdir.

Makarova L. B., Yakunin L. A öz tətqiqatlarında qeyd edir ki, "Dövlət krediti, qiymətli kağızların buraxılması yolu ilə əhaliyə və ya təşkilatlara paylandığı təqdirdə mərkəzləşdirilməmiş fondların bir hissəsi də ola bilər (Makarova L. B., Yakunin L. A , 2012).

Ölkə kreditinin özəyi ölkənin və yerli qurumların dövriyyədəki qiymətli kağızlarıdır. Ölkə krediti ölkə qiymətli kağızlarını, pul – məhsul yarışlarını və başqa istiqarazları qoymaq üsulu ilə gətirilir. Ölkə krediti bərabər vaxtda ölkənin kənar vəzifəsidir ki, o vəziyyətdə ölkə kənar ölkələrdən defisitini qarşılamaqdan ötrü kredit götürür.

İnderst, R və H.Müller qeyd edirdilər ki, dövlət kreditini verilməsi zamanı dövlət özü iştirak edir və daha çox məqsədyönlü olur (hər hansı bir məhsulun istehsal edilməsinə, dəqiq iqtisadi tərəqqi üçün). Kommersiya banklarının kreditləri ilə müqayisə edildikdə dövlətin kreditləri güzəştli olaraq, uzunmüddətli, müxtəlif situasiyalarda, faiz olmadan da təqdim olunar (İnderst, R və H.Müller, 2016: s.241).

Azərbaycan Respublikasında dövlət kreditinin müasir vəziyyətinin təhlili

1 yanvar 2019 da ölkə kreditləri sazişləri üzrə cəlb olunması nəzərdə tutulan məbləği 12195,1 milyon. dollar olmuşdur ki, o da 2020 də başlanğıcı ilə nisbətdə 102,2 milyon. dollar və yaxud 0,83% azdır.

Cədvəl 1. Dövlət krediti haqqında məlumat, milyon dollar ilə

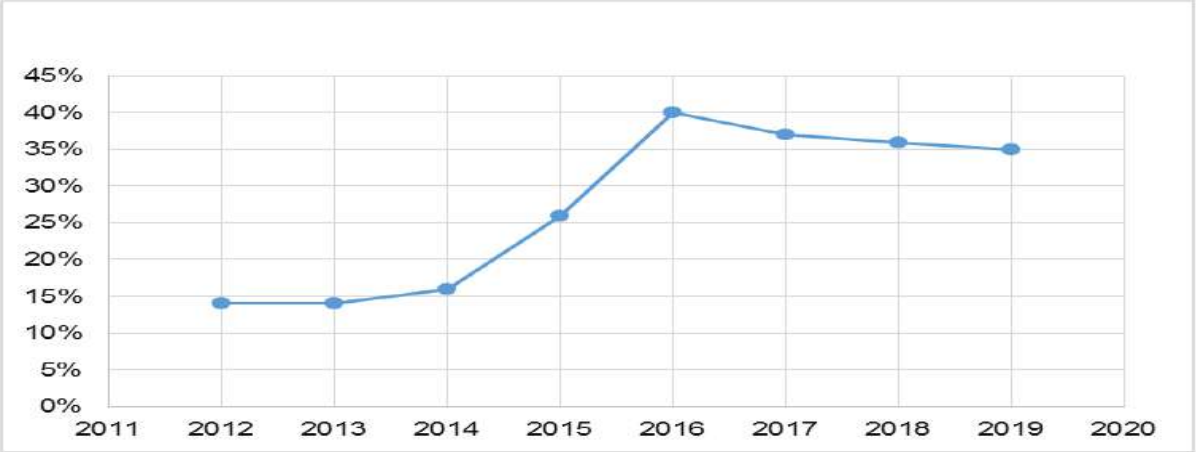
№	Növü	01.01.2020 -də				1 yanvar 2019-da olan göstəricilərlə fərq							
		Cəlb olunması nəzərdə tutulan	İstifadə olunmuş məbləğ	Əsas kredit ödənişi	Faktiki xarici kredit	Cəlb olunması nəzərdə tutulan		İstifadə olunmuş məbləğ		Əsas kredit ödənişi		Faktiki xarici kredit	
						məbləğ	%	məbləğ	%	məblə	%	məbləğ	%

										ğ			
1	Hökumət tərəfindən cəlb edilmiş kreditlər	12 195,1	10 772,9	2 663,5	8 109,4	-102,2	- 0,83%	- 53,0	0,49%	- 6,7	0,25%	- 46,2	-0,57%
2	Xarici dövlət krediti hesab edilən şərti öhdəliklər				810,6							39,1	5,07%
3	Cəmi	12 195,1	10 772,9	2 663,5	8 920,0	-102,2	- 0,83%	- 53,0	0,49%	- 6,7	0,25%	- 7,1	-0,08%

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY_pdf

01.01.2020-də imzalanmış sazişlər yarımıyla tədbiq edilmiş kreditlər üzrə Azərbaycan Respublikasının xarici dövlət kreditinin ümumi məbləği 8920,1 milyon. dollar olmuşdur ki, o 1 yanvar 2019-dakı ilə nisbətdə 7,1 mln dollar çoxdur.Xarici dövlət kreditinin tərkibi, əsasən, beynəlxalq investorların qiymətli kağızları (3157,9 milyon.dollar) və digər dünya fiskal- kredit qurumları üzrə kreditlərdən (5762,1 milyon.dollar) formalaşdırılmışdır. Bu kreditlər üzrə icraçılar isə, əsasən, bir sıra komitələr, agentliklər və ASC-lər müəyyən edilmişdir.2019-cu ili tarixinə imzalanmış sazişlər üzrə istifadə edilmiş kreditlərə görə xarici dövlət krediti 2019 üçün proqnozlaşdırılmış ÜDM-in 19,0% səviyyəsində gözlənilir, bir nəfərə aid kənar ölkə kreditinin həcmi isə 890,8 dollar təşkil etmişdir ki, o da hazırki müddətin əvvəlinə olan müvafiq göstərici ilə müqayisədə 0,47% azdır.Verilmiş informasiyaya uyğun, faktiki xarici kreditlərin 8109,5 milyon dollar hökumət tərəfindən cəlb edilmiş kreditlər təşkil edir.2020-nin bir iyulunda ölkənin kənar krediti 1346,1 milyon azn manat olmuşdur ki, o da hazırki müddətin başlanğıcı ilə nisbətdə 25,89 milyon.azn və ya 2 faiz artıqdır. Söyləmək vacibdir ki, iç ölkə krediti ölkə qiymətli kağızlarından (spesifik miqdarı 86 faiz), ölkə büdcəsindən yardım olunan niyyətli ölkə qiymətli kağızlarından (spesifik miqdarı 2 faiz) və iç ölkə krediti hesab olunan şərtlərdən (spesifik miqdarı 12 faiz) yaradılmışdır.

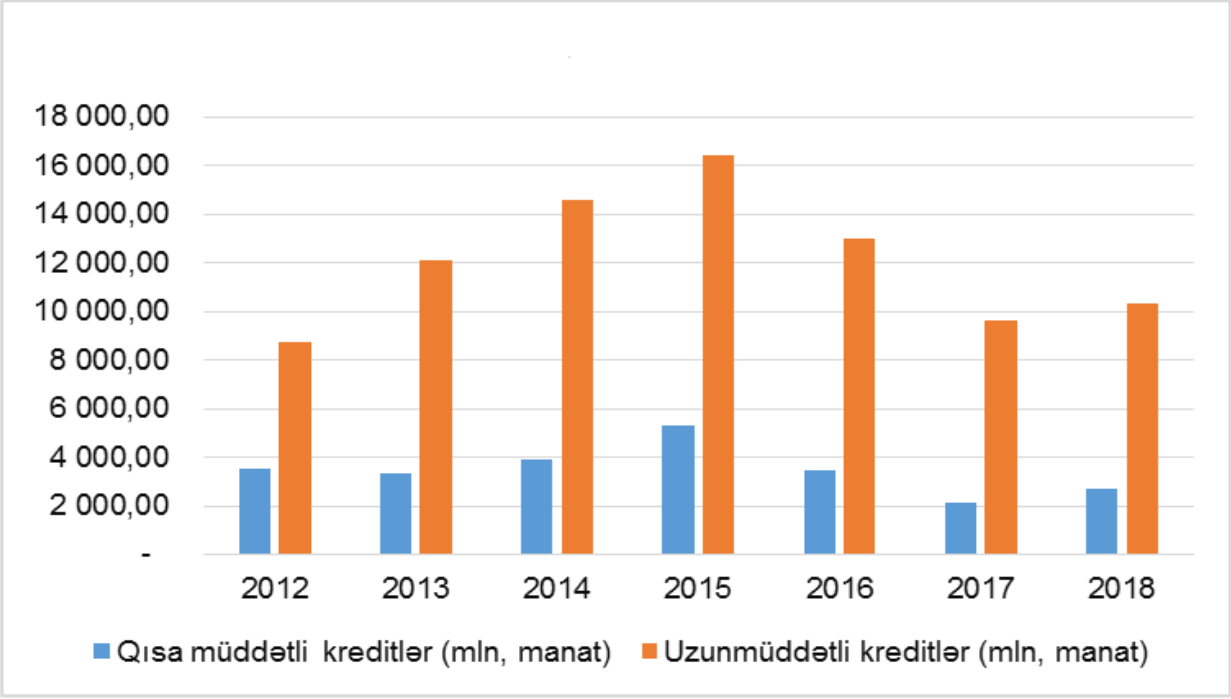
Diaqram 1. Dövlət kreditlərinin ÜDM-da payının dinamikası



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycan dövlət borcunun ÜDM-da ən çox payı 2016-cı ildə olub, bu da ki 40%-dir. Buna səbəb iqtisadi krizis olduğunu demək daha düzgün olar, çünki 2016-dən sonra dövlət borcunun ÜDM-da payı azalmışdır, 2014-dən 2015-ci ilə kimi çəkidə artım mövcuddur, bunu da devalvasiya ilə əlaqələndirə bilərik.

Diaqram 2. İqtisadiyyata pul qoyuluşlarının dinamikası (2012-2018-ci illər üzrə)



Mənbə: Müəllif tərəfindən https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019)

İqtisadiyyata pul qoyuluşları bağlanmış müqaviləyə uyğun olaraq qaytarılmaq, müəyyən müddətə (müddətin uzadılması hüququ ilə) və faizlər (komisyon haqqlar) ödənilmək şərti ilə, təminatla və ya təminatsız müəyyən məbləğdə borc verilən pul vəsaitidir.(Əkbərova S. D. 2018)

Statistika saytının məlumatlarına əsasən qrafikdən gördüyümüz kimi, iqtisadiyyata qoyulan pul qoyuluşlarının uzunmüddətli və qısamüddətli kreditlər üzrə ən çox olduğu il 2015-ci ildir. Bu cür ki, 2018-də qısamüddətli kreditlər üzrə 2 milyard 695 milyon manat, uzunmüddətli kreditlər üzrə isə

10 milyard 325 mln. azn təşkil etmişdir. 2017-ci ildən 2018-ci ilədək kredit qoyuluşları qısamüddətli kreditlər üzrə 593 milyon manat, uzunmüddətli kreditlər üzrə 669 milyon manat artmışdır. (https://www.stat.gov.az/)

Cədvəl 2. Daxili dövlət kreditləri haqqında məlumat

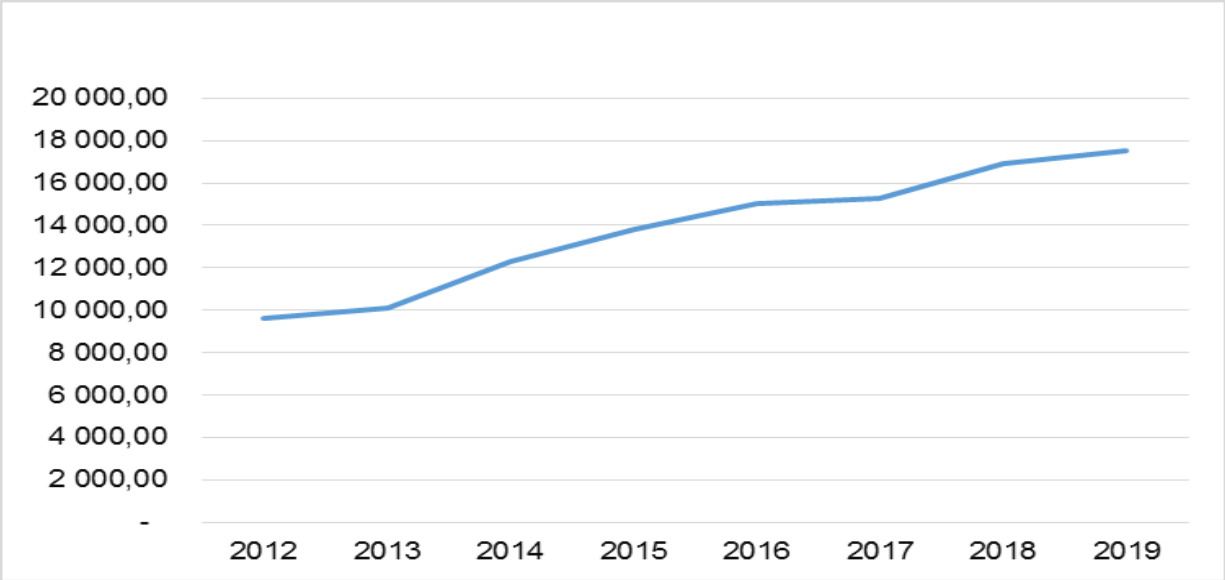
№	Kredit öhdəlikləri	01.01.20 tarixə	01.01.19 tarixinə olan göstəricilərlə fərq	
		mln. manat	mln. manat	%
1	Dövlət istiqraz vərəqələri üzrə kreditin ümumi məbləği	1157,2	96,53	9,1
2	Mərkəzləşdirilmiş kredit resursları üzrə Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının silinmiş əsas kredit məbləğində yerləşdirilmiş 60,8 milyon manat məbləğində qiymətli kağızların və ona hesablanmış faizlərin ödənilməsi üzrə	6,1	-6,12	-50,2
3	1992-1996-cı illərdə dövlət büdcəsi kəsirinin örtülməsi üçün Mərkəzi Bankdan istifadə edilmiş 69,04 milyon manat məbləğində mərkəzləşdirilmiş kredit resursunu qaytarmaq məqsədilə həmin məbləğdə yerləşdirilmiş qiymətli kağızların və ona hesablanmış faizlərin ödənilməsi üzrə	20,7	-6,92	-25,1
4	Daxili dövlət krediti sayılan şərti öhdəliklər	162,1	-57,60	-26,2
5	Cəmi:	1346,1	25,89	2,0

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY_pdf

Son nəticədə 01.01.2020-ci il tarixə dövlət istiqrazları üzrə kreditin ümumi məbləği 1291,8 mln. manat (o cümlədən 134,5 mln. manat faiz krediti) təşkil etmişdir. 2019-cu il üzrə geri qaytarılmış istiqrazlar üzrə ödənilmiş faiz və diskont məbləği isə 45,1 mln manat təşkil etmişdir.2019-cu il üzrə bir istiqrazın nominal dəyəri 100,0 manat olaraq dövlət qısamüddətli istiqrazların 3.000.000,0 ədəd ümumi məbləği 300.000.000,0 manat və dövlət ortamüddətli istiqrazların 4.000.000,0 ədəd ümumi məbləği 400.000.000,0 manat emissiyasını təsdiq edilmişdir.(sai.gov.az).

Milli Depozit Mərkəzinin məlumatına əsasən 2019-cu il üçün Maliyyə Nazirliyi tərəfindən yerləşdirilmiş dövlət istiqrazları üzrə daxilolmalar ümumilikdə 324,8 mln manat məbləğində, o cümlədən 140,0 mln manat Dövlət Qısamüddətli İstiqrazlardan (DQİ) və 184,8 mln manat məbləğində Dövlət Ortamüddətli İstiqrazlardan (DOİ) olmuşdur. Belə ki, Dövlət Qısamüddətli İstiqrazların manatla 100%-i (140,0 mln. manat) 12 aylıq müddətinə yerləşdirilmişdir. Dövlət Ortamüddətli İstiqrazların manatla (184,8 mln. manat) 54,24%-i (100,2 mln. manat) 24 aylıq və 45,76%-i (84,6 mln. manat) 36 aylıq müddətinə yerləşdirilmişdir. (sai.gov.az).

Diaqram 3. Daxili dövlət kreditlərinin artım dinamikası 2012-2019-cu illər üzrə



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Azərbaycan dövlət daxili kreditlərinə nəzər yetirsək xaricdən maliyyələşmə üçün cəlb edilən dövlət kreditləri ildən-ilə artır. Belə ki, 2012-ci ildən 2019-cu ilə kimi dövlət borcu 82% artaraq 16 milyard maantı keçib. 2018-ci ildən 2019-cu ilə kimi isə dövlət borcunda 3% artım mövcuddur. Devalvasiya dövründə dövlət 1 milyard 200 milyon manat artsa da, ən çox artımın 2013-2014 arasında olduğunu demək olar, belə ki həmin illər arasında dövlət borcu 22% artıb.

Daxili dövlət kreditlərin həcminin ilbəil artımı, xarici dövlət kreditləri tədricən azalması ilə müşayiət olunmasına baxmayaraq əlavə faiz xərclərinin artımına səbəb olur ki, bu da il ərzində əlavə kreditləşmənin həcmindən çoxdur.Digər tərəfdən, emissiya edilmiş dövlət istiqrazlarının investorlarına nəzər saldıqda dövlət istiqrazlarının təqribən 50%-i funksional fəaliyyət üçün Dövlət büdcəsindən vəsait alan təşkilatda və 1 holdinqdə cəmlənmişdir. Bütün bunlar isə öz növbəsində bazarda investor şəbəkəsinin məhdud olduğuna, yeni maliyyə alətlərinin olmamasına, təkrar bazarın tam formalaşmamasına deməyə əsas vermişdir. Başqa sözlə qiymətli kağızlar bazarının geniş investor şəbəkəsinə malik olmaması əvvəlki kreditlərin bağlanması məqsədilə həyata keçirilən yeni kreditləşmə prosesinin tədricən çətinləşməsinə və ya faiz artımına gətirib çıxara bilər.

Mərkəzi Bankın fəaliyyəti

Kredit qoyuluşunun artımı özəl bankların, xüsusilə də yerli kapitala malik özəl bankların hesabına baş verib. Dövlət mülkiyyətini təmsil edən Azərbaycan Beynəlxalq Bankı və Azər-Türk Bankın birgə kredit qoyuluşunun həcmi cari ilin yanvar-sentyabr aylarında 3% azalaraq 1916,2 milyon manatdan 1858,8 miyon manata düşüb. Bu müddətdə özəl bankların kreditləşməsi 6,6% artaraq 9421,4 milyon manatdan 10042,6 milyon manata çatıb. Artımın əsas dəstəkləyicisi yerli kapitala malik özəl banklar olub. Yerli bankların kredit qoyuluşu bu müddətdə 621,2 milyon manat, 100% xarici kapitallı bankların kredit qoyuluşu 25,9 milyon manat artıb, Kapitalında xarici kapitalın payı 100%-dən az olan digər özəl bankların kredit qoyuluşu isə 53 milyon manat azalıb.(www.cbar.az)

Diaqram 4. Kredit qoyuluşlarının sahələr üzrə dinamikası, milyon AZN

Mənbə: Müəllif tərəfindən https://www.cbar.az/ (01.01.2019)

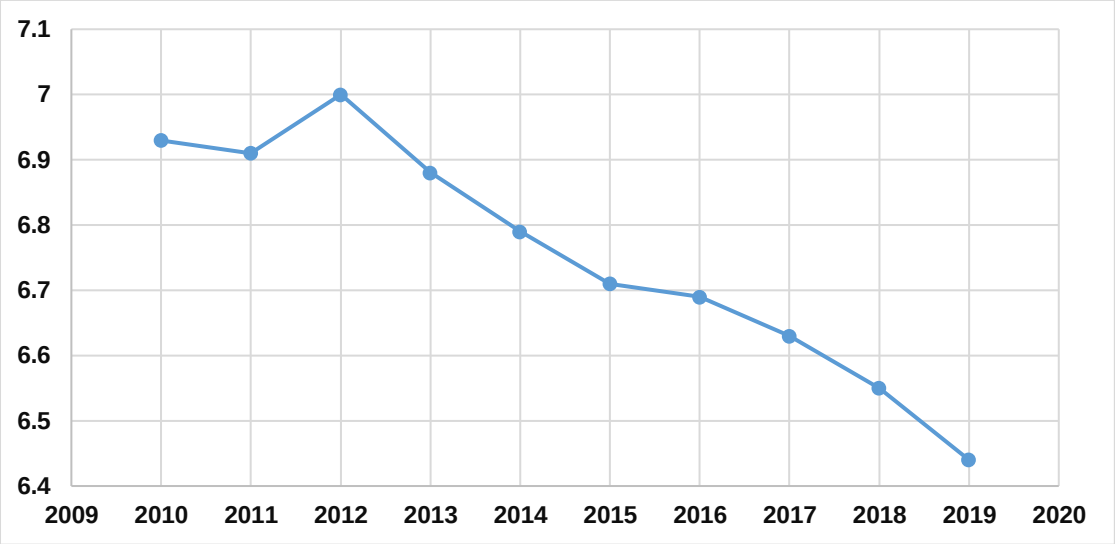
İstehlak kreditlərinin payının 2014-cü ildən başlayaraq azalması tendensiyası son dövrlər yenidən artımla əvəz olunmağa başlayıb. İlin əvvəli ilə müqayisədə cəmi kreditlərdə istehlak kreditlərinin payı 39,2%-dən 41,1%-ə yüksəlib. Bu müddətdə ticarət və xidmət sektorunun payı 17,6%-dən 16,9%-ə, inşaat və əmlak sektorunun payı 4,6%-dən 3,2%-ə düşüb. Kənd təsərrüfatı sektorunun payı 3,7%-dən 3,8%-ə, sənaye və istehsal sektorunun payı 5,3%-dən 5,5%-ə, nəqliyyat və rabitə sektorunun payı 9,6%-dən 10,5%-ə yüksəlib.(www.cbar.az)

Azərbaycan Respublikasının İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu (İKZF)

Azərbaycan Respublikasının İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu (İKZF) aktivlərini 1 il ərzində cəmi aktivləri 33% artaraq 1 milyard 276,58 milyon manatı ötüb.2019-cu ildə, 2018-ci ilin əvvəli ilə müqayisədə sonunda 318,2 mln artıb. Cəmi aktivlərin də 895,27 mln. manatını ipoteka kreditləri təşkil edir. Bildirək ki, ipoteka kreditdirləri portfeli ötən ilin müvafiq dövründə 683,69 mln. manat təşkil edirdi ki, bu da illik portfeldə 211,58 mln. manat artımın olması deməkdir. Aktivlərin 260,55 mln. manatı ödəniş tarixinədək saxlanılan investisiyalar portfelidir.

Banklar tərəfindən verilmiş ipotekə kreditlərinə nəzər salsaq, Banklar tərəfindən ən çox ipotekə krediti 113 milyon manat olub ki, o da 2013-cü ilə təsadüf edir. 2016-cı ildə devalvasiya prosesi ilə əlaqədar olaraq ipotekə kredit verilməsə də, sonra bir az da düzəlmişdir. 2018-ci ildən 2019-cu ilə verilmiş ipoteka kreditlərinin həcmi 51% azalmışdır. 2012-ci ildən 2019-cu ilə kimi isə 81% azalma mövcuddur.(https://www.cbar.az).

Diaqram 5. İpoteka kreditləri üzrə faiz dərəcələri



Mənbə: Müəllif tərəfindən https://www.cbar.az/ (01.01.2020)

İpoteka krediti üzrə faiz dərəcələrinə nəzər salsaq görərik ki, faiz dərəcələri 2010-cu ildən bu yana getdikcə azalır. Əslində bunu verilmiş kreditlərin az olması ilə də əlaqələndirmək olar. Belə ki, 2010-cu ildə 6.93% olan faiz dərəcəsi sonra 6.44%-ə düşmüşdür. 2012-ci ildə 7%-ə kimi yüksəlsə də sonra azalmağa davam edir.

Maliyyə Nazirliyinin fəaliyyəti

Maliyyə Nazirliyi tərəfindən 2019-cu il üçün nominal üzrə yerləşdirilmiş istiqrazların məbləği 334,9 mln. manat təşkil etmişdir. Yerləşdirilmiş istiqrazlar üzrə dövlət büdcəsinə 324,8 mln. manat daxil olmuşdur ki, bundan da əvvəlki illərdə buraxılmış istiqrazlar üzrə 222,3 mln. manat (əsas kredit) geri ödənilmişdir. Beləliklə 01.01.2020-ci il tarixə büdcə kəsirinin maliyyələşdirilməsinə daxili kreditlər üzrə 102,5 mln. manat vəsait yönəldilmişdir. Dövlət büdcəsi kəsirinin mənbələr üzrə maliyyələşdirilməsi barədə Maliyyə Nazirliyinin 2019-cu il məlumatına əsasən bu mənbə üzrə kəsirin bağlanmasına 218,0 mln. manat yönəldilmişdir.

Hesablamalar Palatasının fəaliyyəti

Hesablamalar Palatasınınnın məlumatlarına əsasən kredit portfelinin 01.01.2019-cu il tarixinə olan müvafiq göstəriciləri ilə müqayisədə valyuta üzrə bölgüsündə ABŞ dolları ilə cəlb olunması nəzərdə tutulan kredit məbləği 210,5 mln. ABŞ dolları və ya 2,2% azalaraq 9405,6 mln. ABŞ dolları (xüsusi çəkisi 77,1%) və faktiki xarici kreditin məbləği 28,4 mln. ABŞ dollar və ya 0,4% azalaraq 7208,9 mln. ABŞ dollar (xüsusi çəkisi 80,8%) təşkil etmişdir. Avro ilə isə cəlb olunması nəzərdə tutulan məbləğ ABŞ dolları ifadəsində 91,7 mln. ABŞ dollar və ya 8,6% artaraq 1229,4 mln. ABŞ dollar (xüsusi çəkisi 10,1%) və faktiki xarici kreditin məbləği 22,7 mln. ABŞ dollar və ya 3,0% artaraq 778,3 mln. ABŞ dollar (xüsusi çəkisi 8,7%) təşkil edir. (sai.gov.az).

Cədvəl 3. Xarici dövlət kreditlərinin valyutalar üzrə bölgüsü, mln. ABŞ dolları ilə

№ -	Valyuta	01.07.2019-cu il tarixə		01.01.2019-cu il tarixinə olan göstəricilərlə fərq			
		Cəlb olunması nəzərdə tutulan	Faktiki xarici kredit	Cəlb olunması nəzərdə tutulan		Faktiki xarici kredit	
				mln ABŞ dolları ilə	%	mln ABŞ dolları ilə	%
1	ABŞ dolları	9405,6	7208,9	-210,5	-2,2%	-28,4	-0,4%
2	Avro	1229,4	778,3	97,1	8,6%	22,7	3,0%
3	XBH (Xüsusi borclanma hüququ)	1074	484,1	2,6	0,2%	-22,2	-4,4%
4	Yapon yeni	305,2	322,7	8,3	2,8%	13,5	4,4%
5	Digər	180,9	126,1	0,1	0,1%	7,4	6,2%
6	Cəmi	12195,1	8920,0	-102,3	-0,8%	-7,0	-0,1%

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY_pdf

Kredit sazişlərinin müddət üzrə bölgüsündə 10 ilə qədər və 10 ildən 20 ilə qədər olan dövrlərdə cəlb olunması nəzərdə tutulan kreditin həcmi müvafiq olaraq 18,1% artımla və 13,4% azalma ilə müşahidə olunmuşdur.

Cədvəl 4. Xarici dövlət kreditləri üzrə kredit sazişlərinin müddət üzrə bölgüsü, mln. ABŞ dolları ilə

№	Müddət	01.01.2020-ci il tarixə		01.01.2019-cu il tarixinə olan göstəricilərlə fərq			
		Cəlb olunması nəzərdə tutulan	Faktiki xarici kredit	Cəlb olunması nəzərdə tutulan		Faktiki xarici kredit	
				mln. ABŞ dolları ilə	%	mln. ABŞ dolları ilə	%
1	10 ilə qədər	5 497,1	3 725,2	841,2	18,1%	548,6	17,3%
2	10 ildən 20 ilə qədər	6 137,9	4 740,2	-951,7	-13,4%	-565,7	-10,7%

3	20 ildən artıq	560,1	454,6	8,3	1,5%	10	2,2%
	Cəmi	12 195,1	8 920,0	-102,2	-0,8%	-7,1	-0,1%

Mənbə: http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY_pdf

01.01.2020-ci il tarixə təqdim olunmuş məlumatlara əsasən qeyd etmək olar ki, cəlb olunması nəzərdə tutulan kredit öhdəliklərinin həcmi cari ilin əvvəlinə nisbətən 102,2 mln. ABŞ dolları həcmində, istifadə edilmiş dövlət krediti isə 7,1 mln. ABŞ dolları həcmində azalmışdır.

Nəticə

Dövlət kreditinin idarə olunması sistemində nəzarət mexanizmi və onun səmərəliliyi, habelə təşkilati strukturu və onun təkmilləşdirilməsinin hazırki dövrün tələbinə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Dünya ölkələrdə uyğun bir sahədə ciddi işlər görülməli və zaman-zaman ayaqlaşılmalıdır. Yoxsa heç bir irəliləyiş ola bilməz. Dövlətin öz borc öhdəliklərindən imtina etməsi sözügedən münasibətləri qismən iqtisadi müstəvidən ayırır. Belə ki, dövlətin bu istiqamətdə atdığı addım istər daxili, istərsə də xarici miqyasda bilavasitə siyasi münasibətlərə təsir göstərir. Bu prosesin ilkin nəticəsi kimi dövlətin kredit reytinqi xeyli aşağı düşür.

Dövlət kreditlərinin idarə olunması üzrə bir sıra aiddiyyəti qurumların müəyyən edilməsi borc menecmentinin inzibati strukturu nöqteyi-nəzərindən çox yararlıdır. Əksər ölkələrdə dövlət borcların menecmenti məsələləri üzrə məsuliyyəti maliyyə nəzarəti, maliyyə bazarları və dövlət borclarının idarə olunması üzrə ofislər kimi təşkilatlar daşıyır.

Dövlət kredit əlaqələrinin əlverişliliyi yuxarıda sadalanan mərhələlər ilə bağlıdır. Yəni, dövlət kreditlərinin idarə olunması bu mərhələlərin ayrı-ayrılıqda idarə olunması mənasını verir. Dövlət kreditlərinin əlverişli şəkildə idarə olunması dedikdə öhdəliklərin zamanında və tam şəkildə icra olunması nəzərdə tutulmalıdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Əkbərova S. D. (2018),. Müasir şəraitdə maliyyə nəzarətinin təkmiləşdirilməsi istiqamətləri . Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti, -1-167
2. Musayev S. İ. (2017). Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə nəzarətinin təsirinin artırılması istiqamətləri. Bakı, Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti, 1-180
3. Gennaioli, N.A (2017). Organization of financial control of public debt , Journal of Finance, vol 58, 131–163
4. Inderst, R and H.Müller (2016). Economic sector of the state credit and the basis of the control mechanism in this area , Journal of Finance, vol 41, 237–262
5. Макарова Л. Б., Якунин Л. А. (2012). Государственный финансовый контроль Москва: Рид Групп,1-511
6. Юткина Т. Ф. ; Невежин В. П. (2015), Налоги и налогообложение Москва: ИНФРА-М, 1-574
7. http://sai.gov.az/upload/files/2020_REY_pdf
8. https://banker.az/ipoteka-v%C9%99-kredit-z%C9%99man%C9%99t-fondunun-aktivl%C9%99ri-1-milyardi-otub-rekord/
9. https://mcgf.az/ Azərbaycan Respublikasının İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu (İKZF)
10. https://www.stat.gov.az/ Azərbayacn Respublikası Statistika Komitəsi
11. www.cbar.az Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Statistik bülleten, N:09 (222), 09/2018

Borc Kapitalı Bazarının Nəzəri-Metodoloji Əsasları

Günay Qasımova

gunay.qsmv5@mail.ru

Xülasə

Borc anlayışı iqtisadiyyatın mühüm bir ünsürü olmaqla, iqtisadi anlayışların tərkibinə daxildir. Borc münasibətləri iqtisadi münasibətlər sisteminin alt sistemi kimi çıxış edir. Borc özü də iqtisadiyyatda iqtisadi subyektin başqasına geri ödəməli olduğu vəsaitlərin (aktivlərin) cəmi kimi başa düşülür.

İlk növbədə, beynəlxalq maliyyə bazarlarının dinamik inkişafı dünyanın əksər ölkələrinin iqtisadi artım və sosial inkişaf problemlərini həll etmək üçün dünya borc kapitalından fəal şəkildə istifadə etməsinə imkan açması ilə müəyyən edilir. Xüsusi bir planda dünya borc kapital mənbələri dövlət büdcələrinin kəsirlərini daha az xərclə maliyyələşdirməyə, daxili sərmayələr üçün milli əmanətlərin olmamasını doldurmağa, iqtisadi islahatlar üçün vəsait toplamağa, cari hesab kəsirlərini örtməyə, xarici borc öhdəliklərini və digər məqsədləri yerinə yetirməyə imkan verir. Bununla yanaşı, dünya maliyyə bazarının inkişaf və inteqrasiya proseslərinin sürətlənməsi yalnız suveren dövlətlərin və özəl şirkətlərin beynəlxalq bazarlarda borc imkanlarını genişləndirməsinə deyil, həm də defolt hallarının artmasına və borc böhranlarının mənfi nəticələrinin artmasına səbəb oldu. Bununla yanaşı, dünya borc kapitalının sürətli və geniş yayılması, borclanma və borc idarəetmə problemləri arasındakı əlaqənin eyni vaxtda nəzəri qiymətləndirilməsi və borc siyasətinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi ilə müşayiət olunmadı. Fürsətlərin hüdudlarını və dünya borc kapitalının nəticələrinin dərəcəsini ağlabatan qiymətləndirməməsi (Azərbaycan da daxil olmaqla) çox vaxt haqsız dərəcədə yüksək borc yükünün yaranmasına və nəticədə böhran hadisələrinin artmasına səbəb oldu.

Açar sözlər : Borc, Bazar, Borc kapitalı bazarı, Maliyyə

Giriş

Son dövrlər ərzində dünya borc kapitalının iqtisadi inkişafı təmin etmək üçün istifadə və borc probleminin həlli üçün olduqca geniş dünya təcrübəsi əldə edilmişdir. Bu kontekstdə tədqiqat mövzusunun aktuallığını iqtisadiyyatda suveren borcun aktiv idarə edilməsində dünya təcrübəsinin öyrənilməsinin vacibliyi və dünya təcrübəsində borcun tənzimlənməsi sahəsində yeni meyllərin meydana çıxmasının müəyyənləşdirilməsi kimi qeyd edə bilərik.

Dünyada borc sahəsində ən aktual mövzuların aradan qaldırılmasına icazə verildi, ancaq elmi cəhətdən əsaslı bir borc strategiyasını hazırlamaq probleminin əhəmiyyətini kəskin şəkildə azaltmaq demək deyil.

Borc probleminin həlli yalnız dünya borc kapitalının mövcud problemlərinin həlli üçün əməliyyat tədbirlərinin birləşməsini deyil, həm də davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə yönəlmiş uzunmüddətli strategiyanın bir hissəsi kimi tədbirləri də əhatə edir. Lakin bu problemləri həll etmək və ölkənin borc kapitalını idarə etmək üçün vahid konsepsiya lazımdır, onun inkişafı təcili olaraq qalır.

Dünya borc kapitalı bazarının əhəmiyyəti, mahiyyəti, onun strukturu, borc probleminin həlli üçün çoxtərəfli beynəlxalq mexanizmin formalaşması, həmçinin dünyada müasir inkişaf meyillərinin öyrənilməsi bu işdə tədqiqat mövzusunun və istiqamətinin seçilməsini müəyyənləşdirdi.

Kapital bazarı

Kapital geniş mənada desək, mənfəət üçün istifadə olunan malların, aktivlərin və s. yığılmış miqdarıdır. İqtisadi mənada isə təşkilatın cari və əsas fəaliyyətini maliyyələşdirmək, təşkilatın davamlı və effektiv inkişafını təmin etmək məqsədilə nəzərdə tutulmuş müəssisənin maliyyə ehtiyatlarının mühüm bir hissəsi kimi çıxış edir.

Kapital maliyyə nəticələrinin hesabına formalaşan müəssisənin maliyyə ehtiyatlarının cəmidir. Kapitalın balans göstəricisi kimi aşağıdakıları göstərə bilərik: nizamnamə kapitalı (ödənilmiş nizamnamə kapitalı); səmərəli fəaliyyət nəticəsində müəssisənin qazandığı bölüşdürülməmiş mənfəət; ehtiyat kapitalı (AO nizamnamə kapitalının 5% -i kimi müəyyən edilmişdir); həmçinin əlavə kapital (səhmg mükafatı hesabına aktivlərin yenidən qiymətləndirilməsi nəticəsində yaranır); ehtiyat fondu (xalis mənfəətdən yaranır); istehlak fondu (həmçinin xalis mənfəətdən) və s. (Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2007).

Bunlara daxildir:

- Səhmlər: xammal, materiallar, yanacaq, enerji, yarımfabrikatlar, ehtiyat hissələri; hazır məhsullar və mallar; təxirə salınmış xərclər;

- Əldə edilmiş dəyərlərə ƏDV;

- debitor borcları (<12 ay) ;

- Qısamüddətli maliyyə qoyuluşları;

- Hesablarda və nağd pullarda;

- Digər cari aktivlər (aşağı dəyərli və köhnəlmiş əşyalar).

Borc kapitalı (borc kapitalı, uzunmüddətli borc) üçüncü tərəflərin şirkətə uzunmüddətli əsaslarla (əsasən bank kreditləri və istiqraz kreditləri) verdiyi vəsaitlərdir. Bu, uzunmüddətli, lakin müvəqqəti kredit mənbəyidir. Kapitaldan fərqli olaraq, son bir tarixi var və qeyd-şərtsiz geri qaytarılır (Ataşov, 2016).

Kapital və borc kapitalı arasındakı əsas fərq fərqli risk səviyyəsi və fərqli vergi qaydalarıdır. Kreditorlara verilən pul vəsaitlərinin hərəkəti səhmdarlara axınlardan daha çox üstünlük təşkil etdiyinə və kreditlər üzrə faiz ödənişlərinin vergi tutulan mənfəətdən çıxıla biləcəyinə görə şirkətlər üçün ən ucuz kapital mənbəyidir (Abbasov, 2013).

Borc kapitalı aşağıdakı müsbət cəhətlərlə xarakterizə olunur:

1. Cəlbediciliyin kifayət qədər geniş imkanları, xüsusən müəssisənin yüksək kredit reytinqi, girov və ya təminatçının olması.

2. Lazım gələrsə, müəssisənin maliyyə potensialının böyüməsini təmin etmək, aktivlərinin əhəmiyyətli dərəcədə genişlənməsi və iqtisadi fəaliyyətinin böyümə sürətinin artırılması.

3. “Vergi qalxanı” təsiri (kapital vergisi ödəyərkən onun saxlanması xərclərini vergi bazasından çıxarmaq) səbəbindən kapital ilə müqayisədə daha az xərc.

4. Maliyyə gəlirliliyində artım yaratmaq qabiliyyəti (kapitalın qaytarılması).

Eyni zamanda, borc götürülmüş kapitalın istifadəsi aşağıdakı çatışmazlıqlara malikdir:

1. Bu kapitaldan istifadə müəssisənin iqtisadi fəaliyyətində ən təhlükəli maliyyə risklərini - maliyyə sabitliyinin azalması və ödəmə qabiliyyətinin itirilməsi riskini yaradır. Bu risklərin səviyyəsi borc kapitalındakı payın artmasına nisbətdə artır.

2. Borc kapitalı hesabına formalaşan aktivlər aşağı (ceteris paribus) mənfəət marağını yaradır ki, bu da bütün formalarda ödənilmiş kredit faizinin məbləği ilə azalır (bank krediti üzrə faiz; icarə faizi; istiqrazlar üzrə kupon faizi; əmtəə üzrə faiz faizi kredit və s.).

3. Borc kapitalının dəyərinin maliyyə bazarındakı dalğalanmalardan yüksək asılılığı. Bəzi hallarda, bazarda orta kredit nisbətinin azalması ilə əvvəllər alınan kreditlərdən (xüsusilə uzunmüddətli əsasda) istifadə daha ucuz alternativ kredit mənbələri olması səbəbindən şirkət üçün yararsız hala gəlir.

4. Kredit resurslarının verilməsi digər təsərrüfat subyektlərinin (kreditorların) qərarından asılı olduğundan, cəlb etmə prosedurunun mürəkkəbliyi (bəzi hallarda sığorta şirkətlərinin, bankların və ya digər təsərrüfat subyektlərinin zəmanətləri təmin edildikdə) ümumiyyətlə bir ödəniş üçün).

Beləliklə, borc kapitalından istifadə edən bir şirkət, inkişafı üçün (əlavə aktivlərin meydana gəlməsi səbəbindən) və maliyyə gəlirliliyinin artması ehtimalı daha yüksək olan maliyyə potensialına malikdir, lakin maliyyə riski və iflas təhlükəsini daha çox dərəcədə artır (borc vəsaitlərinin nisbəti artdıqca artır) istifadə olunan kapitalın ümumi həcmində) (Ataşov, 2016).

Müxtəlif mənbələrdən kapitalın formalaşması üçün xərclərin minimuma endirilməsini təmin etmək. Bu cür minimallaşdırma, kapitalın maya dəyərinin idarə edilməsi prosesində həyata keçirilir, bunun mexanizmi növbəti hissədə ətraflı müzakirə olunur.

Borc almağın müxtəlif formalarını ayırd edə bilərsiniz. Beləliklə, borc kapitalı müəssisənin iqtisadi fəaliyyətinə xidmət etmək üçün aşağıdakı əsas formalarda cəlb olunur:

a) milli valyutada nağd şəkildə;
b) xarici valyutada nağd şəkildə;
c) əmtəə şəklində (xammal, materiallar, mallar təxirə salınmış ödəmə ilə tədarük şəklində);
d) əsas vəsaitlərin icarə əsasında istifadəsi üçün təminat şəklində;
e) digər formalarda (müəyyən qeyri-maddi aktivlərin təxirə salınmış ödənişi təmin etmək və s.).

Borc götürmə formalarının seçimi müəssisə tərəfindən öz işinin məqsədlərinə və xüsusiyyətlərinə əsaslanaraq həyata keçirilir (Məlikov, 2015).

Borc vəsaitlərinin tərkibinə əsasən maliyyə praktikasında müəssisənin əsas kreditorları aşağıdakılardır:

a) kommersiya bankları və nağd şəkildə kredit verən digər təşkilatlar (ipoteka bankları, etibar şirkətləri və s.);
b) məhsul tədarükçüləri və alıcıları (tədarükçülərin kommersiya krediti və alıcıların avans ödənişləri);
c) fond bazarı (səhmlər istisna olmaqla istiqrazların və digər qiymətli kağızların buraxılması) və digər mənbələr.

Borc şəklində cəlb edilmiş, onların tam və vaxtında geri qaytarılmasına zəmanət verən borc vəsaitlərinin verilmə dərəcəsinə görə bunların növləri vardır:

a) boş və ya təminatsız kredit. Kreditin bu növü, bir qayda olaraq, kredit müqaviləsinin bütün şərtlərinin vaxtında ödənilməsində və yerinə yetirilməsində özünü sübut etmiş bir müəssisəyə verilir. Maliyyə praktikasında bu kateqoriyalı müəssisə xüsusi bir terminlə xarakterizə olunur - “birinci dərəcəli borcalan”;

b) təmin edilmiş kredit. Müasir maliyyə praktikasında kredit dəstəyinin aşağıdakı növlərindən istifadə olunur: qarantiya - zəmanət hadisəsi baş verdikdə borcalan müəssisənin borcunu ödəmək üçün üçüncü tərəfin öhdəliyi (xüsusi sənədlə tərtib edilmiş - "aval") (zəmanət növlərindən biri də borcun qaytarılması üçün borcalanın məsuliyyət sığortası - sığorta şirkəti).

Borc götürülmüş kapital uzunmüddətli (1 ildən çox) və qısamüddətli (1 ilə qədər) cəlb müddətinə bölünür.

Kapital bir müəssisənin yaradılması və inkişafı üçün əsas iqtisadi bazadır, fəaliyyət göstərməsi müddətində kapital dövlətin, sahibkarların və işçilərin maraqlarını təmin edir (Əsədov və Talıbov, 2005).

Müəssisənin borc kapitalının formalaşdırılması borc vəsaitlərinin cəlb edilməsi prosesini tənzimləyən qərarların hazırlanması və həyata keçirilməsinin prinsipləri və metodlarına, habelə müəssisənin ehtiyaclarına və inkişaf imkanlarına uyğun olaraq borc kapitalının maliyyələşdirilməsinin ən səmərəli mənbəyinin müəyyən edilməsinə əsaslanmalıdır. Borc kapitalının formalaşmasında əsas idarəetmə obyekti onun xarici şəraitə uyğun olaraq təyin olunan qiyməti və quruluşudur (Zeynalov, 2010).

Beləliklə, əhatə dairəsini tələb edən mənbələrin təsnifat atributu kateqoriyalarla təmsil olunmalıdır:

- əhatə etmədən;
- gələcək gəlir üçün (malların satışından, xidmətlərin satışından);
- daşınmaz əmlak hüququ altında (daşınar, daşınmaz əmlak);
- borc tələb etmək hüququ altında (öz, ortaq);
- əmanətə qarşı (cari, təcili, müqavilə şərtləri ilə);
- zəmanətlərə qarşı (ödənişlə, razılaşma ilə);
- sığorta (geri qaytarma riski, əmlak);
- zəmanətlər (bank, hökumət).

Əhatə olunmasını tələb edən mənbələrin təsnifatı, mənbələrin cəlb edilməsi mərhələsində yarana biləcək mümkün əlavə xərclər üçün düzəlişlərin nəzərə alınmasına imkan verir. Bundan əlavə, bu, mövcud imkanlar baxımından borc kapitalının mənbələrini nəzərdən keçirməyə imkan verir.

Borc Kapitalı Maliyyə Öhdəlikləri

Borc vəsaitlərini daima cəlb etmədən təşkilatın səmərəli maliyyə və investisiya fəaliyyəti mümkün deyil. Borc götürülmüş kapitalın istifadəsi nəinki iqtisadi fəaliyyətin həcmini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirməyə və kapitaldan daha səmərəli istifadəyə nail olmağa, həm də böyük investisiya layihələrinin icrasını sürətləndirməyə, mövcud əsas vəsaitlərin daim təkmilləşdirilməsini və yenilənməsini təmin etməyə və nəticədə təşkilatın bazar dəyərini artırmağa imkan verir (Балдин, Быстров, 2005).

Maliyyə hesabat formasına (balans hesabatına) uyğun olaraq maliyyə öhdəlikləri aşağıdakı kimi təsnif edilə bilər:

1. Uzunmüddətli maliyyə öhdəlikləri - istifadə müddəti 1 ildən çox olan borc kapitalı. Əsas formalar: müddəti hələ gəlməmiş uzunmüddətli kreditlər və uzunmüddətli borc fondları (istiqrazlar üzrə borc, maliyyə yardımı və s.)
2. Qısamüddətli maliyyə öhdəlikləri - istifadə müddəti 1 ildən az olan borc kapitalı. Əsas formalar: qısamüddətli bank kreditləri və geri qaytarılması üçün verilən qısamüddətli borc vəsaitləri, eyni zamanda vaxtında ödənilməməsi; kreditor borcları və s.

Maliyyə öhdəlikləri ödənildiyi üçün təşkilatın inkişafı prosesində yeni borc vəsaitlərinin cəlb edilməsinə ehtiyac var. Borc almaq mənbələri və formaları çox müxtəlifdir (Балдин, Быстров, 2010).

Maliyyə bazarlarından maliyyə mənbələrinin cəlb edilməsi, təşkilatı sərbəst kreditlə təmin edir.

Cədvəl 1. Uzunmüddətli maliyyələşdirmə vasitəsi kimi istiqrazların xüsusiyyətləri

Üstünlükləri	Mənfi cəhətlərini
- istiqrazların buraxılması təşkilatın rəhbərliyi üzərində nəzarəti itirməsinə səbəb olmur; - istiqrazlar təşkilatın əmlakı ilə təmin olunduğundan və iflas vəziyyətində tələblərinin ödənilməsində prioritet olduğu üçün nisbətən aşağı maliyyə faiz öhdəlikləri (bank kreditləri və ya səhmlər üzrə dividentlər ilə müqayisədə) verilə bilər; - istiqrazların investorlara risklərinin daha aşağı olması səbəbindən səhmlərə nisbətən daha çox paylanma imkanı var; - istiqrazlar (istiqrazlı kredit) cəlb edilmiş pulun xeyli hissəsini təmin edə bilər.	- istiqrazlar nizamnamə kapitalı (konvertasiya olunanlar istisna olmaqla) və zərərləri ödəmək üçün buraxıla bilməz (bank və ya kommersiya kreditindən təşkilatın maliyyə fəaliyyətinin mənfi nəticələrini aradan qaldırmaq üçün istifadə oluna bilər); - istiqraz buraxılışı əhəmiyyətli maliyyə xərcləri ilə əlaqədardır və uzun müddət tələb edir. İstiqrazların buraxılması və yerləşdirilməsi ilə bağlı xərclərin yüksək olması səbəbindən onların buraxılışı yalnız adətən böyük təşkilatların ödəyə biləcəyi böyük bir məbləğlə əsaslandırılır; - faizlərin və əsas borcun (istiqrazların ödənilməsi zamanı) vaxtında ödənilməsinə görə təşkilatın maliyyə məsuliyyətinin səviyyəsi çox yüksəkdir, çünki bu məbləğlərin ödənişlərdə əhəmiyyətli bir gecikmə ilə geri qaytarılması iflas mexanizmi vasitəsilə həyata keçirilir; - maliyyə bazarı mühitindəki dəyişikliklər səbəbi ilə kredit faizinin orta dərəcəsi buraxılış zamanı qurulan istiqraz üzrə ödəniş faizindən xeyli aşağı ola bilər; Bu vəziyyətdə təşkilat deyil, investorlar əlavə gəlir əldə edəcəklər. Bu vəziyyətdə olan təşkilat borcuna xidmət xərcləri (orta bazarla müqayisədə) artacaqdır.

Mənbə: Əsədov H.X., Talıbov S.T. (2005) "Dövlət xərclərinin idarə edilməsi və xəzinədarlığın təşkili problemləri", Bakı, Azərbaycan nəşriyyatı, s. 432

Kredit - bir təşkilat tərəfindən borc vəsaitlərinin cəlb edilməsi formasıdır.

Layihə maliyyələşdirilməsi - konkret investisiya layihələrinin həyata keçirilməsi üçün həyata keçirilən - uzunmüddətli kreditləşmənin ən riskli növüdür. Layihə maliyyələşdirilməsi, borclanmış vəsaitlərin qaytarılmasını təmin edən planlı pul axınlarının faktiki doldurulmasını təmin etmək üçün təşkilat üçün iş planının, etibarlı dəstəyin və kreditorun rəhbərliyin peşəkarlığına və etibarlılığına inamının məcburi olması ilə həyata keçirilir. Sonuncu vəziyyət maliyyələşdirmə açarkən ən vacibdir. Təşkilat öz vəsaitlərini yönləndirmədən və dövriyyə kapitalını azaltmadan kapital xərcləri üçün vəsait cəlb etmək imkanı əldə edir.

İpoteka krediti - daşınmaz əmlak və torpaqla təmin olunan uzunmüddətli kreditlərdir. İpoteka krediti əsas fondlar və ya bütövlükdə təşkilatın əmlak kompleksi ilə təmin olunan uzunmüddətli kreditlərin verilməsində ixtisaslaşmış banklardan əldə edilə bilər. Əmlakını girov qoyan bir təşkilat, onu bankın

xeyrinə tam olaraq sığortalaması tələb olunur. Bununla yanaşı, təşkilat bankda girov qoyulmuş əmlakdan istifadə etməyə davam edir (Астапов, 2008).

Uzunmüddətli borc siyasəti təşkilatın ümumi maliyyə strategiyasının bir hissəsidir. Bu, təşkilatın inkişaf ehtiyaclarına uyğun olaraq müxtəlif mənbələrdən borc kapitalını cəlb etmək üçün ən təsirli formaları və şərtləri təmin etməkdən ibarətdir (Ağayev, 2002).

Borc kapitalının maksimum miqdarı iki əsas şərt ilə müəyyən edilir:

- maliyyə leverinin marjinal təsiri.
- təşkilatın zəruri maliyyə sabitliyini təmin etmək.

Təşkilatın uzunmüddətli resurs idarəçiliyinə aşağıdakılar daxildir:

1. Uzunmüddətli mənbələrə olan daxili ehtiyacların əsaslandırılması, borc götürmə həcmlərinin və şərtlərinin müəyyənləşdirilməsi.
2. Maliyyə bazarlarının təhlili.
3. Uzunmüddətli mənbələri cəlb etmək üçün mənbələrin seçimi.
4. Təşkilat üçün məqbul maliyyə alətlərinin seçimi.
5. İnvestisiya layihələrinin büdcəsi.
6. Borc götürülmüş kapitalın qaytarılmasını təmin etmək.
7. Cari maliyyə öhdəlikləri.

Qısamüddətli kreditləşmənin ənənəvi formalarına aşağıdakılar daxildir:

- müqavilə hesabı krediti;
- zəng kredit;
- overdraft;
- mühasibat (veksel) krediti;
- qəbul krediti;
- faktorinq.

Müqavilə hesabı krediti - bankın şirkətin müqavilə hesabına (cari hesab) xidmət göstərməsini, o cümlədən təşkilatın gəlir hesabına köçürməsini və alınan xərc sənədləri hesabından ödəməni təmin edən kredit formasıdır. Eyni zamanda müqavilə hesabında (cari hesab) həm debet, həm də kredit qalığı ola bilər. Müqavilə hesabı krediti aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- təşkilata həddindən artıq borc vermək xüsusi overdraft hesabları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu vəziyyətdə müqavilə hesabında kredit qalığı var;

- təşkilata verilən kreditin faktiki miqdarı ödəniş və daxilolmaların müqavilə hesabını (cari hesab) balanslaşdırmaqla hesablanır.

Zəng krediti müqavilə krediti növüdür. Zəng krediti aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- kredit, bir qayda olaraq, ya inventar, ya da təşkilatın saxladığı qiymətli kağızdır;
- kreditin qaytarılması təşkilatın cari hesabına daxil olan vəsait hesabına və çatışmazlıq olduqda girov satılması yolu ilə baş verir.

Overdraft, cari ödənişləri həyata keçirmək üçün müvəqqəti vəsait çatışmazlığı ilə müştərinin nağd pula olan tələbatının ödənilməsini təmin edən qısamüddətli kredit formasıdır. Overdraft aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- bir borc limiti təmin edilir;

Mühasibat (veksel) krediti, vekselin ödəmə müddəti bitənədək bir veksel sahibindən bir veksiya alması (mühasibat uçotu) ilə həyata keçirilir.

Qəbul krediti, qarşı tərəfin verdiyi müqavilə (veksel) sənədlərinin layihələrini qəbul edən bank tərəfindən həyata keçirilir. Xarici ticarətdə geniş istifadə olunur (Балдин , Быстров, 2010).

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. Bu metodla dünya borc kapitalı siyasəti və dövlətin bu sferadakı siyasətinə aid bir sıra tədqiqat işi və ədəbiyat formaları təhlil ediləcəkdir. İkinci metod isə müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə tədqiqat işləri və ədəbiyyat qarşılaşdırılacaqdır. Araşdırılmış ədəbiyyatlar vasitəsilə sonda borc kapitalının müasir inkişaf meyləri qiymətləndirilməsinə və borcların verilməsi üzrə istiqamətlənmiş modern vəziyyət müqayisə ediləcəkdir. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Məqalənin yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki qeyd etdiyimiz metodlardan fərqli olaraq, sintez metodu daha dəqiq araşdırma üçün fərdi arqumentləri (atributları) bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu metod təhlil metodu ilə sıx bağlıdır, çünki fərdi analizlərin nəticələrini birləşdirən əsas ünsür kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Borc kapitalı xarici mühitlə daim qarşılıqlı əlaqədə olan və müəssisənin bütün kapitalının keyfiyyətinin dəyişməsi ilə nəticələnən bir quruluşdur. Borc götürülən kapitalın mahiyyəti, həm də müəssisənin dəyərinin artmasına təsirilə də müəyyən edilir. Bu sahədə elmi işlər və praktik təcrübə nəzərə alınmaqla inkişaf etdirilmiş və inkişaf etdirilmiş kapital siyasətinin nəticəsi, şirkətin rifah halının artması olacaqdır. İqtisadiyyatın hazırkı şəraitində müəssisələrin həqiqətən borc maliyyələşdirmə mənbələrinin geniş seçimi var və bu, ilk növbədə, kapital bazarının həm borcalanlara, həm də borc verənlərə geniş alət seçimi təklif etməsi ilə əlaqədardır.

Nəticə

Müəssisənin qaynaq dəstəyi onun inkişafı üçün zəruri şərtdir. Müəssisələrdə kapital götürmə imkanını təyin edən maliyyə mənbələrinin mövcudluğudur. Borc kapitalı şirkətlərə müəssisənin mənfəətini artırmağa imkan verən biznes proseslərinin birləşməsidir. Borc kapitalının mahiyyəti xarici maliyyələşdirmə mənbələrinin cəlb olunması prosesinin əməliyyat, koordinasiya və tənzimləmə funksiyalarının həyata keçirilməsində özünü göstərmişdir. Daxili və xarici mühit amillərindəki dəyişikliklərə müəssisənin idarəetmə sistemi dərhal cavab verməlidir: borclanma metodlarının dəyişməsi, borcalan maliyyələşdirmə mənbələrini cəlb etməyin yeni üsullarının ortaya çıxarılması. Müəssisələr tərəfindən kapital artırma xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, mövcud iqtisadi şəraitlə yanaşı deyə bilərik ki, milli iqtisadiyyatın yüksəlmə tempi ilə müəssisələrin borc vəsaitlərinin

həcmi arasında bir əlaqə vardır ki, bu da kapitalın həcminin məhdudlaşdırılması borcalanın götürdüyü vəsaiti onların dəyəri nəzərə alınmaqla vaxtında qaytarmaq imkanıdır.

Ədəbiyyatlar

1. Abbasov A.H. (2013) “Azərbaycanda maliyyə bazarının formalaşması və bazar iqtisadiyyatında maliyyə-kredit sisteminin problemləri”. Bakı , 541 s.
2. Ataşov B., (2016) Maliyyə Bazarları, Bakı, 365 s.
3. Azərbaycan Respublikasında dövlət borcunun idarə edilməsinə dair orta və uzunmüddətli Strategiya (2018), Bakı,
4. Əsədov H.X., Talıbov S.T. (2005) “Dövlət xərclərinin idarə edilməsi və xəzinədarlığın təşkili problemləri”, Bakı, Azərbaycan nəşriyyatı, s. 432
5. Məlikov M.R. (2015) “İnflyasiya şəraitində dövlət borclarının idarə olunması problemləri”, Bakı, Çıraq nəşriyyatı,
6. Sadıqov M.M., (2002) Maliyyə potensialının formalaşması problemləri,Elm, Bakı, 321 s.
7. Zeynalov V.Z. (2010) “Beynəlxalq maliyyə”, Bakı, Azərnəşr nəşriyyatı, s. 319
8. Ağayev A.Q. (2002) “Dövlət borcu və onun idarə edilməsi”, Bakı, Çıraq nəşriyyatı, s. 230
9. Abbasov A.H., (2011) Borclar problemi və onun həll edilməsi müasir dövrün tələbidir, “Audit” jurnalı, №4, Bakı
10. Астапов К. (2008) “Управление внешним и внутренним государственным долгом в России” // Мировая экономика и международные отношения, №2, с. 26-35
11. Балдин К.В., Быстров О.Ф. (2010) “Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие. М.: «Дашков и Ко», с. 316

Beynəlxalq Valyuta Fondunun İslahatlaşdırılması Zərurəti

Allahverən Əliyev

allahveren.adnsu@gmail.com

Xülasə

Ölkələrarası valyuta münasibətlərin tənzimlənməsində, onların tədiyyə balansında olan səbatsızlıqların aradan qaldırılmasında, beynəlxalq valyuta əməkdaşlığının təşviq edilməsində, ölkələrin makroiqtisadi siyasətlərinin koordinasiyasında mühüm mərkəzi mövqeyə malik olan Beynəlxalq Valyuta Fondu ikinci dünya müharibəsindən sonra dağılmış iqtisadiyyatların yenidən bərpası və beynəlxalq valyuta sisteminin iqtisadi nizama uyğunlaşdırılması məqsədiylə qurulmuşdur. BVF, fəaliyyətə başladığı dövrdən etibarən beynəlxalq ticarətin və investisiyaların təşviq edilməsində əhəmiyyətli rol oynamaqla yanaşı, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin dünya iqtisadiyyatı müstəvisində daha önəmli mövqe tutmaları və tədiyyə balansı problemlərinin aradan qaldırılması üçün müxtəlif aspektlərdə fəaliyyət göstərir. 75 illik fəaliyyəti dövründə BVF öz fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi, dünya iqtisadiyyatının müasir tələblərinə cavab verən təşkilati strukturun formalaşdırılması istiqamətində bir sıra mühüm islahatlar həyata keçirməsinə baxmayaraq, bir sıra iqtisadçılar, alimlər, akademiklər, inkişaf etmiş ölkələrin nümayəndələrinin üstünlük təşkil etdiyi ictimai maraq qrupları tərəfindən daima müxtəlif istiqamətli tənqidlərə məruz qalmışdır. BVF maliyyə yardımlarının üzv ölkələdə əxlaqi təhlükə yaratması, kreditləşmə mexanizminin borc alan ölkə haqqında daha dərin biliklərə malik olmadan həyata keçirilməsi, Fondun gizli pərdə arxasında qapalı, şəffaf olmayan qurum olması, onun daha çox inkişaf etmiş ölkələrin maraqlarına xidmət etməsi kimi məsələlər tənqidçilər tərəfindən BVF-də olan mövcud problemlər barəsində əsas ortaq düşüncələridir. Bu cür iddialara cavab olaraq BVF davamlı olaraq öz fəaliyyətini və idarəetməsini təkmilləşdirmək məqsədiylə islahatlaşdırmalar həyata keçirir. Belə islahatlaşdırılmaların aparılması, həmçinin islahatlaşdırılmanı zəruri edən problemlərin analiz edilməsi beynəlxalq maliyyə arxitekturasının əsas həlqələrindən biri olan BVF-nin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: BVF, İslahatlar, Kvota, İdarəetmə

Giriş

İkinci Dünya müharibəsi beynəlxalq maliyyə və valyuta sistemində xaotik vəziyyət yaratmış, xüsusilə Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatlarına dağıdıcı təsir göstərmiş, bu ölkələrin istehsal gücünü aşağı salmış və investisiya axınlarını azaltmışdı. Yaşanan bu kimi problemlər hələ İkinci Dünya müharibəsi bitmədən yeni bir beynəlxalq valyuta sisteminin qurulması, bu sistem vasitəsiylə məzənnələrin sabitliyinin təmin edilməsi, dünya ticarətinin liberallaşdırılması, beynəlxalq likvidlik probleminin aradan qaldırılması məsələlərini gündəmə gətirdi. Bu ehtiyaclara cavab verəcək beynəlxalq valyuta sisteminin qurulması məqsədiylə, ABŞ və İngiltərə kimi kapitalist ölkələrin öndərliyi ilə 1-22 iyul 1944-cü il tarixləri arasında ABŞ-ın Nyu Hampşir əyalətinin Bretton Vuds qəsəbəsində konfrans həyata keçirildi və BVF-nin qurulması qərarı qəbul edildi. Razılaşma 22 iyul 1944-cü ildə qəbul edilsə də, BVF öz fəaliyyətinə 1 mart 1947-ci ildə başlamışdır. Razılaşmanın BVF ilə əlaqədar olan bölümü 20 ana maddədən ibarət olmaqla, birinci maddə fondun quruluş məqsədlərini özündə ehtiva edir (Məmmədov, 2012):

- Beynəlxalq valyuta münasibətlərində valyuta-maliyyə problemlərinin aradan qaldırılması üzrə məsləhətləşmə və əməkdaşlıq mexanizmini təmin edən bir qurum kimi beynəlxalq valyuta əməkdaşlığını həvəsləndirmək;

- Beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin genişləndirilməsinə və balanslaşdırılmasına nail olmaq məqsədiylə üzv ölkələrin məşğulluq səviyyəsinin və real gəlirlərinin yüksək həddə gətirilməsi,

həmçinin istehsal resurlarının inkişafının təmin etmək;

• Üzvlər arasında məzənnə müqavilələrini qorumaq, məzənnə sabitliyini təmin etmək və rəqabətçi devalvasiyaların qarşısını almaq;

• Üzv dövlətlər arasında cari əməliyyatlar çərçivəsində beynəlxalq hesablaşmalar sisteminin qurulmasına kömək etmək və beynəlxalq ticarətin inkişafına maneə yaradan valyuta məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaq;

• Fondun vəsaitlərini üzv dövlətlərə təqdim etmək yolu ilə onlarda güvən hissinin yaradılması, ödəniş balansındakı disproporsiyanın bərpa etmə imkanının təmin edilməsi;

• Yuxarıda göstərilən məsələlərə bağlı olaraq üzvlərin beynəlxalq ödənişlər balansındakı disbalanslıq dərəcəsini və müddətini qısaltmaq.

1973-cü ildə Bretton-Vuds sisteminin dağılmasından sonra nizamnaməsində bəzi maddələrin dəyişməsi səbəbindən dolayı BVF-nın dünya iqtisadiyyatındakı rolu müəyyən qədər zəifləsə də, 1980-ci illərdə baş verən beynəlxalq borc böhranı onun fəaliyyət dairəsini genişləndirməsində mühüm rol oynamışdır. BVF, 1982-ci il Meksika, 1987-ci il Braziliya, 1997-ci il Asiya, 2007-2009-cu il qlobal maliyyə böhranlarının aradan qaldırılmasında həmin ölkələrə iri həcmli maliyyə yardımları etməklə mühüm rol oynamışdır. Hal-hazırki dövrümüzdə də BVF, üzv olan aşağı gəlirli və yoxsul ölkələrə, inkişaf etməkdə olan ölkələrə müxtəlif aspektlərdə yardım göstərməklə, onların düzgün makroiqtisadi siyasət yeritməsinə, həmçinin tədiyyə balansı səbatsızlıqlarının aradan qaldırılmasına kömək edir (Bhasin&Gupta, 2018).

Baxmayaraq ki, BVF dünya iqtisadiyyatının inkişafında və üzv ölkələrin makroiqtisadi sabitliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır, bəzi səbəblərə görə alimlər, siyasətçilər və inkişaf etmiş ölkələrin nümayəndələrinin üstünlük təşkil etdiyi ictimai maraq qrupları tərəfindən daima tənqid edilmişdir.Məhz bu səbəbdən, BVF davamlı olaraq öz idarəetməsini və fəaliyyətini təkmilləşdirmək məqsədiylə müxtəlif istiqamətli islahatlaşdırmalar həyata keçirir. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi müasir dövrümüzün əsas maliyyə institutlarından biri hesab edilən BVF-nin qlobal sabitliyin təmin edilməsi istiqamətində fəaliyyətinin optimallaşdırması üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bu kontekstdə, yazılan məqalə BVF-nin təşkilati strukturunun nəzərdən keçirilməsi; BVF-nin illər ərzində həyata keçirdiyi islahatları analiz etmək; BVF-nin fəaliyyətinə və idarə edilməsinə yönəlmiş mövcud tənqidlər fonunda islahatların hələ də vacib olduğu sahələri təhlil etmək; BVF-nin dominantlıq, idarəetmə, kreditləşmə və kvota sistemi ilə əlaqəli yönəlmiş tənqid problemlərin həlli üçün islahatların necə aparılacağını təklif etmək kimi məsələləri özündə ehtiva edir.

Metod

Beynəlxalq Valyuta Fondunun islahatlaşdırılması zərurətini, həmçinin BVF qarşılaşdığı problemləri təhlil edərkən ilk olaraq elmi abstraksiya metodundan istifadə edilmişdir. Tədqiqat zamanı təsadüfi xarakter daşıyan və ikinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edən cəhətlər nəzərə alınmamış, əsas diqqət iqtisadi hadisə və proseslərə xas olan ümumi, habelə mühüm cəhətlərin aşkara çıxarılmasına verilmişdir ki, bu da qeyd olunan metodun xarakterinə xas olan ümumiləşdirmədir. Araşdırma zamanı analiz və sintez, induksiya və deduksiya metodlarının da üstünlüklərindən istifadə edilmişdir.

Analiz

Daxili idarəetmə

BVF nizamnaməsinə əsasən onun idarəedilməsi Müdirlər Şurası, İcraiyyə Şurası və 3 müavini olan İdarəedici Direktor tərəfindən həyata keçirilir. İki məsləhətçi orqan, Beynəlxalq Valyuta və Maliyyə Komitəsi və İnkişaf Komitəsi, Müdirlər Şurası və İcraiyyə Şurası arasında bir növ əlaqələndirici rolunu oynayır. Müdirlər Şurası BVF-nin ən yüksək səviyyəli qərar qəbuledici orqanıdır. Fonda üzv olan 189 ölkənin hər biri, bir müdir və ona alternativ nümayəndə ilə Şurada təmsil olunur. Müdirlər və ona alternativ olan nümayəndələr, adətən, ölkənin Mərkəzi Bankının direktoru və maliyyə nazirindən ibarət olur. Şura, səlahiyyətlərinin çoxunu gündəlik fəaliyyətlərinə görə İcraiyyə Şurasına həvalə etmişdir. Bununla yanaşı, üzv ölkələrin qəbul edilməsi və ya onların üzvlüyünün ləğv edilməsi, BVF-nin təsdiq edilmiş kvotalarının və ya səhmlərinin artırılması və ya azaldılması, BVF-nin nizamnamə maddələrinə dəyişikliklərin edilməsi kimi bir sıra vacib səlahiyyətləri özündə saxlamışdır. İcraiyyə Şurası**,** İdarəedici Direktorun başçılığı ilə Müdirlər Şurasının ona verdiyi səlahiyyətlər çərçivəsində BVF-nin gündəlik əməliyyatlarını həyata keçirir. Fondun əsas siyasət aparan və bütün kredit əməliyyatlarının təsdiqlənməsi üzrə məsul orqandır. Heyət hal-hazırda 24 icraçı direktordan və onlardan hər hansı biri iştirak etmədiyi təqdirdə Şuranın fəaliyyətinin dayandırılmaması üçün alternativ nümayəndələrdən ibarətdir. İcraçı direktorlardan 7-si Fondda daha çox kvotaya malik olan ölkələrdən (ABŞ, Birləşmiş Krallıq, Çin, Fransa, Səudiyyə Ərəbistan, Yaponiya), qalan üzvlər isə digər ölkələr arasından ədalətli regional prinsip üzrə müəyyən edilir. Beynəlxalq Valyuta və Maliyyə Komitəsi Fondun işinə nəzarət etmək və idarə heyətinə, Fondun rəhbərliyinə tövsiyələr verilməsi üçün yaradılmışdır.

Maliyyə resursları

BVF tərəfindən kreditləşdirmə əməliyyatlarının hansı maliyyə resursları əsasında həyata keçirildiyini müəyyənləşdirmək mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Kvotalar, BVF-nin üzv ölkələrinin maliyyə resurslarına olan ehtiyacının ödənməsi üçün əsas maliyyə mənbəyidir. BVF-yə daxil olduqda, hər bir üzv ölkə, dünya iqtisadiyyatındakı nisbi ölçüsünə əsaslanaraq, kvota üzvlüyü adlandırılan müəyyən miqdarda məbləğ ödəyir. Bu kvotalar mütəmadi olaraq (adətən hər beş ildən bir) nəzərdən keçirilir. Ehtiyac olduğu təqdirdə artırıla və ya üzv ölkələrin dünya iqtisadiyyatındakı nisbi mövqelərindəki yenilikləri əks etdirmək üçün dəyişdirilə bilər. Beynəlxalq valyuta sistem təhlükə altında qaldıqda və ya maliyyə resurslarının artırılması zərurətini meydana çıxaran başqa bir problem olduqda BVF üzv ölkələrdən borc almaq səlahiyyətinə malikdir. Müasir dövrümüzdə Fond bunu iki əsas mexanizmlə həyata keçirir: Borclar haqqında Yeni Razılaşma (NBA) və Borclar haqqında İkitərəfli Razılaşma (BBA). Bundan əlavə, BVF özəl bazarlardan borc almaq səlahiyyətinə malikdir. Hal-hazırda Fondun 1,4 trilyon dollar vəsaiti formalaşmışdır ki, onun da əsas hissəsini kvotalar (661,3 milyard dollar) təşkil edir.

BVF-də səsvermə

Üzv olan hər bir ölkənin səsvermə gücü onun kvotası əsasında "çəkili səsvermə sistemi" prinsipi ilə müəyyənləşdirilir. Bu prinsipə əsasən, BVF –nin üzvü olan hər bir ölkə 250 baza səsinə və ödədiyi kvotanının hər 100.000 XİH-nə görə əlavə 1 səsə malikdir. BVF üzv ölkələrin nisbi vəziyyətini qiymətləndirmək üçün kvota düsturundan istifadə edir. Ən son düstura əsasən, kvota ÜDM (50%), açıqlıq (30%), iqtisadi dəyişkənlik (15%), beynəlxalq ehtiyyatlar (5%) kimi indikatorlar vasitəsilə

hesablanır. Bu formula səsvermə gücünün böyük hissəsini – 40%-ni iqtisadi cəhətdən güclü ölkələrin - ABŞ, İngiltərə, Yaponiya, Almaniya və Fransanın əlində saxlayır.

Maliyyələşdirmə mexanizmi

BVF öz maliyyələşdirmə mexanizmini üzv olan ölkənin tədiyyə balansının ehtiyaclarının müxtəlifliyindən aslı olaraq müxtəlif kredit xəttləri vasitəsilə həyata keçirə bilər. BVF-nin güzəştsiz kredit xəttlərinə Stend-Bay Razılaşmaları (SBA), Genişləndirilmiş Maliyyə Mexanizmi (EFF), Elastik Kredit Xətti (FCL), Ehtiyat Likvidlik Xətti (PLL) və Çevik Maliyyələşdirmə Aləti (RFİ) aid etmək olar. Bu imkanlardan əlavə, aşağı gəlirli və yoxsul ölkələr Yoxsulluğun Azaldılması və Böyümə Güvəni (PRGT) çərçivəsində Genişləndirilmiş Kredit Mexanizmi (ECF), Stend-bay Kredit Mexanizmi (SCF), Çevik Kredit Mexanizmi (RCF) vasitəsilə güzəştli kreditlər əldə edə bilərlər. PRGT üzrə təqdim edilən kreditlərin faiz dərəcələri illik 0,5%-dir. Ümumi borcun qaytarılması üçün tələb olunan vaxtı isə 10 ildən artıq deyildir. 2019-cu ilin məlumatlarına əsasən Fonda üzv olan 189 ölkədən yalnız 70-i PRGT çərçivəsində maliyyə resurslarının cəlb edilməsi ilə bağlı müraciət edə bilər.

Yoxsulluğun azaldılması və Böyümə Güvəni (PRGT) çərçivəsində Fonddan maliyyə resurslarının cəlb edilməsi üçün ölkələr aşağıdakı kriteriyalardan heç olmasa birinə cavab verməlidir (José, Barry, Takatoshi and Charles, 2018):

- Üzv ölkənin adambaşına düşən illik gəliri Beynəlxalq İnkişaf Assosiasiyası tərəfindən; (a) müəyyənləşdirilmiş minimal məbləğdən aşağı olarsa, (b) əhalisi 1,5 milyondan az, 200 mindən çox olan ölkələr üçün müəyyənləşdirilmiş minimal məbləğdən 2 dəfə az olarsa, (c) əhalisi 200 mindən az olan mikro dövlətlər üçün müəyyənləşdirilmiş məbləğdən 5 dəfə az olarsa bu xidmətdən istifadə edə bilər.

- Suveren dövlətin beynəlxalq maliyyə bazarlarına davamlı və əsaslı formada çıxış imkanının olmaması və xarici maliyyə resurslarını ölkəyə cəlb edə bilməməsi hallarında bu xidmətdən istifadə edə bilər.

BVF-də əhəmiyyətli islahatlar

BVF öz fəaliyyət illəri ərzində müxtəlif funksiyalarını həyata keçirməklə qlobal sabitliyin təmin edilməsində mühüm rol oynasa da, daima onda mövcud olan problemlər barədə tənqidlər irəli sürülmüş, tənqidlərdə əks olunan problemlərin həll edilməsi tələb olunmuşdur. Fəaliyyətə başladığı dövrdən BVF tərəfindən həyata keçirilən mühüm islahatların bəzilərini nəzərdən keçirək:

- *Müşahidə islahatları***.** 1944-cü ildə yaradılan BVF-nin həmin dövrdə əsas funksiyası valyuta məzənnələrini tənzimləmək olsa da, 1971-ci ildə sabit məzənnə sisteminin dağılması nəticəsində onun əsas mandatı üzv ölkələrin makroiqtisadi siyasətinə nəzarət etmək oldu. İlkin nəzarət sisteminin BVF və üzv ölkə arasında ikitərəfli əlaqələr formasında həyata keçirilməsi müəyyən formada qlobal sabitliyin təmin edilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb etsə də, bu sistemin həm ikitərəfli, həm regional, həm də qlobal formada təzahür etməsi onun təkmilləşdirilməsi istiqamətində həyata keçiriləcək zəruri tədbirlərdəndir (Moschella, 2011).

1990-cu illərin əvvəllərində qloballaşmanın getdikcə dərinləşməsi, ölkələrin dünya maliyyə bazarlarına inteqrasiyası ilə bağlı olaraq qlobal maliyyə böhranların yaranması təhlükəsinin artması, BVF-nin nəzarət mexanizminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində bir sıra vacib islahatların həyata keçirilməsini zəruri edirdi. Qloballaşan dünya iqtisadiyyatında zaman keçdikcə BVF-nin nəzarət

dairəsi daha da genişləndi və işçilər tərəfindən hazırlanan illik hesabatlar bir çox məsələni əhatə etməyə başladı (Lavigne & Schembri, 2009).

2007-2009-cu il qlobal maliyyə böhranı gələcək maliyyə böhranı riskini minimuma endirmək üçün BVF nəzarət mexanizmində bir sıra dəyişikliklərin edilməsinin vacibliyini bir daha sübut etdi. Beləliklə, Fondun nəzarət mexanizmində aşağıdakı islahatlar həyata keçirildi:

• Müşahidənin əsas məqsədi xarici tarazlığın qorunması, yəni üzv ölkənin cari əməliyyatlar və kapital hesabında tarazlığın qorunması və onun valyuta məzənnələri və kapital axınlarından ciddi bir şəkildə təsirlənməməsi kimi müəyyənləşdirildi. Ölkələr xarici disbalanslığa səbəb olacaq valyuta məzənnəsi siyasətlərindən istifadə etməməlidirlər;

• İkitərəfli nəzarət sistemi daxil olmaqla, çoxtərəfli nəzarət sisteminin tətbiq olunması. Çoxtərəfli müşahidə, mübadilə dərəcəsi və makroiqtisadi siyasətlərin milli, eləcə də bütöv dünya iqtisadiyyatına təsir edə bilən kritik vəziyyətlərin beynəlxalq stabillik ilə nəticələnməsini təmin etmək üçün ortaq tənzimlənməsinə nail olmağı hədəfləyir;

• Bir ölkənin özünə xas şərtlərini nəzərə alaraq obyektiv nəzarətin həyata keçirilməsi.

• Nəzarət sisteminin BVF-nin real səlahiyyətə malik olduğu sahələr üzrə genişləndirilməsi.

-*Kvota islahatları*. Üzv ölkənin kvotası onun səsvermə gücünü və borc alma limitini müəyyənləşdirir. "Ağırlıqlı ortalama səsvermə sistemi", səsvermə gücünün çoxunun ABŞ, Birləşmiş Krallıq, Fransa, Almaniya və Yaponiya kimi bir neçə güclü ölkənin əlində saxlayacağı şəkildə dizayn edilmişdir. Nəticədə, inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi maraqları dünyanın yoxsul təbəqəsəsinin ehtiyaclarından üstün tutulur (Boorman, 2008).

Kvotalardakı hər hansı dəyişiklik ümumi səsvermənin 85 faizi ilə təsdiqlənməlidir və üzvün kvotası onun razılığı olmadan dəyişdirilə bilməz. Kvotanın nəzərdən keçirilməsində iki əsas məsələ vardır: ümumi olaraq artımın ölçüsü və artımın üzvlər arasında paylanması. Ümumi kvotanın nəzərdən keçirilməsi həm üzvlərin tədiyyə balansının maliyyələşdirmə ehtiyacları baxımından, həm də bu ehtiyacların ödənilməsi üçün lazım olan maliyyə resurslarının qiymətləndirilməsi baxımından vacibdir. Ümumi kvotanın həcmini artırmaq üçün ilk qətnamə 1958-1959-cu illərdə qəbul edildi və nəticədə ümumi kvota 60,7% artdı. Nəticə etibarı ilə dördüncü, beşinci, altıncı, yeddinci, səkkizinci, doqquzuncu və on birinci ümumi kvota yoxlamaları kvotanın müvafiq olaraq 30.7, 35.4, 33.6, 50.9, 47.5, 50 və 45% -ə qədər artması ilə nəticələndi. BVF-də kvotaların və səsvermələrin paylanması qeyd etdiyimiz ki, o qədər də obyektiv deyil, bəzi ölkələrin dünya iqtisadiyyatındakı nisbi mövqeləri düzgün əks etdirilmir. Bu kontekstdə, 2006-cı il sentyabr ayında BVF üzvləri, kvotaları və səs haqqlarını yenidən qiymətləndirmək üçün daha sadə və şəffaf bir formul üzərində razılaşacaqlarına söz verdilər. Həmin ay Sinqapurda keçirilən BVF toplantısında, inkişaf etməkdə olan 4 iqtisadiyyatın – Çin, Koreya, Meksika və Türkiyənin kvota həcmlərinin və səsvermə haqqlarının onların real iqtisadi göstəricilərinə nəzərən aşağı olması məsələsi gündəmə gətirilmiş və nəticə olaraq toplantının sonunda qeyd olunan ölkələrin kvota və səsvermə paylarının artırılması ilə bağlı razılıq əldə olunmuşdur. Lakin, aylarca davam edən müzakirələrdən sonra belə, 2008-ci il yoxlamalarında qəbul edilmiş yeni formul yetərsiz və tətmin edici deyildi.

Digər tərəfdən, 2007-2009-cu il maliyyə böhranından sonra bəzi inkişaf etməkdə olan ölkələrin qlobal ÜDM-də payının azalması onun dünya iqtisadiyyatı müstəvisində rolunu zəiflətsə də, bu situasiya onların kvota və səsvermə haqqlarının dəyişdirilməsinə səbəb olmamışdır. BVF-yə olan bu

inamsızlıq səbəbiylə, Braziliya, Rusiya, Hindistan, Çin və Cənubi Afrika ölkələri dünya iqtisadiyyatındakı mövqeylərini daha da gücləndirmək üçün BRİCS Bank adlı yeni qurumun yaradılması haqqında qərar qəbul etdilər. BRİCS ölkələri, ümumilikdə, dünya əhalisinin 41%-ni, 2019-cu ildə istehsal edilmiş bütün əmtəə və xidmətlərin isə 23,2% -ni əhatə edir. 15 dekabr 2010-cu ildə BVF Müdirlər Şurası kvotaların artırılması və yenidən bölüşdürülməsi ilə 14-cü yoxlamasını həyata keçirdi. Bu islahatlar aşağıdakı istiqamətlər üzrə fəaliyyət planlarını ehtiva edir:

- məcmu kvota miqdarını iki dəfəyədək artırmaq - 238.5 mlrd. SDR-dən təxminən 477 mlrd. SDR-dək (2019-cu il məzənnəsilə 656,8 mrld. $ artım);

- kvota payının 6%-dən çoxunun yüksək təmsilçilik payına malik ölkələrdən məhdud təmsilçilik payına malik ölkələrə ötürülməsi;

- kvota payının 6%-dən çoxunun dinamik artıma malik yüksək sənayeləşmiş və inkişafda olan ölkələrə ötürülməsi;

- kvota paylarının əsaslı şəkildə yenidən müəyyənləşdirilməsi. Bu düzəlişlər əsasında Hindistanın səs vermə payı 2.44-dən 2.75%-ə, Çinin səs vermə payı isə 3.8-dən 6%-ə yüksəlmişdir. Bu düzəlişlərdən sonra BRİCS ölkələrinin dördü BVF-nın ən yüksək səsvermə haqqına malik olan 10 ölkə siyahısına girmişdir.

- iqtisadi zəif və kasıb ölkələrin kvota və səsvermə paylarının qorunması.

- *SDR(XİH) ilə bağlı islahatlar***.** Xüsusi İqtibas Hüquqları, 1970-ci ildə Beynəlxalq Valyuta Fondu tərəfindən üzv ölkələr üçün əlavə bir ehtiyat valyuta vahidi kimi formalaşdırılmışdır. XİH ilkin olaraq 0.888671 qram qızılın ekvivalenti olaraq təyin olundu ki, bu da eyni zamanda bir ABŞ dollarına bərabər idi. 1981-ci ildə XİH, beş əsas valyutanın: ABŞ dolları, Alman markası, Yapon yeni, İngilis funtu və Fransa frankının dəyərindən aslı olaraq müəyyənləşdirilməyə başladı. Daha sonra SDR dörd əsas valyutanı, yəni ABŞ dolları, avro, İngilis funt sterlinqi və Yaponiya yenini əhatə etdi. Bir ölkə valyutasının "XİH səbəti"-nə daxil olması üçün iki vacib şərt ödənilməlidir (Öznazik & Narin, 2017):

1. Sözügedən üzv dövlətin ticarət həcmi son beş ildə ən yüksək səviyyəyə çatmalı və valyutası

üzv ölkələr arasında xarici ticarət əməliyyatlarında istifadə olunmalıdır;

2. Üzv dövlətin valyutasının sərbəst istifadə olunması. BVF mənbələrində bir valyutanın sərbəst istifadə olunması dedikdə, onun beynəlxalq hesablaşmalarda istifadə edilməsi ilə yanaşı, həmçinin beynəlxaq miqyasda kapital axınlarına açıq olması və sərbəst dalğalanmaya icazə verilməsi nəzərdə tutulur.

Müdirlər Şurası tərəfindən alınan qərara əsasən, Çin Renminbisi bu şərtləri ödədiyinə görə 1 oktyabr 2016-cı ildən bu səbətə daxil edilmişdir. Hal-hazırda XİH dəyərinin formalaşmasında ABŞ dolları 41,73%, Avro 30,93%, Çin RMB-si 10,92%, Yapon yeni 8,33%, İngilis funtu 8,09% -lik göstəricilərlə yer tutur.

BVF-ə yönəlmiş tənqidlər

70 ildən artıq fəaliyyət göstərən BVF, bu illər ərzində inkişaf etməkdə olan ölkələrin təmsilçiliyini təkmilləşdirmək və gücləndirmək üçün idarəetmə, nəzarət, kredit şərtləri və s. bu kimi istiqamətlərdə islahatlar həyata keçirmişdir. Fəaliyyət dövründə tətbiq olunan müxtəlif islahatlardan sonra belə,

BVF-yə yönəlmiş və dərhal həllini tələb edən bəzi tənqidlər aşağıdakılardır:

- BVF, borc alan ölkələrin individual siyasi ve iqtisadi sıxıntılarını görməzdən gələrək, makroiqtisadi siyasətlərinə "bir ölçü hərkəsə uyğundur yanaşması"(one-size-fits-all approach) tətbiq etməsindən dolayı hələ də tənqidlərə məruz qalır (Stone, 2008). Həmçinin, BVF-nin kredit şərtləri ilə bağlı tədbirləri debitor ölkəninin suverenliyinə müəyyən qədər mane olur. Məsələn, 1990-cı illərdə Cənubi Koreya iqtisadiyyatında uzun illər boyu büdcə profisiti və inflyasiyanın aşağı səviyyəsi müşahidə edilib. Buna baxmayaraq, BVF 1997-ci il böhranı zamanı yüksək inflyasiya problemi ilə qarşılaşan ölkələrə tətbiq etdiyi siyasəti, eyni zamanda Cənubi Koreyaya tətbiq etmək üçün müxtəlif tədbirlər həyata keçirmiş, nəticə etibarı ilə, BVF-nin faiz dərəcələrinin artırılması siyasəti Cənubi Koreyada işsizliyi və müəssisələrin iflasını özündə ehtiva edən resessiyaya səbəb olmuşdur.

- BVF-yə yönəldilən ikinci əsas tənqid, hər hansı bir iqtisadiyyatın yenidən dirçəlməsi üçün edilən maliyyə yardımlarının həmin ölkədə əxlaqi təhlükə yaranmasına səbəb olmasıdır. Əxlaqi təhlükə, ölkələrin hər hansı bir böhran vəziyyətində onlara əlavə maliyyə yardımlarının ediləcəyini bilməsindən dolayı daha riskli və diqqətsiz formada iqtisadi fəaliyyətlərini reallaşdırdığında yaranır (Bhasin&Gupta, 2018).

- Fond uzun illər boyu hesabatlılıq üçün hər hansı bir real mexanizminin olmaması səbəbindən tənqid edilmişdir. Hesabatlılıq məsələsini həll etmək və BVF ilə əlaqəli məsələlərdə obyektiv və müstəqil qiymətləndirmə aparmaq üçün 2001-ci ilin iyul ayında Müstəqil Qiymətləndirmə İdarəsi təsis edildi. MQİ BVF-nin nəzdində fəaliyyət göstərən orqandır, çünki MQİ-nin direktoru BVF-nin icra heyəti tərəfindən təyin olunur və istənilən vaxt icra heyəti tərəfindən vəzifədən azad edilə bilər. Bu orqanın müstəqil orqan olaraq fəaliyyət göstərməsi şəffaflığın və obyektivliyin artmasına səbəb olacağından tənqidçilər tərəfindən arzu olunan məsələlərdən biridir (Head, 2003).

- Tənqidçilər BVF-nin gizlilik pərdəsi arxasında fəaliyyət göstərən qapalı, şəffaf olmayan bir təşkilat olduğunu iddia edirlər. Əvvəllər BVF bu tənqidə reaksiya göstərməsə də, daha sonra maliyyə resursları, BVF proqramları, hər bir ölkənin maliyyə vəziyyəti haqqında hesabatlar, rüblük maliyyə hesabatları, müxtəlif sənədlər nəşr etməklə, eyni zamanda öz veb saytında müxtəlif informasiyalar təqdim etməklə cavab verdi. Bununla belə, BVF-nin informasiya sisteminin daha da təkmilləşdirilməsi arzu olunandır.

- BVF-yə yönəldilən əsas tənqidlərdən biri, dünyanın yoxsul təbəqəsindən fərqli olaraq varlı ölkələrin maraqlarına daha yaxşı xidmət etməsidir. Bu tənqidçilərin rəylərinə əsasən, bir neçə güclü iqtisadiyyata malik olan dövlətin nəzarətində olan BVF, əməliyyatlarından ən çox təsirlənən dövlətlərin iştirak etmək şansı olmayan və ya çox az olduğu əhəmiyyətsiz bir avtokratiyadır (Head, 2003). Hər bir ölkənin bərabər səs haqqına malik olmasını zəruri edən demokratik səsvermə sistemindən fərqli olaraq BVF-də kvota həcmi çox olan daha böyük səsvermə payına malik olur. Beləliklə, ölkələrin dünya iqtisadiyyatında nisbi mövqelərini düzgün əks etdirmək, kvotalar və səs hüquqların yenidən balanslaşdırmaq üçün daha sadə və şəffaf bir düstura ehtiyac var. Mövcud kvota sistemində hər hansı bir qərarın qəbul edilməsi üçün üzvlərin 85% -dən çoxunun bu qərarı təsdiqləməsi tələb olunur. ABŞ-ın səsvermə gücünün təxminən 16.52% olduğunu nəzərə alsaq, ABŞ-ın razılığı olmadan heç bir kvota islahatları aparmaq mümkün deyil.

- Fəaliyyətə başladığı dövrdən bəri, BVF rəhbərliyini həyata keçirən şəxs hər zaman Avropalı olmuşdur. Fondda nizamlılığın və qayda-qanunun təkmilləşdirilməsi istiqamətlərindən biri də heç bir

vətəndaşlıq məhdudiyyəti olmadan BVF rəhbərinin seçilməsində açıq, müasir və şəffaf sistemin qurulmasıdır (Peter, 2007).

- BVF-yə yönəlmiş digər bir neçə tənqid, fəaliyyətinin mikroiqtisadi və struktur problemləri kimi real səlahiyyətləri olmayan sahələrdə genişləndirməsidir.

Nəticə

BVF-yə yönəlmiş yuxarıdakı tənqidlər fonunda, idarəetmə, kredit şərtləri, kvota sistemi və dominantlıq ilə əlaqəli dörd kritik məsələdə təcili islahatlara ehtiyac duyulur. Tənqidlərə əsasən BVF-nin islahatlaşdırılması zəruri olan məsələlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Müasir dövrümüzdə BVF-nin islahatlaşdırılmasının zəruriliyini qeyd edənlər, əsasən iki məsələni: BVF kvota sisteminin təkmilləşdirilməsi və Müdirlər Şurasının üzv tərkibinə yenidən baxılmasını vurğulayırlar. Demokratik şəraitin yaradılması, üzvlərin BVF-ə olan inamının artmasına səbəb olacaqdır;

- Yüksək kvotaya malik olan ölkələrdən aşağı kvotaya malik ölkələrə kvotaların könüllü olaraq bölüşdürülməsi mexanizmi yaradılmalıdır. Eyni zamanda, kvotanın miqdarının müəyyən edilməsi üçün istifadə olunan formulaya əhali sayını ifadə edən bir dəyişkənin əlavə edilməsi formulanın şəffaflığını artıra bilər;

- İdarə heyətinin tərkibi dünyada mövcud iqtisadi və siyasi şəraitin adekvat təmsilçisi olmalıdır. Müdirlər Şurasındakı yerlərin Avropa lehinə bölüşdürülməsi Fond tarixinin ilk illərində nisbi iqtisadi və siyasi çəkini əks etdirə bilər, lakin bu gün bazar iqtisadiyyatına keçərək Avropa ölkələri səviyyəsində inkişaf edən bir çox ölkə var. Edwin Trumanın təklif etdiyi kimi, Avropa Birliyinin və ya sadəcə avro zonasının maksimum üç oturacaqda birləşdirilməsi, inkişaf etməkdə olan ölkələrin səsvermədə payının artmasına kömək edəcək və nəticədə daha obyektiv sistem qurulacaq;

- Müdirlər Şurası, Müstəqil Qiymətləndirmə İdarəsinin Fondun nəzdindən çıxaraq müstəqil orqan olaraq fəaliyyət göstərməsi üçün onun strukturuna yenidən baxa və bu barədə tədbirlər görə bilər;

- BVF məlumatların yayılmasında daha fəal rol oynamalı, ölkələrin maliyyə sağlamlığı ilə bağlı vaxtında və tam şəffaf məlumat verməlidir. Həmçinin, ölkələrin maliyyə sistemlərini dərəcələndirməli və müxtəlif iqtisadiyyatların davamsızlıq dərəcəsini qiymətləndirmək üçün müasir risk idarəetmə üsullarından istifadə etməlidir;

- BVF, nəzarətini mikroiqtisadi və struktur problemləri kimi real səlahiyyətləri olmayan sahələrə genişləndirməməli, eyni zamanda ölkələrin daxili sosial və siyasi siyasətlərinə hörmətlə yanaşmalıdır;

- BVF işçiləri makroiqtisadi biliklərlə yanaşı, siyasi arenada da müəyyən biliklərə yiyələnməlidirlər;

- Digər təkliflər arasında şəffaflığı, açıqlığı, hesabatlılığı təşviq etmək; ticarətin liberallaşdırılması və sərbəst bazarların təşviqi; korrupsiya və nepotizmlə mübarizə göstərilə bilər.

Ədəbiyyatlar

1. Moschella M. (2011). Lagged learning and the response to equilibrium shock: the global financial crisis and IMF surveillance, Journal of Public Policy, 32, 121-141.
2. Bhasin N. and Gupta S. (2018). Reforms in International Monetary Fund (IMF): Challenges and the Road Ahead, Management and Economics Research Journal, 4, 19-29.

3. Məmmədov Z. (2012). Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi.
4. Head J.W. (2003). Seven deadly sins: an assessment of criticisms directed at the International Monetary Fund.
5. José D. G., Barry E., Takatoshi I. and Charles W. (2018). IMF Reform: The Unfinished Agenda.
6. Peter B. K. (2007). Reform of the International Monetary Fund.
7. Stone R.W. (2008). The scope of IMF conditionality, International Organization Journal, 62, 589-620.
8. Boorman J. (2008). An Agenda for Reform of the International Monetary Fund (IMF).
9. Lavigne R. and Schembri L. (2009). Strengthening IMF surveillance: an assessment of recent reforms.
10. Cottarelli M.C. (2005). Efficiency and legitimacy: trade-offs in IMF governance.
11. Öznazik A. ve Narin M. (2017). Uluslararası Para Sistemi ve Renminbi'nin Yükselişi.
12. https://www.imf.org

Cəmiyyətin İqtisadi Sistemindəki Vergilərə Təsiri

Anar Həmzəyev

anar.hamzayevv@gmail.com

Xülasə

Son on ildə Azərbaycan Respublikasının dövlətçiliyinin bütün sahələrində həyata keçirilən əsaslı dəyişikliklər iqtisadi islahatların müxtəlif konsepsiyalarını qəbul etdi, məqsədləri təşkilati və struktur dəyişikliklərinə və iqtisadi bərpaya endirildi. Eyni zamanda, islahatlarda xüsusi yer vergi və dövlətlərarası münasibətlərə verildi. Bu maraq ilk növbədə obyektiv şəkildə qurulmuş tarixi keçmişə bağlı idi.

Vergilər dövlətin mövcudluğunun vacib şərtidir. İqtisadiyyatın bir çox istiqamətlərini müəyyənləşdirir və bir ölkənin, bölgənin və ya konkret bir şəhərin rifahı, onlardan neçəsinin toplanacağına bağlıdır. Qlobal böhran şəraitində vergilər Azərbaycan Respublikasının iqtisadi vəziyyətinin möhkəmlənməsində mühüm rol oynamışdır. Vergilər, dövlətin bazar iqtisadiyyatına təsir etdiyi iqtisadi qollar arasında mühüm rol oynayır.

Vergi sistemində aparılan islahatlarla birlikdə sosial-iqtisadi əlaqələrin müasir inkişafı vergi daxilolmalarının artmasını, vergi uçotunun sadələşdirilməsini, bütövlükdə vergi sisteminin sabitliyini və səmərəliliyini tələb edir. Dövlətin əsas problemlərindən biri, bütün səviyyələrdə büdcələrə və büdcədənkənar fondlara qanunla müəyyən edilmiş vergilərin, rüsumların və digər ödənişlərin daxil olmasını təmin etməkdir.

Vergi inzibatçılığı vergi sisteminin və dövlət iqtisadiyyatının səmərəli fəaliyyətinin əsas elementlərindən biridir. Vergi sisteminin effektivliyi, vergi ödəmək və səfərbərlik xərclərini və ödəmə öhdəliyini minimuma endirmək məqsədi ilə gəlir mənbələrinin müəyyənləşdirilməsinin tamlığı ilə əlaqədardır.

Hər hansı bir vergi sistemini qiymətləndirərkən, bunun iqtisadiyyatın vəziyyəti ilə sıx əlaqəli mürəkkəb bir təkamül sosial hadisəsi olduğuna əsaslanmaq lazımdır. Vergi sisteminin vəzifələri ona qoyulmuş siyasi, iqtisadi və sosial tələbləri nəzərə alaraq dəyişir.

Açar sözlər: vergi, siyasət, büdcə

Giriş

Bildiyiniz kimi, iqtisadiyyat bir insan və cəmiyyət üçün həyatı dəstəkləyən bir sistemdir. İstənilən milli iqtisadiyyatın əsasını istehsal, iqtisadi məhsulun yaradılması təşkil edir. İstehsal olmadan istehlak ola bilməz. Bununla yanaşı, vergi sisteminin işçiləri üçün vacib məqamlardan biri respublikadakı vergilərin tarixini öyrənməkdir.

Vergi ölkənin dövlət suverenliyinin əsas təzahür formalarından biridir. Vergilər dövlət tərəfindən birtərəfli qaydada, yəni hər bir fərdi vergi ödəyicisinin razılığı olmadan müəyyən edilir. Vergi ödəyicisi istənilən vergi üçün vergi formasını müəyyən edib daxil etməlidir.

Vergi münasibətləri yenidən bölündüyü üçün sosial tərəqqi bu münasibətlərin inkişaf səviyyəsindən asılıdır. Praktikada bazar münasibətlərinin formalaşmasında islahatlar effektiv vergi sistemi yaratmadan əldə edilə bilməz. Mövcud münasibətlərin yaxşılaşdırılması bütün dövlətlərin ən vacib, eyni zamanda mürəkkəb fəaliyyət sahələrindən biri hesab olunur. Vergi tənzimləməsi, büdcə gəlirlərini formalaşdırmaq, qiymətləri məhdudlaşdırmaq kimi ölkələrdə vergi sistemləri dövlət maraqlarının əsas daşıyıcıları kimi pozuntulara yiyələnərək artır. Vergi sistemi iştirakçılara iqtisadi lövbərləri, balanslarını və sosial tərəqqisini təmin edir.

Bütün bunlar vergi sisteminin nəzəri və praktik məsələlərinin hərtərəfli araşdırılması üçün vacibdir. Optimal vergi sisteminin yaradılması vergitutma üçün metodoloji və metodik bazanın yenidən nəzərdən keçirilməsini tələb edir.

Cəmiyyətin İqtisadi Sistemindəki Vergilərə Təsiri

XVI əsrdən bəri bazar iqtisadiyyatının sadalanan atributları daha aydın oldu. Bu, emalatxanalarda və sonra kapitalist fabrikində istehsal texnologiyasının əhəmiyyətini kökündən dəyişdirən istehsalın artmasına və əmək məhsuldarlığının artmasına maraq artması ilə müşayiət olundu. XVIII əsrin sonu və XIX əsrin əvvəllərində Avropa ölkələrinin bazar iqtisadiyyatında çox sayda sahibkar fəaliyyət göstərdi, mənfəət əldə etmək üçün texniki yenilikləri fəal tətbiq edən, kapitalı artıran və satış bazarlarını genişləndirən yeni bir sosial qrup (sonradan sinif) meydana gəldi.

Müasir şəraitdə bazar iqtisadiyyatı əmtəə-pul münasibətlərinə, müxtəlif mülkiyyət formalarına, iqtisadi azadlıqlara və vətəndaşların (öz iş qüvvələrinin sahibi kimi) və təsərrüfat subyektlərinin malların və xidmətlərin istehsalı və satışında rəqabətə əsaslanan milli miqyasda iqtisadi təşkili sistemidir.

Bazar idarəetmə mexanizmi iqtisadi münasibətlər sistemini formalaşdırır və tətbiq edir:

- bilavasitə təsərrüfat subyektləri - mal və xidmət istehsalçıları və istehlakçıları (satıcılar və alıcılar) arasında - istehsal və dövriyyə sahəsində;

- təsərrüfat subyektləri (vergi ödəyicisi kimi) və dövlət arasında - maliyyə və büdcə sahəsində;

- təsərrüfat subyektləri (işəgötürən kimi) və əmək münasibətləri sahəsində çalışanlar arasında.

Sahibkarlıq subyektləri rəngarəngdir və eyni zamanda mal və xidmətlər bazarında istehsalçı və istehlakçı, maliyyə bazarında investor və əmək bazarında işəgötürən kimi fəaliyyət göstərir.

Əhali (məcmu və hər bir ayrı-ayrılıqda) öz növbəsində hedc bazarında işçi qüvvəsinin satıcısı, istehlak malları və xidmətlər bazarında istehlakçı və maliyyə bazarında investor kimi çıxış edir (Ходов Л.Г., 2003: c.336).

Beləliklə, bazar iqtisadiyyatında üç xüsusi əsas bazar qarşılıqlı təsir göstərir:

1) mal və xidmətlər;

2) əmək;

3) maliyyə mənbələri.

Mallar və xidmətlər bazarında bir tərəfdən satışa təklif olunan məhsulların həcmi, quruluşu və istehlak xüsusiyyətləri, digər tərəfdən zəruri məhsulların (tələbin) həcmi, quruluşu və keyfiyyəti ilə əlaqədar istehsalçı (satıcı) və istehlakçı (alıcı) arasında iqtisadi əlaqələr göstərilir. Mal bazarında tələb və tələbin kompleks qarşılıqlı əlaqəsi müəyyən bir istehlakçının və ya sənaye məhsulunun vahid qiymətini təşkil edir.

Xüsusi iqtisadi münasibətlər əmək bazarında əmək qabiliyyətli bir şəxsin işçi kimi işə qəbul edilməsi (öz əməyi təklifi ilə) və təsərrüfat subyektinin (işəgötürənin) müəyyən miqdarda və keyfiyyətdə işçi qüvvəsinə ehtiyacı ilə əlaqədar olaraq formalaşır. Və burada tələb və təklif nisbəti xüsusi əmək (əmək haqqı) zəncirini təşkil edir. Maliyyə mənbələri bazarında müvəqqəti sərbəst pul vəsaitlərinin

kredit məqsədləri üçün səfərbər edilməsi və yenidən bölüşdürülməsi (bank sistemi və digər kredit təşkilatları vasitəsilə) ilə təsərrüfat subyektləri, əhali və dövlət arasında iqtisadi münasibətlər göstərilir.

Üç bazar da bir bazar idarəetmə sisteminin xüsusi funksiyalarını yerinə yetirərək davamlı qarşılıqlı vəziyyətdədir. Bununla birlikdə, əmək bazarının və maliyyə mənbələri bazarının fəaliyyətini təyin edən mal və xidmətlər bazarıdır. Bu bazarlar üçün iqtisadi münasibətlərin ümumi forması qiymət, mənfəət, əmək haqqı və faizlər arasında əlaqə olan tələb-təklif nisbətidir. Tələb və təklif iqtisadi prosesin qarşılıqlı tərəfidir. Bu bağlantılar davamlı yeniləşmə ilə xarakterizə olunur (müxtəlif nisbətlərlə) və bununla da tələb və tələbin iqtisadi qanununu ifadə edir.

İstehsalçılar və istehlakçılar, alıcılar və satıcılar bir-biri ilə münasibətlərdə ən böyük fayda əldə etməyə çalışırlar. Bazar münasibətləri subyektlərinin hər bir cütlüyünün iqtisadi maraqları birbaşa əksinədir, mal və xidmətlər istehsalı şərtləri və onların satılması (istehlakı) şərtləri arasındakı fərqdən yaranan obyektiv ziddiyyətləri əks etdirir. Bu, malların alqı-satqısı üçün daha cəlbedici şərtlər üçün homojen subyektlərin (istehsalçılar, satıcılar, digər tərəfdən istehlakçılar, alıcılar, digər tərəfdən) rəqabət qabiliyyətini artırır.

Əhəmiyyətli olmayan dövlət müdaxiləsinə əsaslanan bazar iqtisadiyyatının liberal modelinin səciyyəvi xüsusiyyətləri: minimum dövlət sektoru müəssisələri, biznes subyektlərinin maksimum sərbəstliyi, sosial problemlərin həllində hökumətin minimal iştirakı, tənzimləmə pul xarakteri daşıyır və əsasən makroiqtisadi proseslərlə məhdudlaşır. Belə bir model, iqtisadi inkişafın ilkin yüksək səviyyəsinə çatdıqda, əksər vətəndaşların layiqli həyat səviyyəsini təmin edir. Dövlət atalıq, yalnız yoxsulları əhatə edir, onlara olduqca layiqli həyat şəraitini təmin edir (az inkişaf etmiş ölkələrin standartlarına görə). Bu model ABŞ-da etibarlıdır, İngiltərə və Fransa ona yaxındır.

XIX əsrin əvvəllərində. David Rikardo "Siyasi iqtisadiyyatın və vergitutmanın başlanğıcı" adlı kitabında ictimai istehsal iştirakçıları arasında gəlirlərin bölüşdürülməsinin iqtisadi əlaqələrinə dair nəzəri müddəaları əsaslandırmışdır. O vaxtdan bəri iqtisadi münasibətlər kapitalist cəmiyyətinin məhsuldar qüvvələrinin tələblərinə uyğun olaraq dövlət tərəfindən həyata keçirilən köklü dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Lakin dövlətin iqtisadiyyata hansı formada, metodla, dərəcədə təsir etməsindən asılı olmayaraq, tənzimləmə sisteminin əsasını vergi siyasətini təşkil edən gəlirlərin bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsinin iqtisadi əlaqələri təşkil edir.

1. Sosial yönümlü bir model, iqtisadiyyatın daha çox dövlət tənzimlənməsi ilə xarakterizə olunur: kifayət qədər əhəmiyyətli bir ictimai sektor var;
2. bazar "oyun qaydaları" yüksək tənzimlənir;
3. dövlət yalnız makroiqtisadi prosesləri deyil, həm də təsərrüfat subyektlərinin fərdi fəaliyyət sahələrini tənzimləyir;

Dövlət atalıq, cəmiyyətin demək olar ki, bütün üzvlərini əhatə edir, əhalinin mənzil, səhiyyə xidmətləri, təhsil və mədəniyyətə, məşğulluğa olan tələbatını müəyyən səviyyədə təmin edir. Almaniya, İsveç və Avstriyanın təcrübəsi bu iqtisadi modelin canlılığını göstərir, mexanizmi iqtisadi səmərəlilik və iqtisadiyyatın sosial yönümlü birləşməsini təmin edir. Yapon modelinin iqtisadiyyata fəal dövlət müdaxiləsi siyasətinə söykənən, fərdin maraqlarına deyil, komandanın (şirkətin rifahı) və ailənin prioritetlərinə yönəldilən bu model ilə çoxlu oxşarlığı var.

Əlbətdə ki, dövlətin silahlanma üçün qəbul etdiyi bu və ya digər model tarixi köklərə malikdir, iqtisadiyyat və idarəetmə ənənələrini, yeni hadisələri nəzərə alır (deyək ki, müəssisələri fərqli vergi siyasəti olan dövlətlərin qanunları altında fəaliyyət göstərən beynəlxalq şirkətlərin artan rolu).

Əvvəldən Azərbaycan iqtisadiyyatının islahatı liberal bazar modelinə keçməyə yönəldildi. Bu istiqamətdə ilk əməli hərəkətlər iqtisadi fəaliyyətin və qiymətlərin liberallaşdırılmasında (1992-ci ildən bəri malların və xidmətlərin 90% -nin qiyməti dövlət müdaxiləsindən tamamilə azad edildi), əmək məhdudiyyətlərinin ləğvi və dövlət müəssisələrinin sürətlə özəlləşdirilməsində ifadə edildi. Bu, inkişaf etməkdə olan bazar sisteminin özünü tənzimləyən bir mexanizm olduğunu, hamını və hər şeyi "yuvalarına" qoyacaqlarını və yeni iqtisadi quruluşu, iqtisadiyyatda yeni bir iş bölgüsü sistemi meydana gətirəcəyini söylədi.

İqtisadiyyatdakı bazar dəyişiklikləri daha az xərcli, yəni cəmiyyət üçün daha az yüklü olmalıdır. Maliyyə sisteminə dövlətin maliyyə ehtiyatlarının - büdcə və büdcədənkənar fondların formalaşması və istifadəsi ilə əlaqələri daxildir. İqtisadiyyatın səmərəli inkişafını, dövlətin sosial və digər funksiyalarının həyata keçirilməsini təmin etmək üçün hazırlanmışdır. Büdcə və maliyyə sisteminin vacib bir "damar"ı vergidir (Соколов А.А., 2003: с.468).

Vergilər əmtəə istehsalı, cəmiyyətin siniflərə bölünməsi və ordunun, məhkəmələrin, vəzifəli şəxslərin və digər ehtiyacların qorunması üçün vəsait tələb edən dövlətin meydana gəlməsi ilə birlikdə meydana gəldi. "Dövlətin iqtisadi cəhətdən ifadə olunan varlığı vergilərdə təcəssüm olunur" deyə K. Marks vurğuladı. Beləliklə, vergilər dövlətin məhsuludur və bu həcmdə onlar mövcud idi və prinsipcə əmtəə-pul münasibətlərindən kənarda da mövcud ola bilər. Məsələn, bəzi kapitalistdən əvvəlki sosial formalarda dövlətin əsas gəlirləri müxtəlif növ təbii tələbat idi. Bundan əlavə əhalinin əksər hissəsi abunə vəzifələrini yerinə yetirməyə məcbur oldu.

Dövlətin ümumi daxili məhsulun müəyyən hissəsini öz xeyrinə məcburi bir töhfə şəklində geri götürməsi verginin mahiyyətini təşkil edir. Töhfələr ümumi daxili məhsul istehsalında əsas iştirakçılar tərəfindən edilir:

1. öz əməyi ilə maddi və qeyri-maddi mallar yaradan və müəyyən gəlir əldə edən işçilər;
2. təsərrüfat subyektləri, kapital sahibləri.

Vergi töhfələri hesabına dövlətin maliyyə ehtiyatları onun büdcəsində və büdcədənkənar fondlarında toplanır. Beləliklə, vergilərin iqtisadi məzmunu bir tərəfdən təsərrüfat subyektləri ilə vətəndaşlar, digər tərəfdən dövlət maliyyəsinin formalaşması ilə əlaqəli münasibətlərdə ifadə olunur.

Məşhur iqtisadçı Adam Smith, "Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında bir araşdırma" adlı klassik esseində universallıq, ədalət, əminlik və rahatlığı vergitutmanın əsas prinsipləri hesab etmişdir. Dövlətin vətəndaşları, ödəyiciyə rahat olan əvvəlcədən müəyyən edilmiş qaydalara (ödəmə şərtləri, yığma metodu) uyğun olaraq hər birinə və cəmiyyətin gəlirinə nisbətdə "cəmiyyətin və ya dövlətin hədəfinə çatmaq üçün vasitələr" verməlidirlər. Vaxt keçdikcə bu siyahı vergilərin yetərliliyini və hərəkətliliyini təmin etmək (vergini dövlətin obyektiv ehtiyaclarına və imkanlarına uyğun olaraq artırmaq və ya azaltmaq), uyğun mənbəyi və vergi obyekti seçmək, vahid vergitutma prinsipləri ilə tamamlandı.

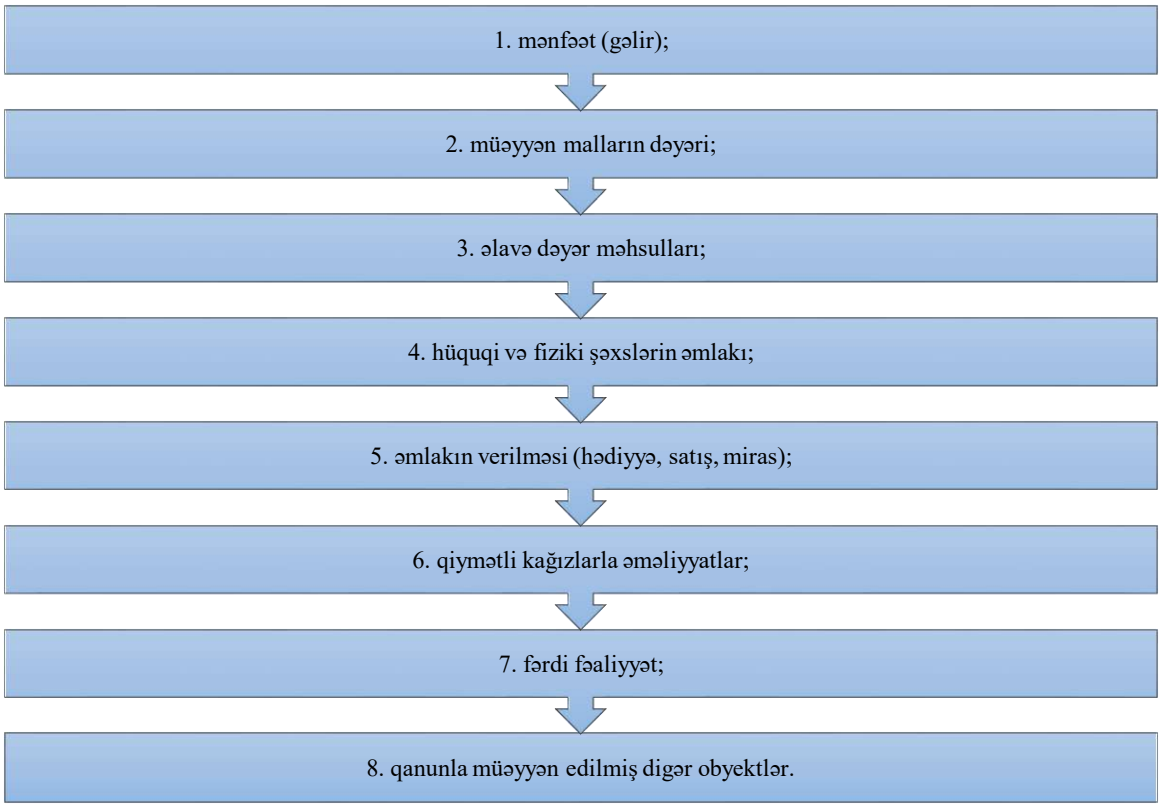
Verilmiş vergitutma prinsipləri, bazarın dəyişdirilməsinə uyğun olan Azərbaycanın yeni vergi sisteminin formalaşdırılması zamanı nəzərə alınmışdır. 1991-ci ilin sonunda Azərbaycan Respublikası Vergi Sisteminin Əsasları haqqında Qanun qəbul edildi. 1992-1993-cü illərdə vergi

mexanizmi və vergi strukturunda böyük dəyişikliklər edildi. Ancaq bu vəziyyətdə ədalət prinsipi dəfələrlə pozuldu:

Dəyişikliklər qanunvericilik aktları ilə "geriyə" təsdiq edildi.

Vergitutma obyektindən asılı olmayaraq vergi ödənişlərinin (töhfələrinin) mənbəyi ÜDM ilə kəmiyyətcə üst-üstə düşməyən ümumi milli gəlirdir. GNI ictimai istehsalın əsas iştirakçılarının və dövlətin milli miqyasda iqtisadi həyatın təşkilatçısı kimi (və digər regional iqtisadiyyatın dövlətləri ilə birlikdə təşkilatçı) əsas pul gəlirlərini formalaşdırır:- işçilərin əmək haqqı, təsərrüfat subyektlərinin mənfəəti və mərkəzləşdirilmiş dövlət gəliri (büdcəyə vergilər və büdcədənkənar fondlara sosial töhfələr).

Sxem 1. Qanunvericiliklə müəyyən edilmişdir vergitutma obyektləri.



Mənbə: Александров И.М.(2010), "Налоги и налогообложение", учебник / И.М. Александров; изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 10-е изд., перераб. и доп. М.:Дашков и К, məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Eyni obyektə müəyyən bir vergi dövrü (ay, rüb, yarım il, il) üçün yalnız bir dəfə vergi tutulur.

Vergi ödəyicilərinin ümumi sayı hüquqi şəxslərin (müəssisələrin, təşkilatların, qurumların) sayı, vergi orqanlarında sahibkar kimi qeydiyyata alınan vətəndaşların sayı və əmək haqqının alındığı yerdə gəlir vergisi ödəyən vətəndaşların sayı ilə müəyyən edilir.

Bazar islahatları vergi ödəyicilərinin kəmiyyətcə artmasına kömək etdi: 1993-cü ildə onların ümumi sayı (gəlir vergisi ödəyən şəxslər istisna olmaqla) bir yarım dəfə artdı.

1994-cü ilin əvvəlində Azərbaycan Respublikasının vergi sistemi ölkədəki hüquqi və fiziki şəxslərin ödəyicilərindən müəyyən edilmiş qaydada tutulan vergilər, rüsumlar, rüsumlar və digər ödənişlər toplusu ilə təmsil olunur (cəmi 44, 1992-ci ilin əvvəlində isə 40 idi). Bütün vergilər, rüsumlar,

rüsumlar və digər ödənişlər Azərbaycanın büdcə sistemini "bəsləyir". Bundan əlavə, təqribən 20 dövlət büdcədənkənar fondu var ki, onun da gəlir hissəsi təyin olunmuş töhfələrdən formalaşır.

Vergilər qurma metoduna görə birbaşa və dolayı bölünür. Doğrudan bunlar: gəlir vergisi, gəlir vergisi, qaynaq ödənişləri, əmlak vergiləri, sahib olmaq və istifadə vergitutma üçün əsas olan əmlak. Dolayı vergilər iqtisadi aktlar və dövriyyə, maliyyə əməliyyatları (əlavə dəyər vergisi, aksiz vergiləri, gömrük rüsumu, qiymətli kağızlar əməliyyatları vergisi) nəticəsində yaranır.

İnkişaf etmiş ölkələrdə birbaşa vergilərin rolunu sübut etdi səmərəliliyi, əhəmiyyətli dərəcədə artdı və 1987-ci ildə meydana gəldi:

ABŞ-da - 91.1%

Yaponiya - 71.2

İngiltərə - 54,3

Almaniyada - 44,1%.

Ölkəmizdə dövlət müəssisələrinin mənfəətdən ödəmələri vergi tutulmurdu. 1913-cü ildə əyalət inhisarını da daxil olmaqla dövlət iqtisadiyyatı büdcə gəlirlərinin 60% -ni, birbaşa vergilər isə cəmi 6% təmin edirdi. 1987-ci ildə SSRİ dövlət büdcəsinin gəlirlərində birbaşa vergilərin payı 8,2%, dövlət müəssisələrinin mənfəət və əlavə dəyər vergisindən ödənişləri isə 61% təşkil etmişdir. Başqa sözlə, Azərbaycanda vergi sistemi ayrı-ayrı vergilərin tərkibi və əhəmiyyəti baxımından dəyişdirilsə də, mahiyyət etibarilə köhnəlmişdir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında bazar islahatlarının həyata keçirilməsi vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində işləri daha da gücləndirdi. Satış vergisi və yeni hazırlanmış (1991-ci ildə) "peyk" satış vergisi əvəzinə digər iki dolayı vergi tətbiq olundu: aksiz vergisi (məhdud mal çeşidi üzrə) və əlavə dəyər. 1992-ci ildən etibarən əlavə dəyər vergisinin tətbiqi bazar münasibətlərinin tələblərinə uyğundur, çünki o, həm istehlak mallarını (əsasən satış vergisini əhatə edir), həm də istehsal və satışın bütün mərhələlərində son istehlaka qədər sənaye mallarını əhatə edir.

Vergi funksiyası fəaliyyətdə mahiyyətinin təzahürü, xassələrini ifadə etmək üsuludur. Funksiya bu iqtisadi kateqoriyanın ictimai məqsədlərinin xərclərin bölüşdürülməsi və dövlət gəlirlərinin yenidən bölüşdürülməsi vasitəsi olaraq necə həyata keçirildiyini göstərir. Bu, vergilərin əsas paylama funksiyasına əsas verir, onların mahiyyətini paylama münasibətlərində xüsusi mərkəzləşdirilmiş bir əlaqə kimi əks etdirir (Александров И.М., 2010: с.227).

Birinci və ardıcıl olaraq həyata keçirilən vergi funksiyası maliyyə (büdcə) funksiyasıdır. Dövlət büdcəsi gəlirlərinin sabit və mərkəzləşdirilmiş vergi toplanması əsasında formalaşması dövlətin özünü ən böyük təsərrüfat subyektinə çevirir. Maliyyə funksiyası sayəsində vergilərin əsas ictimai məqsədi - büdcə sistemində və büdcədənkənar fondlarda yığılan və öz funksiyalarını (hərbi müdafiə, sosial, ətraf mühit və s.) Yerinə yetirmək üçün zəruri olan dövlətin maliyyə mənbələrinin formalaşmasıdır.

İqtisadi kateqoriya kimi vergilərin başqa bir funksiyası ondan ibarətdir ki, vergi daxilolmalarının miqdarını ölçmək və onları dövlətin maliyyə ehtiyacları ilə müqayisə etmək mümkündür. Nəzarət funksiyası sayəsində hər bir vergi kanalının və bütövlükdə vergi “mətbuatının” səmərəliliyi qiymətləndirilir və vergi sistemində və büdcə siyasətində dəyişikliklərə ehtiyac aşkar edilir. Vergi və maliyyə münasibətlərinin nəzarət funksiyası yalnız bölüşdürmə funksiyası şəraitində özünü göstərir.

Beləliklə, üzvi birlikdəki hər iki funksiya maliyyə münasibətlərinin və büdcə siyasətinin səmərəliliyini müəyyənləşdirir.

Vergilərə nəzarət funksiyasının həyata keçirilməsi, tamlığı və dərinliyi müəyyən dərəcədə vergi intizamından asılıdır. Bunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, vergi ödəyiciləri (hüquqi və fiziki şəxslər) qanunla müəyyən edilmiş vergiləri vaxtında və tam ödəməlidirlər.

Vergi orqanlarının təcrübəsi göstərir ki, vergi ödənişlərinin vaxtı və tamlığı pozulması tez-tez baş verir: vergi orqanları tərəfindən yoxlanılmış ümumi saydan 1992-ci ildə 13,5%, 1993-cü ildə 14,6% pozuntular aşkar edilmişdir. hər yeddinci sahibkar vətəndaşı (bilərəkdən və ya bilmədən) xəzinəyə ödəməməyə çalışırdı. Vergilərin bölüşdürmə funksiyası, reproduktiv prosesdəki rolunun çox yönlüliyini xarakterizə edən bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir.

Bu, hər şeydən əvvəl, vergilərin ilkin paylama funksiyası sırf maliyyə xarakteri daşıyırdı: ordunu, bürokratiyanı və nəticədə sosial sahəni (təhsil, səhiyyə və s.) Qorumaq üçün dövlət xəzinəsini doldurmaq idi. Lakin dövlət fəal iştirak etməyi zəruri hesab etdiyi üçün ölkədə iqtisadi həyatın təşkili, vergi mexanizmi vasitəsilə həyata keçirilən tənzimləmə funksiyaları var idi. Vergi tənzimlənməsində stimullaşdırıcı və məhdudlaşdırıcı (həvəsləndirici) subfunksiyalar, həmçinin reproduktiv məqsədli subfunksiya meydana çıxdı.

Yaxşı işləyən vergi sistemində bütün funksiyalar və vergilərin subfunksiyaları 1994-cü ilin əvvəlində Azərbaycan ərazisində 44 növ vergi təsis edildi. Onların əksəriyyəti sırf maliyyə məqsədi daşıyır və yalnız bəzi tənzimləmə funksiyası görünür. Tütünə və alkoqol məhsullarına satılan aksiz vergiləri, satış qiymətini artıraraq, bu məhsulların istehlakının artımını məhdudlaşdırmaq üçün nəzərdə tutulmuşdur, çünki dövlətin sağlamlıq maraqları dövlət üçün hər şeydən üstündür. Lakin, iqtisadi böhran şəraitində belə, tütün və alkoqol məhsullarının istehsalı və Azərbaycanda istehlak (idxal olunan miqdar əlavə olunmalıdır) azalmır. İdxal olunan keyfiyyətsiz şərab və araq məhsullarının ölkəyə axınının qarşısını almaq üçün Azərbaycan Respublikası Hökuməti 1994-cü ilin fevral ayında idxal rüsumlarının dərəcələrini 2 dəfədən çox artırdı.

Vergilərin stimullaşdırıcı subfunksiyası vergitutma obyektinin imtiyaz yaratma xüsusiyyətləri ilə əlaqəli güzəştlər, istisnalar, üstünlüklər sistemi vasitəsilə həyata keçirilir. Bu, vergi obyektinin dəyişdirilməsində, vergi bazasının azaldılmasında, vergi dərəcəsinin aşağı salınmasında özünü göstərir**.**

Metod

Tədqiqat işinin yerinə yetirilməsində təsvir, müşahidə, analiz və sintez, qruplaşdırma və müqayisə, məntiqi və s. metodlardan istifadə edilmişdir.

Təsvir metodu müəyyən fakt və hadisəni söz vasitəsi ilə insan təsəvvüründə canlandırmaq metodudur. G**örüb müşahidə etdiyimiz məlumatlar beynimizdə müəyyən təsəvvürlər yaradır. Bu təsəvvürlər də elə məqalədə öz əksini tapır.** Bu metodlar insan şüurunda düzgün elmi anlayışların yaradılması və qanunların dərk edilməsi məqsədi güdür. Bu qrup metodlara tələbənin şərhi, müsahibə, diskussiya, məntiqi metodlar, kitab üzərində iş metodları, problem-axtarış metodları daxildir. *Bütün fikirlər ümumiləşdirilib son nəticə əldə edildikdə ifadə edilən şərhlər* üç növdə olur: nəql, izah, məktəb mühazirəsi. Nəql müəyyən hadisəni canlı, obrazlı şəkildə danışmaqdır. İzah hər hansı anlayışı, qaydanı dəlil və sübutlarla başa salmaqdır. Biz burada bütün fikir və ideyaları yazılı şəkildə qələmə almışıq.

Müşahidə metodu müəyyən məqsəd ilə, planlı və sistemli şəkildə qavrama prosesinin təşkili metodudur. O, cisim və hadisələr haqqında ilkin təsəvvürlər aşılamağa, müşahidəçilik bacarığının və müstəqilliyin inkişafına kömək göstərir.

Analiz

Bazar münasibətləri sistemi həm makro, həm də mikro səviyyədə maksimum iqtisadi effekt əldə etmək üçün şərait yaradan idarəetmə sisteminin ən universal modelidir. Bazar orijinal formada kəndin ərazisindəki satıcı və alıcıların yaxınlaşdığı və ya ölkənin ticarət yollarının keçdiyi ictimai yer idi. Bu nizam kölə və feodal cəmiyyətlərində mövcud idi, lakin bu, bazar iqtisadiyyatının fəaliyyət göstərməsi demək deyildi. Çünki əsas sərvəti əmək qabiliyyəti olan muzdlu işçilər ordusu hələ formalaşmamışdı. Torpaq hələ satış obyekti deyildi, sənətkarlar tək işləyirdilər və faizlə kreditlə pul verilməsi məhdud idi.

Nəticə

Müasir dövlətin iqtisadiyyatda rolu böyükdür. Dövlət öz ölkəsinin iqtisadi həyatının tənzimlənməsində fəal iştirak edir. Dövlət iqtisadi siyasətinin mahiyyətini təşkil edən iqtisadiyyatın tənzimlənməsidir.

Dövlət iqtisadi həyatı tənzimləmək üçün çoxsaylı iqtisadi, siyasi və hüquqi tədbirlərdən istifadə edir. Onların köməyi ilə dövlət sabit inkişafa və müasir bazar şəraitinin daim dəyişən şəraitinə uyğunlaşmaq üçün iqtisadi proseslərə müdaxilə edir. Dövlət inhisarçılığa qarşı çıxan və rəqabəti təşviq edən bazar proseslərini tənzimləyir. Böhranlar zamanı hökumətin iqtisadiyyata müdaxiləsi onların mənfi təsirlərini azaldır və onlardan çəkilməsini sürətləndirir. Dövlətin özü də bütövlükdə cəmiyyət üçün vacib olan iqtisadi fəaliyyət növlərində iştirak edir, lakin aşağı gəlirlilik üzündən özəl kapital cəlb etmir.

Nəticədə dövlət büdcəsinə vergidaxilolmalarının sayı artmış,sabit vergi sistemi yaradılmış və iqtisadi siyasətini rahat həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaradılmışdır.

Ədəbiyyatlar

1. Məmmədov F.Ə., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbiyev Y.A., Rzayev Z.H.,(2010), "Vergilər və Vergitutma", Dərslik, Bakı, 512s
2. Александров И.М.(2010), "Налоги и налогообложение", учебник / И.М. Александров; изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 10-е изд., перераб. и доп. М.:Дашков и К, 227 с
3. Бабич А.М., Павлова Л.Н.(2002), "Государственные и муниципиальные Финансы"., Учебник. М. ЮНИТИ, 521с
4. Дубов В.В.(1997), "Действующая налоговая система и пути ее совершенствования Финансы".- №4
5. Злобина Л.А., Стажкова М.М.,(2003), "Оптимизация налогообложения экономического субъекта", Москва, 432с.
6. Соколов А.А.,(2003), "Теория налогов", Москва 468с
7. Ходов Л.Г., (2003), "Налоги и налоговое регулирование экономики". Учебное пособие, Москва, 336 с

Понятие Финансовой Устойчивости Банка И Влияющие На Неё Факторы

Алиева Айдан

aydan_alievaa@mail.ru

Резюме

Обеспечение финансовой устойчивости – центральный вопрос для каждого субъекта рыночного предпринимательства. Это целиком относится и к деятельности коммерческих банков. Функционально финансовая устойчивость банка является сложным результатом разновекторного и разнопланового воздействия большого числа внутренних и внешних факторов, сопутствующих банковскому бизнесу. Одним из числа таких фак-торов выступает кредитная полити-ка банка, которая сама испытывает перманентное воздействие широкого спектра своих факторов. Финансово устойчивый банк имеет неоспоримые преимущества перед другими банками в конкурентной борьбе с ними. Финансовая устойчивость банка – решающий фактор его независимости от меняющейся конъюнктуры рынка, это самостоятельность при проведении политики. Наряду с этим, финансовая устойчивость банка - основа устойчивых взаимоотношений с клиентами и исходная точка для расширения своего бизнеса. Если представить экономическую устойчивость банка в виде пирамиды, то её вершиной, безусловно, будет финансовая устойчивость. Можно сказать, что финансовая устойчивость банка, представляемая в виде комплекса финансовых показателей, достаточно обстоятельно выражает всю устойчивость его бизнеса. Если же брать в масштабах всего банковского сектора той или иной национальной экономики, то от финансовой устойчивости каждого конкретного банка напрямую зависит устойчивость всей банковской системы. Следовательно, проблематика финансовой устойчивости не может ограничиваться рамками деятельности конкретного банка, а должна рассматриваться как одна из важнейших задач развития банковской сектора экономики. Устойчивость банковской деятельности должна рассматриваться по всем направлениям современного банковского бизнеса по аккумуляции временно свободных денежных средств бизнес-субъектов, домашних хозяйств и государства, резидентов и нерезидентов и дальнейшего перераспределения их между отраслями, сегментами, сферами экономики, группами заемщиков, регионами страны. Устойчивость банковской деятельности – это банковских услуг по всем направлениям коммерческой деятельности банков. Тем самым, в устойчивой работе каждого конкретного банка заинтересованы все общество, включая население, бизнес, государство. Невозможно не согласиться с мнением О.И.Лаврушина о том, что устойчивая деятельность банка как общественного института - это его развитие в соответствии с общественными интересами.

Ключевые слова: Финансовая Устойчивость Банка, Факторы Финансовой Устойчивости, Ликвидность Банка, Платежеспособность Банка

Введение

В теории финансового менеджмента можно найти различные определения термина «финансовая устойчивость предприятия». Обратимся к некоторым из них. Финансовая устойчивость - такое состояние финансовых ресурсов предприятия, а также их распределение и использование, которые обеспечивают развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. (Киреев, 2012).

Финансовая устойчивость - состояние финансов хозяйствующего субъекта, которое характеризуется:

- определенным набором финансовых показателей;

- финансовой независимостью от внешних заемных источников;

- способностью предприятия маневрировать финансовыми ресурсами;

- наличием необходимой суммы собственных средств для обеспечения основных видов деятельности. (Кован, 2009).

Есть мнение, что оптимальным является следующее определение финансовой устойчивости: такое общее финансовое состояние предприятия, при котором обеспечивается стабильно высокий результат его функционирования. (Паршенцев, 2005). Отмечается и то, что финансовая устойчивость - это отражение стабильного превышения доходов над расходами. Она обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами предприятия и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. (Лапуста, 2012).

Метод

Методология данной статьи базируется на таких общенаучных и специфических методах, как методы анализа – логического, факторного, сравнительного; методы количественного и качественного исследования основных тенденций и направлений формирования финансовой устойчивости банка; методы изучения и обобщения материалов касательно отечественной и зарубежной практики по теме статьи.

Анализ

Многолетние исследования ученых и практиков позволило им выделить несколько подходов, которые в целом не противоречат друг другу, а лишь являются взаимным дополнением, расширяя понимание данного термина.

Первый подход - результативный. Он определяет финансовую устойчивость с точки зрения положительных финансовых результатов деятельности предприятия (рост прибыли и капитала банка), что в результате позволяет ему обеспечивать свои обязательства за счет собственных источников. Второй подход - ресурсный. Он определяет финансовую устойчивость как обладание предприятием достаточным объемом финансовых ресурсов (в том числе при наступлении неблагоприятных событий) для ведения нормальной производственной деятельности. В некоторых случаях авторы дополняют данное определение условием независимости финансовых ресурсов предприятия от внешних источников. Третий подход - защитный. Он определяет финансовую устойчивость как способность организации противостоять негативным факторам внутренней и внешней среды, обладая преимущественно собственными средствами.

Исходя из полученных выводов, можно выделить следующие условия поддержания финансовой устойчивости организации:

- наличие достаточных финансовых ресурсов, позволяющих в любой момент времени осуществлять бесперебойную деятельность предприятия.

- преобладание в структуре финансовых ресурсов предприятия собственных средств, доля которых в размере более 50 % позволяет получить независимость от внешних займов.

Применяя предложенные условия финансовой устойчивости к деятельности банка, можно указать, что их использование в полной мере невозможно. В связи с этим становятся актуальными исследование финансовой устойчивости банков и определение характерных для нее признаков. Несмотря на то, что данный термин часто используется в научных трудах и официальных документах, регламентирующих деятельность коммерческих кредитных организаций, до настоящего времени в литературе не представлено его полного и однозначного определения.

Свой подход к пониманию финансовой устойчивости банка предложили специалисты рейтингового агентства «Эксперт РА»: способность в течение длительного времени поддерживать свою кредитоспособность. Другие исследователи трактуют ее, как способность противостоять возможным негативным факторам внутренней и внешней среды. (Бирюкова, 2009). Ряд авторов указывает, что под финансовой устойчивостью банка подразумевается способность банка выполнять базовые и новые появляющиеся функции независимо от характера внешних воздействий. (Овчинникова и Бец, 2006).

Таким образом, становится понятным, что ученые под финансовой устойчивостью понимают способность банка противостоять внешнему воздействию, не теряя своих функций. Авторы, придерживающиеся аналогичного мнения, указывают, что финансовая устойчивость банка - это способность поддерживать параметры своего функционирования в определенных границах, несмотря на воздействие различных дестабилизирующих факторов. Иными словами, финансовую устойчивость определяют как способность банка возвращаться в состояние равновесия после воздействия внешних возмущений. (Уразов, 2006).

Выделяют два подхода к понятию «финансовая устойчивость». На микроуровне - это способность банка функционировать, реализуя свои цели и задачи в отношении клиентов даже в условиях крайне неблагоприятных воздействий. На макроуровне устойчивость можно определить как способность банковской системы преодолевать кризисные ситуации в различных сферах и продолжать функционирование, не вызывая при этом необходимости у экономических агентов радикально менять свои цели в отношении сбережений, инвестиций и т. п. Объединяя предложенные подходы, ученый указывает, что финансовая устойчивость - это способность банка продолжать работу при возникновении шоков и потрясений.

Подобный подход характерен и для тех авторов, которые рассматривают финансовую устойчивость банка как его способность быстро восстанавливать свою основную функцию (трансформации сбережений в кредиты) после воздействия негативного шока. (Копан и Миноу, 2013). Указывается также на то, что устойчивостью банка можно считать его способность реагировать на внезапные изменения и сохранять приблизительно то же самое поведение (структуру) на протяжении длительного промежутка времени, т. е. адекватно и эффективно выполнять свои функции. (Тихонков, 2010). Отмечается, что устойчивость банка ─ это его способность:

- развиваться в соответствии со своими целями и общественными потребностями;

- сохранять организационную целостность, функциональность и возможность исполнять обязательства в условиях изменения внутренней и внешней среды, в том числе - ее негативного воздействия. (Мурати, 2012).

Данное определение подразумевает, что устойчивый банк может исполнять обязательства даже в условиях негативного изменения внутренней и внешней среды, не только обеспечивать защиту своих финансовых интересов, но и реализовать корпоративную социальную и экологическую ответственность. Под устойчивостью понимается также способность банка в динамичных условиях рыночной среды:

- противостоять внешним и внутренним негативным факторам;

- обеспечивать надежность вкладов юридических и физических лиц;

- защищать интересы акционеров;

- своевременно выполнять свои обязательства по обслуживанию клиентов. (Лукасевич, 2002).

Итак, в работах различных авторов рассмотрен достаточно широкий набор определений финансовой устойчивости коммерческого банка, что позволяет сделать ряд важных выводов о понимании данного термина российскими учеными. Некоторые исследователи подходят к финансовой устойчивости банка очень узко, учитывая лишь выполнение им условий кредитоспособности и ликвидности, функции трансформации сбережений в кредитные размещения. Другие указывают, что финансовая устойчивость банка может проявляться только при наступлении неблагоприятных событий, после чего устойчивый банк должен восстановить свое прежнее состояние и продолжить работу. Кроме того, ряд авторов под финансовой устойчивостью понимают способность банка защищать своих акционеров и вкладчиков при наступлении неблагоприятных событий. Нельзя сказать, что данные определения противоречат друг другу, но и законченного вида они также не имеют.

Таким образом, финансовую устойчивость можно определить как с позиций узкого понимания (ликвидность, платежеспособность банка), так и с позиций широкого понимания - восстановление своего состояния после воздействия различных дестабилизирующих факторов (под восстановлением состояния понимается способность банка вернуться в прежнее положение, продолжив выполнять свои функции и достигать поставленных целей и задач).

Следует отметить, что кредитная политика банка всегда меняется в зависимости от состояния экономики и не является постоянной. Существует много факторов, которые на это влияют. Коммерческие банки принимают участие в перераспределении финансовых ресурсов между различными секторами экономики. Такой вид банковских операций, как кредитование, генерирует большую прибыль. Однако, выполняя такую операцию, банк несет определенный риск. Следовательно, необходимы меры для обеспечения минимизации рисков, которые банк должен принять до начала процесса кредитования. Основное внимание финансового учреждения к разработке процедур кредитования заключается в том, чтобы снизить риск невыполнения заемщиком своих обязательств к минимуму путем воздействия различных факторов. (Зернова и Талибов, 2016).

Ключевыми моментами, на которые должен обратить внимание банк при формировании кредитной политики, являются:

- анализ финансовой надежности клиента до кредитования;

- составление алгоритма принятия решений о выборе надежных заемщиков;

- определение условий кредита (период погашения кредита заемщиком, процентные ставки для разных клиентов);

- создание технологий, гарантирующих выполнение кредитных обязательств (в отношении проблемных клиентов с просроченной задолженностью). (Зернова, 2016).

Именно поэтому правильно сформированная кредитная политика банка нацелена на определение таких финансовых показателей, как порог рентабельности или ликвидность.

Нельзя не учитывать влияние различных факторов на осуществление мониторинга и использование кредитов. В связи с этим руководство банка анализирует кредитоспособность клиентов, учитывая характер кредита, период кредитования клиента, безопасность кредита. Основными факторами, влияющими на кредитную политику банка, являются:

- внутренние факторы (процессы внутри банка);

- внешние факторы (процессы, происходящие за пределами банка).

Разница в типах факторов кредитной политики ставит ряд целей и задач их систематизации. Эти классификации используются специально для целей контроля, а также для принятия дальнейших решений, которые повлияют на эффективное функционирование банка.

Уровень развития экономики страны является ключевым внешним фактором. Многие причины лежат в определении местоположения области бизнеса (экономики), в которой банк планирует поддерживать и развивать бизнес. Спрос на кредит у населения, уровень конкуренции в конкретной области, способность банка искать клиентов и поддерживать сотрудничество с ними, наличие ресурсов кредитной организации – все это влияет на выбор места, в котором банк хочет осуществлять свою деятельность.

Рост валового внутреннего продукта, уровень инфляции также можно определить как внешние факторы, влияющие на приоритеты банка на кредитном рынке. Денежная политика Центрального банка, изменяющая ключевую процентную ставку, также оказывает влияние на коммерческие банки в виде спроса на банковские ресурсы в процессе кредитования, путём увеличения или уменьшения процентной ставки.

Следует также отметить политику государства в качестве внешнего фактора, который влияет на стратегию и тактику банка в процессе кредитования населения и предприятий. Например, если правительство уделяет пристальное внимание развитию частной собственности и рыночных отношений, то, вероятно, это способствует привлечению и росту частного банковского капитала, росту числа кредитных организаций в стране.

Причиной медленного развития банковского сектора и дальнейшего ослабления собственных средств банка могут выступать нестабильность в рыночной экономике в целом и банковском секторе – в частности.

Авторы выделяют несколько классификаций факторов кредитной политики, которые различаются по критериям и параметрам. К внешним факторам можно отнести регулирующие факторы:

- национальное банковское законодательство;
- аспекты международных отношений;
- финансовая политика государства;
- учредительные и внутренние документы банка.

Другая группа классификации представляет собой внутренние факторы:

- стоимость капитала;
- ликвидность банка;
- квалификация персонала;
- внутренний контроль;
- процентные ставки;
- ИТ-технологии.

В связи с постоянными изменениями в законодательной базе, касающихся коммерческих банков, важны регулятивные факторы. В результате анализа нормативной базы, определяющей и регулирующей деятельность коммерческих банков, ученые-экономисты и практики банковского дела отмечают, что обычно в условиях кризиса наблюдается ужесточение правил и более тщательный контроль за их соблюдением со стороны Центрального банка (финансового регулятора). При этом ссылаются на статистику сокращения числа банков путем аннулирования их лицензий. Достаточно вспомнить, что после девальваций маната, за 2016-2019 гг. число коммерческих банков в Азербайджане сократилось на треть. Параллельно с этим произошло стремительное снижение качества кредитного портфеля отечественных банков. В связи с негативными последствиями влияния банковского кризиса после девальваций маната, возникла серьезная проблема с возвратом ранее взятых населением кредитов с известным социальным подтекстом. Ситуацию удалось выровнять только после известного Указа Президента Азербайджанской Республики.

Важным моментом в процессе развития кредитной политики является также наличие необходимых финансовых ресурсов. При разработке стратегии определения приоритетов на рынке кредитования необходимо определить структуру банковских фондов. Ограниченный доступ к финансовым ресурсам и невозможность рефинансирования заемных средств часто вступает основной проблемой для банков, особенно в условиях международного финансового кризиса. Причиной этого может быть заметное увеличение стоимости средств для большинства заемщиков или отсутствие доступа к рынку капитала. (Зернова и Ильина, 2015).

В дополнение к вышеотмеченным факторам кредитной политики существуют также отраслевые принципы, которые влияют на процесс банковского кредитования, а именно:

- особенности периода времени, в течение которого происходит полный оборот средств;

- различное формирование стоимости продукции в зависимости от отрасли (структура затрат).

Что касается группы внутренних факторов, то банк в состоянии регулировать их. От них напрямую зависит качество управления банком. Собственный капитал является основным показателем масштаба кредитных операций.

Структура пассивов и стабильность депозитов банка, их структура по срокам привлечения оказывают непосредственное влияние на возможности кредитования. Банк должен стремиться привлекать средства на срочные депозиты, которые являются более надежным кредитным ресурсом, позволяют лучше прогнозировать и планировать размещение этих средств в качестве кредитов. Непосредственную связь между активами (требованиями) и пассивами (обязательствами) банка регламентируют нормативы мгновенной ликвидности, текущей ликвидности, долгосрочной ликвидности. При определении кредитной политики соблюдение этих нормативов позволяет следовать золотому банковскому правилу: требования и обязательства банка должны соответствовать друг другу по суммам и срокам, т.е. поддерживать ликвидность.

Выводы

Таким образом, кредитная политика современного коммерческого банка должна всегда четко определять цель кредитования физических и юридических лиц, должна содержать правила и инструменты реализации целей с учетом факторов, влияющих на них.

Чтобы обеспечить постоянный рост прибыли, коммерческий банк должен иметь широкий спектр банковских услуг, удобных для пользователя, каналы дистанционного обслуживания и благоприятные условия осуществления кредитных операций. Кредитная политика – это основа прибыли коммерческого банка, грамотная организация направленного контроля финансовой организации определяет приоритеты в кредитном процессе.

Если конкретный банк правильно анализирует все факторы, то в целом такой банк будет в состоянии вести рациональную кредитную политику. Коммерческий банк станет более конкурентоспособным и сможет получить больше прибыли в постоянно меняющихся условиях современной рыночной экономики.

Обобщение учеными-экономистами практики реализации кредитной политики коммерческих банков позволяет сделать вывод о том, что проблемы обеспечения сбалансированной кредитной политики в первую очередь затрагивают отдельные организационно-методологические аспекты ее реализации. Ключевыми среди них являются:

- отсутствие общей стратегии обеспечения сбалансированной кредитной политики;

- отсутствие координации между структурными подразделениями банка, участвующих в реализации его кредитной политики;

- отсутствие методологических подходов к реализации сбалансированной кредитной политики;

- риска дисбаланса в кредитной политике коммерческого банка.

Литература

1. Киреев И. В. (2012) Формы и методы обеспечения финансовой устойчивости промышленных компаний РФ в посткризисный период: автореф. дис. канд. экон. наук. Орел. – 24 с.
2. Кован С. Е., Кочетков Е. П. «Финансовая устойчивость предприятия и ее оценка для предупреждения его банкротства». Журнал «Экономический анализ: теория и практика», 2009, № 15.
3. Паршенцев А. С. «Финансовая устойчивость предприятия». Журнал «Современные наукоемкие технологии», 2005, № 2.
4. Лапуста М. «Определение характера финансовой устойчивости предприятия». Журнал «Антикризисное и внешнее управление», 2012, № 2.
5. Бирюкова Е. Ю. «Банковское предпринимательство, старые и новые задачи». Журнал «Российское предпринимательство», 2009, № 12.
6. Овчинникова О. П., Бец А. Ю. «Основные направления обеспечения динамической устойчивости банковской системы». Журнал «Финансы и кредит», 2006, № 22.
7. Уразов С. А. «Устойчивость банковской системы: теоретические и методологические аспекты». Журнал «Банковское дело», 2006, № 12.
8. Копан Т., Миноу К. «Устойчивость кредитования». Журнал «Финансы и развитие», 2013, № 3.
9. Тихонков К. С. (2010) Обеспечение устойчивости и безопасности банковской системы России при переходе к модернизационному развитию: автореф. дис. докт. экон. наук. Москва. - 50 с.
10. Мурати А. И. Оценка и обеспечение устойчивости банков на основе контрольных параметров их деятельности: автореф. дис. канд. экон. наук. Санкт-Петербург. - 23 с.
11. Лукасевич М. Я. «Совершенствование методов оценки надежности банков». Журнал «Бухгалтерия и банки», 2002, № 9.
12. Зернова Л.Е., Талибов И. «Теоретические аспекты формирования кредитной политики коммерческого банка». Сборник статей Международной научно-практической конференции «Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки», Курган, 2016.
13. Зернова Л.Е. «Основные подходы к изучению поведения заемщиков». Сборник научных работ, посвященных 15-летию Департамента аудита и контроля МГУДТ «Актуальные проблемы и тенденции экономического развития организаций в России», 2016.
14. Зернова Л.Е., Ильина С.И. «Совершенствование кредитной политики коммерческого банка». Труды VI Международной научно-практическая конференция «Инновационные экономические реформы в условиях риска и неопределенности», 2015.

Dövlət Orqanlarının Büdcə Xərclərinin Səmərəliliyinin və Effektivliyinin Artırılması İstiqamətləri

Elçin Zeynalov

zeynalovelcin1996@gmail.com

Xülasə

Məqalədə dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin və effektivliyinin artırılması ilə əlaqəli problemlərin təhlili verilir, onların rasional həllinin büdcə planlaşdırması və maliyyələşdirilməsinin yeni forma və metodlarından istifadə etməklə mümkün olduğu sübut edilmişdir. Bu məqsədlər üçün dövlət tənzimlənməsinin artırılmasının və ölkədə sosial-iqtisadi siyasət kursunun dəyişdirilməsinin zəruriliyi vurğulanmışdır. Dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyi dövlət idarəetməsinin keyfiyyətini və səmərəliliyini səciyyələndirir və dövlətin sosial rifahının və iqtisadi inkişafının təmin edilməsinin əsas şərtlərindən biridir. Dövlət orqanlarının büdcəsinin hazırlanması və icrası prosesində proqram yönümlü bir yanaşmanın inkişaf etdirilməsinin vacibliyi müzakirə olunur. Bu yanaşmanı həyata keçirmək üçün ən kəskin sosial və iqtisadi problemlərin həllinə yönəlmiş idarələrarası proqramlar üçün büdcə bölgüsü sisteminin tətbiqi təklif olunur. Büdcə maliyyələşdirmə prinsiplərinə əsaslanaraq müəllif daxili işlər orqanları kimi bir quruluşun büdcə maliyyələşdirilməsinin idarə edilməsində proqram-yönümlü yanaşmanın həyata keçirilməsi üçün bir sıra istiqamətləri əsaslandırır. Dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyi dövlət idarəetməsinin keyfiyyətini və səmərəliliyini xarakterizə edir və dövlətin sosial rifahının və iqtisadi inkişafının təmin edilməsinin əsas şərtlərindən biridir. Dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin artırılması ən vacib vəzifələrdən birinə çevrilir, onun həlli əmanət ehtiyatlarını axtarmaq üçün kifayət deyil, dövlət qurumlarında sistematik dəyişikliklər, səmərəli hökumət qərarlarının qəbul edilməsi üçün praktik texnologiyaların yaradılması tələb olunur. Dövlət orqanlarının büdcə xərcləri ümumi vəziyyəti qiymətləndirərək etiraf etmək lazımdır ki, bütün səviyyələrdə büdcə xərcləmələrinin effektivliyi kifayət qədər qalır.

Açar sözləri: səmərəlilik, dövlət orqanları, büdcə, büdcə xərcləri, effektivlik

Giriş

Əlbətdə ki, hər hansı bir dövlətin maliyyə sistemində mərkəzi yeri büdcə tutur. Bu, dövlətin fəaliyyətini maliyyələşdirmək üçün istifadə etdiyi pul fondudur və onun köməyi ilə iqtisadi proseslərə təsir göstərir. Dövlət büdcəsi müdafiə tədbirlərini, elmin inkişafı, təlim, hökumət və infrastrukturu maliyyələşdirir. Büdcə fondları iqtisadiyyatın struktur tənzimlənməsinin, perspektivli istehsal sahələrinin inkişafı, yeni depozitlərin və yeni texnologiyaların inkişafının maliyyələşdirilməsinin əsas mənbəyidir (İbrahimov, Nuriyev, 2018). Büdcənin tənzimləyici rolu əlaqələrin müvafiq qrupları - büdcənin gəlir və xərcləri ilə özünü göstərir. Büdcə xərcləri dövlət və bələdiyyə idarəetmə prosesinin həyata keçirilməsini təmin edən ehtiyacları mümkün qədər ödəmək üçün maliyyə sərvətlərinin dövlətin sərəncamında yenidən bölüşdürülməsi formasıdır. Xərclərin əsas məqsədi dövlət hakimiyyəti və yerli özünüidarəetmə orqanlarının öz funksiya və vəzifələrini yerinə yetirmələrini təmin etməkdir. Eyni zamanda büdcə xərcləri həm məcmu tələbə, həm də məcmu təklifə təsir edən vacib amildir. Məcmu tədarükün stimullaşdırılması təsərrüfat subyektlərinin büdcəsindən subsidiya və borc vermək, malların, işlərin və xidmətlərin dövlət ehtiyacları üçün verilməsi dövlət sifarişlərinin yerləşdirilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Bu maliyyə siyasəti ilə məcmu tədarükün və deməli ümumi daxili məhsul istehsalının stimullaşdırılmasına yönəldilmiş büdcə xərclərinin daha da artması üçün ilkin şərait yaradır. Büdcə xərclərinin məcmu tələbə təsiri birbaşa büdcə investisiyaları, əhalinin ehtiyaclı təbəqələrinə sosial ödənişlər, habelə ictimai məhsul istehsalının maliyyələşdirilməsi hesabına təmin edilir. Büdcə xərcləri büdcə vəsaitlərindən

istifadənin səmərəliliyini artırmaq məqsədi ilə büdcə maliyyələşdirməsinin adekvat formalarından istifadə etməklə sosial-iqtisadi proseslərə təsir göstərir (Vəliyev, 2010).

Beləliklə, büdcə xərclərinin səviyyəsi şirkətin iqtisadi fəaliyyətində və ümumi iqtisadi tarazlığın təmin edilməsində dövlətin iştirak səviyyəsini göstərir. Dövlət büdcəsi xərclərinin dinamikasının tədqiqi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının dərəcəsi, dövlət siyasətinin prioritetləri, maliyyə mənbələrinin qeyri-bərabər paylanması nəticəsində meydana çıxan disbalanslar və dövlət öz funksiyalarını yerinə yetirdiyi zaman maliyyə mənbələrinin paylanmasının daha da yaxşılaşdırılması istiqamətləri barədə mühüm məlumat verə bilər. Unutmayaq ki, iqtisadi qloballaşma şəraitində hazırkı inkişaf mərhələsində ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına aparıcı xarici ölkələrin inkişafını müəyyənləşdirən eyni prioritetlər təsir etməlidir və dövlət maliyyə siyasəti bu prioritetlərin həyata keçirilməsinə yönəldilməlidir (Novruzov, İbrahimov, 2012).

Bu gün Azərbaycan, ilk növbədə, Dövlət Fondunda yığılan vəsait şəklində böyük ehtiyatlar yaratdı. Dövlət büdcə profisitlə icra olunur. Gəlirlərin büdcə xərclərindən artıq olması dövlət maliyyə axınlarının tarazlığının xüsusi bir növüdür, bu halda dövlət maliyyə siyasətinin yüksək səmərəliliyi barədə birmənalı danışmaq mümkün deyil. İnkişaf etmiş xarici ölkələrdən sosial sahənin maliyyələşdirilməsinin həcmində əhəmiyyətli bir geriləmə şəraitində dolayı təsir əhalinin yaşayış səviyyəsinin aşağı olması və sosial xərclərin maliyyələşdirilməməsindən ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına vurduğu zərərdir (Карасевой, 2010).

Dövlət orqanlarında büdcə xərclərin səmərəliliyi

Cəmiyyətə xidmət göstərmək üçün dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi dövlət maliyyə sisteminin bütün səviyyələrində büdcə planlaşdırması və islahatlarının müasir siyasətinin prioritetlərindən biridir. Qəbul edilmiş xərc öhdəlikləri üçün dövlət məsuliyyət daşıyır və xərclənən büdcə vəsaitlərinin müəyyən bir nəticə verdiyini və ya müəyyən bir nəticə ilə xərcləndiyini sübut etməlidir. Bundan əlavə, əldə olunan effektlər kifayət qədər etibarlı olmalıdır və ərazilərdə, proqramlarda, ictimai ehtiyacların büdcə maliyyələşdirilməsi layihələrində müəyyən rəqəmsal dəyərlərlə təsdiqlənməlidir. Beləliklə, hazırda həyata keçirilən büdcə islahatlarının əsas problemi büdcə sisteminin bütün səviyyələrində dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyini artırmaqdır, çünki bu, gəliri ilə müqayisədə müasir şəraitdə səmərəliliyin artmasında daha vacib amildir. Bu məsələ hazırda Azərbaycan iqtisadiyyatının böhrandan sonrakı bərpası və nəticədə büdcənin gəlir hissəsi ilə bağlı qeyri-sabit vəziyyətin yaranması kontekstində xüsusilə aktualdır.

Dövlət orqanlarında büdcə xərclərin effektivliyi və artırılması istiqamətləri

İqtisadi ədəbiyyatda “effektivlik” anlayışı nisbi bir anlayış kimi hər hansı bir hadisənin nəticəsinin və onun həyata keçirilməsinin dəyərinin nisbəti ilə ifadə olunur və kəmiyyətcə və keyfiyyətlə müəyyənləşdirilməsinin özünəməxsusluğuna malikdir. Dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin keyfiyyət komponenti büdcə planlaşdırmasına xas olan müəyyən keyfiyyət xüsusiyyətlərinə nail olmaqdır. Məsələn, dövlət siyasətinin prioritetlərinə uyğun olaraq dövlət maliyyəsinin ən effektiv idarə olunması üçün şərait və ilkin şərtlərin yaradılması. Kəmiyyət tərəfində, səmərəlilik kəmiyyət nəticəsinin əldə olunma dərəcəsidir və bu nəticənin oxşar hərəkətlərin nəticələrinin cəmlənməsi ilə sonrakı müqayisəsidir. Dövlət maliyyəsi sahəsində “səmərəlilik” anlayışının özünəməxsus xüsusiyyətləri var (Xankişiyev, Əliyev, Bağırov, Həsənli, Bədəlov, 2013).

Büdcə xərcləri ümumilikdə dövlət xərclərinin mühüm hissəsi olmaqla milli pul fondunun vəsaitlərindən istifadə ilə əlaqədar yaranan iqtisadi münasibətləri ifadə edir.

Maddi təcəssümünə görə, büdcə xərcləri dövlətin və yerli özünüidarəetmə orqanlarının vəzifələri və funksiyalarının maliyyə dəstəyi üçün ayrılmış pul vəsaitlərini təmsil edir. Bunlar büdcə xərclərinin funksional təsnifatında əks olunur.

Dövlət büdcəsi qarşılıqlı möhkəmlənən iki hissədən ibarətdir: gəlir və xərc.

Gəlir hissəsi cəmiyyətin gəlirlərinin daha çox hissəsini ayırdığı dövlətin fəaliyyətini maliyyələşdirmək üçün vəsaitin haradan gəldiyini göstərir. Gəlir strukturu uyğun deyil və ölkənin inkişafının konkret iqtisadi şəraitindən, bazar şəraitindən və mövcud iqtisadi siyasət siyasətindən asılıdır. Büdcə gəlirlərinin strukturundakı hər hansı bir dəyişiklik iqtisadi proseslərdə dəyişiklikləri əks etdirir.

Dövlət orqanlarının büdcə xərcləri gəlirlərlə sıx bağlıdır. Bu əlaqə xərclərin gəlirlə kəmiyyət uyğunluğunda ifadə olunur. Bir tərəfdən büdcə xərclərinin miqdarı gələn gəlirlərin sərt çərçivəsi ilə məhdudlaşır, ikincisi, öz növbəsində, dövlətin iqtisadi imkanları ilə müəyyən edilir. Digər tərəfdən, büdcə vəsaitlərindən düzgün istifadə ilə edilən xərclər gəlir artımına tərs təsir göstərə bilər, istehsalın artmasına, elmin inkişafına və insan resurslarının yaxşılaşdırılmasına kömək edir (İbrahimov, Nuriyev, 2018).

Büdcə, dövlətin və yerli idarəetmənin vəzifələrini və funksiyalarını həll etmək üçün nəzərdə tutulmuş təhsil və vəsaitlərin xərclənməsi formasıdır.

Dövlətin və onun tərkibinə daxil olan sosial-ərazi subyektlərinin büdcə xərclərinin spesifikliyi onların dövlətin vəzifələrini və funksiyalarını, ictimai həyatın müxtəlif sahələrində siyasətini əks etdirən hadisələrin maliyyələşdirilməsində əsas yükünün olmasıdır. Buna görə büdcə xərcləri dövlətin və yerli özünüidarəetmənin vəzifələrini və funksiyalarını maliyyələşdirmək üçün istifadə olunan vəsaitlərdir. İqtisadi məzmun baxımından büdcə xərcləri dövlət və fiziki və hüquqi şəxslər arasında müxtəlif səviyyəli büdcə vəsaitlərinin bölgüsü və istifadəsi ilə əlaqədar dövlət orqanları ilə yerli özünüidarəetmə orqanları arasında yaranan pul münasibətləridir. Dövlətin funksiyalarının genişlənməsi büdcə xərclərinin miqyasının sürətlə artması ilə müşayiət olunur ÜMM artım tempini aşır. Xərc tərəfi dövlətin cəmiyyətin iqtisadi maraqlarını nəzərə almalı olduğuna görə bütün iqtisadiyyatı əhatə edir. Hər il büdcə xərclərinin strukturu büdcə planında müəyyənləşdirilir və ölkədəki iqtisadi vəziyyət və sosial prioritetlər ilə müəyyən edilir. Büdcə xərcləri sosial inkişafın idarə edilməsində dövlətin funksiyaları ilə əlaqədardır və bunlar vasitəsilə cəmiyyətin iqtisadi və sosial vəziyyətinə təsir göstərir. Buna görə xərclərin strukturu, xüsusən konsolidasiya edilmiş və dövlət büdcəsi dövlət idarəetmə strukturunu əks etdirir. Büdcə xərclərinin quruluşu kimi ölçüsü, dövlətin xarici və daxili siyasəti, dövlət quruluşu, əhalinin rifahı, iqtisadi inkişafın ümumi səviyyəsi kimi bir çox amillərdən təsirlənir dövlət sektorunun iqtisadiyyatdakı payı və s. onların birləşməsi sosial-iqtisadi inkişafın müəyyən mərhələsində dövlətin büdcə xərcləri sistemini müəyyənləşdirir.

Büdcə xərclərinin səmərəliliyinə artan tələblər məsələsinin çox açıqlanması bazar münasibətlərinin dövlətə təsirinin nəticəsidir. Üstəlik, bu, dövlətin bazar münasibətlərinə sərhədsiz keçməsi deyil, yalnız təsirdir, çünki qeyd olunduğu kimi, əhaliyə göstərilən sosial xidmətlər əsasən pulsuz olmalıdır. Baxmayaraq ki, bu "pulsuz" çox nisbi bir anlayışdır. Beləliklə, məsələn, pensiyaçılara pensiya ödənişləri sahəsində dövlət xidmətləri tam və səmərəli işlədikləri dövrdə qazandıqları, lakin tam əmək haqqı almadıqlarıdır. Yeri gəlmişkən, siyasətində ən azı minimal sosial element olan hər

hansı bir dövlət üçün ÜDM və milli gəlirin bir hissəsini dövlət büdcəsinə toplamaq normaldır ki, sonradan həmin şəxslərə verilə bilər (Карасевой, 2010).

Büdcə xərclərinin səmərəliliyi:

- iqtisadi, sosial və siyasi qiymətləndirmələrə əlavə olaraq daha geniş bir konsepsiyadır. Buna görə onların effektivliyini xərclər və mənfəət kimi kəmiyyət göstəriciləri ilə ölçmək mümkün və qeyri-realdır. Qısa müddətdə büdcə xərcləmələrinin səmərəliliyini ölçmək mümkün deyil. Sosial sahəyə büdcə xərclərinin maliyyələşdirilməsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün iqtisadiyyatın bazar korporativ sektorunun meyarları - "burada və indi
- mənfəət - yalnız qəbuledilməz, həm də məntiqsizdir. Məsələn, büdcə xərclərinin təhsildə səmərəliliyi, yəni dövlət pulunun bir insana yatırılması, millətin qorunub saxlanması və çiçəklənməsi, eləcə də gələcəkdə ölkənin canlılığının təmin edilməsi üçün tələb olunur. Bu əsas tədqiqat və sağlamlığa aiddir. Bu gün sosial sahənin və elmin yuxarıdakı sahələrinin dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi təkcə intellektual, elmi və texniki potensialın yox, həm də millətin mədəni və mənəvi təməlinin məhv edilməsidir. Bu, nəhayət, aşağı nəsillər, sabah əhalinin azalmasıdır.

Büdcə xərclərinin və bütövlükdə dövlət büdcəsinin səmərəliliyinin kəmiyyət ölçməsinin xarakteri və mürəkkəbliyi onların göstəricilərinin büdcənin cəmiyyətdə oynadığı iqtisadi və sosial rolla əlaqəli olması ilə ifadə olunur.

Büdcə prosesində islahatların aparılması beynəlxalq təcrübəsi dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin artırılmasına yönəldilmiş və fəaliyyət meyarlarına uyğun olaraq dövlət maliyyəsi idarəetmə sisteminin lehinə büdcə planlaşdırılmasından imtina, monitorinq, qiymətləndirmə və büdcə tərtibatının müxtəlif istiqamətlərini tətbiq edən, nəticələrə istiqamətlənmiş istiqamətdə inkişaf edir. Azərbaycan Respublikasında büdcə prosesində islahat eyni yolu tutur. Azərbaycan Respublikasında büdcə qanunvericiliyinin təkamülünün əsas meylləri xərcləri deyil, icraçıların yerinə yetirən funksiyaları maliyyələşdirmək, büdcə idarəçiləri və alıcılarının müstəqilliyini və səlahiyyətlərini genişləndirmək və diqqəti büdcənin icrasını nəzarətdən elan edilmiş nəticələrin əldə olunmasına nəzarət etməkdən dəyişdirməkdir. Planlaşdırma üfüqi genişlənir, qısamüddətli dövrdən orta müddətli planlaşdırmaya keçir. Beynəlxalq praktikada dövlət orqanlarının büdcə xidmətlərinin göstərilməsində iştirakı büdcə xərclərinin səmərəliliyinin artırılması, büdcə institutlarının yenidən qurulması, onların təşkilati və hüquqi formasının dəyişdirilməsi, mənbələrdən istifadədə müstəqilliyinin artmasına, maliyyə nəticələrinin əldə edilməsinə görə məsuliyyətə və bununla da səmərəliliyin artırılmasına səbəb olan bir vasitədir. Hal-hazırda beynəlxalq praktikada ümumi olan və ölkəmiz üçün aktual olan dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin artırılmasının aşağıdakı əsas istiqamətləri mövcuddur:

1) BOR alətlərinin tətbiqi;

2) dövlət orqanlarının islahatı;

3) dövlət orqanlarında maliyyə idarəetməsinin təkmilləşdirilməsi.

Hazırda Azərbaycan üçün aktual olan dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin artırılmasında əsas vasitələrdən biri nəticəyə yönəlmiş büdcə (BOR) prinsiplərinə əsaslanan büdcə formalaşdırılması metodlarının tətbiq edilməsidir. Ümumiyyətlə, BOR modeli büdcə vəsaitlərinin konkret nəticələrin əldə edilməsindən asılı olaraq büdcə alıcıları arasında bölüşdürülməsini və

bununla da büdcə vəsaitlərinin ən səmərəli xərclənməsini təmin edir. Eyni zamanda, vəsaitlər sosial gözləntilərə və prioritetlərə nisbətdə bölüşdürülür. Həqiqətən, dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyinin ümumi qiymətləndirilməsi üçün əsas iki əsas konsepsiyaya əsaslanır: göstərilən xidmətlərin həcmini xərclərə və sosial səmərəliliyə aid edən, müəyyən bir sosial nəticənin əldə olunma dərəcəsi kimi müəyyənləşdirilən iqtisadi səmərəlilik. Bu şəkildə dövlət xidmətlərinin maya dəyəri hesablanacaq maliyyə standartlarının işlənib hazırlanması xidmətlərin göstərilməsində son məqsədlərin müəyyən edilməsindən əvvəl olmalıdır.

Dövlət orqanlarının fəaliyyətində əsas həll olunmamış problemlər arasında büdcə xərcləmələrinin səmərəliliyinin artırılmasının ikinci istiqaməti çərçivəsində aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- mövcud hesablanmış maliyyələşdirmə mexanizmi büdcə qurumlarının fəaliyyətinin nəticələri ilə əlaqəli olmadığı üçün səmərəsizdir;
- kvazi büdcə təşkilatlarının saxlanması (gəlirlərinin böyük bir hissəsi pullu xidmətlərdən gəlirdir), qeyri-bazar əsasları ilə dövlət xidmətləri göstərən qurumların maliyyələşməsinin artmasına mane olur;
- büdcə müəssisəsi rəhbərliyinin sahibkarlıq fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlirləri idarə etmək üçün hərəkətlərinin hüquqi tənzimlənməməsi bu vəsaitlərin səmərəsiz istifadəsinə, həmçinin birbaşa sui-istifadəyə səbəb olur.

Büdcə şəbəkəsinin modernləşdirilməsi aşağıdakı əsas istiqamətlərdə aparılır:

- büdcə vəsaiti alanların mövcud şəbəkəsinin optimallaşdırılması;
- büdcə qurumlarının yenidən təşkili və dövlət (bələdiyyə) xidmətlərinin göstərilməsinin (maliyyələşdirmə, istehlak subsidiyaları, tənzimləmə və məqsədli maliyyələşdirmə) maliyyələşmənin yeni formalarına keçidi;
- Respublikanın subyektləri və yerli hakimiyyət orqanları səviyyəsində BOR-un formalaşdırılması metodlarının tətbiqi.

Dövlət və bələdiyyə unitar müəssisələrinin yenidən təşkili aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- fəaliyyətləri dövlətin funksiyalarına, habelə məqsəd və vəzifələrə uyğun olmayan unitar müəssisə və müəssisələrin sayının azalması;
- hüquqi statusunu saxlayan unitar müəssisələr.

Dövlət orqanlarının büdcə xərcləmələrinin səmərəliliyinin artırılmasının üçüncü istiqamətində maliyyə idarəetməsinin keyfiyyətini artırmaq lazımdır, çünki əsas problemlərdən biri dövlət orqanlarında idarəetmənin qeyri-kafi səviyyəsidir. Maliyyə menecmenti, dövlət orqanının məqsədlərinə çatmaq üçün fəaliyyətinin maliyyə aspektlərinin idarə olunduğu bir sistemdir. Sistem büdcə xərclərini və nəticələrini idarə edənlərə daha çox qərar vermə azadlığını təmin etməyi əhatə edir. Dövlət sektorundakı maliyyə menecmenti resursların səmərəli istifadəsini təmin edən aşağıdakı proses və prosedurlardır:

- sosial-iqtisadi siyasətin məqsədlərinə çatmaq üçün məhdud mənbələrdən istifadənin ən təsirli yollarını müəyyənləşdirmək;
- qərarların effektiv icrasını təmin etmək;
- məsuliyyət nümayəndə heyəti;
- fəaliyyətə və onun nəticələrinə görə məsuliyyət və hesabatlılıq.

Buna görə də dövlət maliyyəsinin səmərəli və məsuliyyətli idarə edilməsinin əsas hədəfinə - büdcə xərclərinin səmərəliliyini və effektivliyini artırarkən keyfiyyətli xidmət göstərmək - dövlət orqanlarında müasir idarəetmə prosedurları və proseslərini tətbiq etməklə büdcə dövrünün bütün mərhələlərini ardıcıl şəkildə islah etmək lazımdır (İbrahimov, Nuriyev, 2018).

Metod

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla reallaşdırılacaqdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyatlar qarşılaşdırılacaqdır. Tədqiqat işində ilkin və sonrakı metodlardan qarşılaşdırılaraq üçüncü bir metoddan istifadə olunacaqdır. Məqalənin yazılması zamanında əhəmiyyətli zamanlarda başqa metodlardanda istifadə oluna bilinər, bunları nümunə olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Növbəti metod modelləşdirmədir ki, bu metod ilə reallıqda mövcud olan tədqiqat obyekti süni şəkildə yaradılmış bir modelə köçürülür. Bu vəziyyətlərin daha uğurlu modelləşdirilməsi və reallıqda əldə edilməsi çətin olacaq nəticələr əldə etmək məqsədi ilə edilir.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

Analiz

Beləliklə, dövlət maliyyə islahatlarının əsas məqsədi dövlət orqanlaının büdcə xərclərinin səmərəliliyini artırmaqla əhaliyə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini artırmaqdır. Bu məqsədə şəffaflıq, davamlılıq və effektivlik prinsiplərinə əsaslanan və ən yaxşı beynəlxalq təcrübəyə cavab verən effektiv və məsuliyyətli dövlət maliyyə idarəçiliyinə mərhələli keçid yolu ilə nail olunur. Büdcə sisteminin bütün səviyyələrində büdcə islahatları zamanı atılan addımlar, BOR prinsiplərinə uyğun olaraq büdcənin planlaşdırılması və orta müddətdə qərarların keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün müəyyən bir çərçivə qoydu, dövlət maliyyə menecmentində daha da irəliləmənin və əsas məqsədə çatmanın – Azərbaycan Respublikasında şəffaflıq, davamlılıq və effektivlik prinsipləri əsasında dövlət maliyyə idarəçiliyinə keçid üçün zəmin yaratdı. Eyni zamanda, bütün problemlər həll olunmadı. Bütün səviyyələrdə büdcə vəsaitlərindən səmərəli istifadənin olmaması büdcənin planlaşdırılması islahatı ilə bağlı bir sıra sənədlərin qəbul edilməsinə səbəb olmuşdur.

Nəticə

Nəticə yönümlü büdcələşdirmənin uğurla həyata keçirilməsi üçün həm büdcə qurumlarına, həm də bütövlükdə büdcə vəsaitlərinin idarəetmə sisteminə aid bir sıra dəyişikliklər etmək lazımdır. Ümid etmək lazımdır ki, dövlət orqanlarının büdcə sisteminin daha da modernləşdirilməsi heç də az effektiv olmayacaq və mövcud yeniliklərlə birlikdə büdcə xərclərindən daha səmərəli və effektiv istifadə etməyə imkan verəcəkdir.

Beləliklə, dövlət orqanlarının büdcə xərclərinin səmərəliliyi problemi çoxşaxəlidir, elmi-nəzəri, ictimai-siyasi, hüquqi, metodoloji, praktiki xarakterli geniş mövzuları əhatə edir. Bu problem ilk növbədə büdcə planlaşdırması və maliyyələşdirilməsinin yeni formaları və metodlarından (büdcə

tərtibatı, orta müddətli büdcə planlaşdırması, büdcə xərcləmələrinin planlaşdırılmasının proqramlı-məqsədli metodunun tətbiqi və s.), fəaliyyət göstəricilərinin müəyyənləşdirilməsi üçün təlimatların, hüquqi normaların və mexanizmlərin tətbiqi ilə həll edilməlidir büdcə vəsaitlərinin xərclənməsi, həmçinin dövlət maliyyə nəzarətinin gücləndirilməsi və şərtləşdirilməsidir.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikasının vahid büdcə təsnifatı [Mətn] /Azərb. Resp. Maliyyə Nazirliyi (2018), Bakı.
2. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi.
3. Xankişiyev B., Əliyev Ş., Bağırov D.A., Həsənli M.X., Bədəlov Ş. Ş. (2013) Büdcə təşkilatlarında uçot və hesabat: dərslik. Bakı: Şərq-Qərb, 319 s.
4. İbrahimov E. Ə., Nuriyev Ə. X. (2018) İqtisadiyyatın davamlı inkişafının maliyyə-büdcə tənzimlənməsi və stimullaşdırılması problemləri: monoqrafiya. Bakı: Kooperasiya, 319 s.
5. Vəliyev Z. (2010) Büdcə: nəzəriyyə və praktika, Bakı, 532 s.
6. Yaqubov Ş. (2014) Azərbaycan auditi. Bakı, 81 s.
7. Bağırov D.A., Həsənli M.X., (2011) "Maliyyə" dərs vəsaiti. Bakı, 325 s.
8. Novruzov N., İbrahimov E., (2012) Büdcə sistemi Bakı, 305 s.
9. Карасевой М.В., (2010) Бюджетное право. Учебное пособие под ред. Карасевой М.В.. - М.: ЭСКМО, 265 с.
10. Качанова, Е.А., (2011) Оценка влияния реформы бюджетного сектора экономики на структуру местного бюджета / Е.А. Качанова // Финансы. - №1. - С. 17 - 21.

Исходные Положения Финансово-Банковской Науки В Области Банковского Надзора

Жгенти Этери

eteri.jgenti@gmail.com

Резюме

Известно, что высшим органом монетарной власти государства являются Центральный банк страны. Как проводник официальной денежно-кредитной политики правительства, центробанк отвечает за формирование максимально благоприятных кредитно-денежных условий достижения и поддержания длительного, быстрого, устойчивого, сбалансированного экономического роста в условиях низкой инфляции и безработицы, стабильных государственных финансов и платежного баланса, а также валютного курса. В этой связи особое значение имеют реализуемые монетарными властями страны меры по обеспечению эффективного банковского надзора. Современные финансовые регуляторы обладают значительными наработками финансово-банковской науки по проблематики банковского надзора и контроля. Экономическая составляющая жизнедеятельности современных наций если не в решающей, то в значительной степени зависит от банковской системы. Финансово-банковская наука объясняет это тем, что предназначение банковской системы состоит в постоянном поиске, привлечении, аккумулировании всех возможных временно свободных денежных ресурсов с тем, чтобы вновь их направить в русло воспроизводственного процесса в режиме многократно совершаемого перераспределения. Реализация данного предназначения превращает современные банки в центральный компонент взаимоотношений между домашними хозяйствами, отраслями, сегментами, сферами экономики, регионами страны. От того, насколько эффективно банковский сектор экономики выполняет данное предназначение, во многом зависит социально-экономическое благополучие общества. Это превращает современные банки и весь банковский сектор в объект надзорной и контрольной деятельности современных центральных банков. Для Азербайджана это актуально по причине недостаточной рыночной зрелости всей социально-экономической системы страны, в том числе и её банковской составляющей. События в банковском секторе Азербайджана после двух девальваций маната, банкротство трети банков от их общего числа до девальвационного кризиса, наглядно показали всю остроту проблематику банковского надзора и контроля.

Ключевые слова: Центральный Банк, Банковский Надзор, Кредитные Организации

Введение

Залогом успешного и устойчивого функционирования банковской системы страны является эффективное государственное регулирование. Одним из важнейших его элементов является банковский надзор, который представляет собой процесс наблюдения центральным банком за исполнением и соблюдением кредитными организациями законодательных и нормативных актов, регулирующих банковскую деятельность.

Банковская деятельность насчитывает не одно столетие своей истории. Уже одно это делает современный банкинг исключительно многообразным, многоплановым, многоуровневым, многовекторным. Но это же обстоятельство делает не простым делом определение истинной сущности банковской деятельности. Операционная деятельность современного банка по своему видовому составу разнообразна. Современные банки не только участвуют, но в

значительной мере организуют весь комплекс кредитно-денежных отношений, в том числе и в части финансового обеспечения отраслей, секторов, сегментов экономики.

Судя по событиям последних трех-четырех лет, попытка создания отдельного от Центрального банка финансового регулятора в лице Палаты по надзору за финансовыми рынками в Азербайджане оказалась не совсем удачной. На плечи Центрального банка Азербайджана вновь легла вся тяжесть и сложность надзорной и контрольной деятельности в монетарном секторе нашей экономики. От того, насколько удачно нашему Центральному банку удастся применить в конкретных условиях финансово-банковской сферы Азербайджана положения финансово-банковской науки в части банковского надзора во многом зависит успешность реализации тех задач, которые определены Стратегическими дорожными картами по национальной экономике и её основным секторам.

Метод

Теоретической основой выполнения данного исследования явились труды зарубежных экономистов по проблемам развития банковских систем в рыночной экономике, возникновения банковских кризисов, содержания банковского надзора и контроля. Методология данной статьи базируется на таких общенаучных и специфических методах, как методы анализа – логического, факторного, сравнительного; методы количественного и качественного исследования проблематики банковского надзора.

Анализ

Современная банковская система Азербайджана пока имеет два уровня. Высший уровень представлен Центральным банком Азербайджана (ЦБА). В соответствии с положениями Закон Азербайджанской Республики «О Центральном банке» ЦБА, как субъект публичного права обладает всеми атрибутами современного центральнобанковского института — и в части своих полномочий и функций, и в части определенных целей и возложенных задач, и в части выстраивания взаимоотношений с правительством и государственными структурами.

Сам Центральный банк АР обязан обеспечить успешное функционирование коммерческих банков Азербайджана согласно принятой экономической программой. Также ЦБ АР выступает в качестве основного элемента государственной денежно-кредитной политики нашей страны. Центральный банк использует экономические методы управления (нормативные, корректирующие, налоговые) и только в отдельных случаях — административные (прямые запреты или ограничения в отношении определенных параметров работы банков).

Центральному банку АР также присуще полномочия по банковскому надзору. Так, в рамках своей деятельности он осуществляет контроль и надзор за деятельностью кредитных организаций, банковских и небанковских. При этом в своей деятельности Центральный банк не должен подменять собой правоохранительные органы, например, целью банковского надзора является поддержание стабильности банковской системы, а не карательная функция за нарушение действующего законодательства.

Регулирование банковской деятельности определяется как процесс воздействия регулирующего органа (совокупности органов) в форме установления обязательных для выполнения правил и норм, определяющих способы ведения банковского дела, а также

применение упорядочивающего воздействия на деятельность кредитных организаций с целью направления их развития, обеспечения безопасного функционирования банковской системы и предотвращения дестабилизирующих тенденций. (Карабаш и Усеинов, 2017).

Построение действенной системы банковского регулирования невозможно без адекватной ей по целям и задачам системы банковского надзора и наоборот. Невозможно совершенствовать надзор за деятельностью банков, не затрагивая систему регулирования их деятельности. Регулирующий орган издает обязательные нормативные требования для банков, опираясь на базу национального законодательства. Посредством документарного анализа и инспекционных проверок надзорный орган контролирует соблюдение банком этих нормативных требований (надзор за выполнением банками установленных требований) и одновременно проверяет, насколько успешно банк выявляет, отслеживает, управляет и контролирует банковские риски. Лишь рассмотрение этих двух процессов в тесной связи позволит разработать решения, повышающие действенность как банковского регулирования, так и надзора. (Крылова, 2018).

Система банковского регулирования и надзора является сложной экономической системой, поскольку отвечает всем трем системным концепциям:

- структурной (по которой система рассматривается как целостность взаимосвязанных элементов, причем отношения между элементами придают системе дополнительное качество, именуемое эффектом целостности или интегральным эффектом: целое взаимосвязанных частей обладает такими свойствами, которых нет у составляющих его частей);

- иерархической (при которой любая система любой сложности обязательно входит в систему более высокого уровня (надсистему), а каждый из ее элементов может рассматриваться, в свою очередь, в качестве системы);

- функциональной (при которой система характеризуется входными и выходными параметрами и параметрами ее состояния. (Золотов, 2018).

Положение системы банковского регулирования и надзора в системной иерархии определяется как подсистемы государственного регулирования экономики. Государственное регулирование банковской системы, являясь внешним для банковского комплекса воздействием, должно активно влиять на его функционирование и развитие. Значимость банковского надзора определяется особой ролью банков как социально-экономических институтов, оказывающих определяющее влияние на надежность и стабильность экономической системы страны:

- коммерческие банки являются активными агентами денежно-кредитной политики, проводимой Центральным банком Азербайджана;

- коммерческие банки в ходе осуществления своей деятельности вносят значительный вклад в процесс общественного производства, в этой связи от стабильности их функционирования зависит устойчивость развития экономики страны;

- коммерческие банки ориентированы на обеспечение прибыльности своей деятельности;

- деятельность коммерческих банков сопряжена с повышенными финансовыми рисками, обусловленными высоким удельным весом привлеченных средств;

- коммерческие банки, агрегируя денежные средства как предприятий, так и населения, играют весомую роль в обеспечении стабильного социального климата.

Банковский надзор представляет собой сложную систему взаимосвязанных и взаимодействующих принципов, методов и инструментов наблюдения, контроля и регулирования движения денежных средств в банковской системе, реализуемых специальным надзорным органом. Основной задачей банковского надзора является обеспечение устойчивости банковской системы, ориентированной на поддержание роста экономики страны и нейтрализацию негативных макроэкономических последствий. Исходя из этого, система банковского надзора включает в себя следующие структурные элементы:

- органы банковского надзора;

- правовой базис банковского надзора;

- принципы осуществления банковского надзора;

- методы и инструменты банковского надзора. (Тедеев, 2011).

В мировой практике существует несколько схем организации регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций. Наиболее распространенной является законодательное закрепление за центральным банком исключительных полномочий по надзору и регулированию банковской деятельности. Но имеют место и другие варианты:

- формирование специальных органов по надзору и регулированию при прямом участии центрального банка и министерства финансов;

- наделение полномочиями на осуществление надзора независимых специальных органов при активном взаимодействии с министерством финансов и минимальном участии центрального банка;

- формирование единого органа по нормативно-правовому регулированию, контролю и надзору во всех секторах финансового рынка (в данном случае функции надзора отделяются от центрального банка). (Чекрыжова, 2018).

В рыночной экономике коммерческие банки являются ведущими хозяйственными агентами, и в то же время – важнейшими инструментами воздействия на макроэкономические процессы. В таких условиях целью банковского надзора ставится приведение деятельности кредитных организаций в соответствие с требованиями законодательства и нормативных актов Центрального банка Азербайджана, а банковский надзор, по сути, выступает как инструмент обеспечения принципа нормативности банковской деятельности.

Что же касается методов и инструментария банковского надзора, то здесь существует множество разных классификаций и подходов. Одни ученые утверждают, что процесс банковского надзора использует два метода:

1) метод регулирования (пруденциальный, дистанционный, документарный надзор), который предполагает осуществление процесса наблюдения на основе данных отчетности, предоставляемой кредитными организациями в надзорные органы Центрального банка;

2) метод ревизий (инспектирование, инспекционные проверки, проверки «на местах»), в соответствии с которым надзорные органы Центрального банка Азербайджана осуществляют

проверки кредитных организаций с целью выявления недостатков в их деятельности. (Тедеев, 2011).

По мнению других авторов, методы банковского надзора по аналогии с методами менеджмента можно подразделить на четыре группы:

1) группу методов административного воздействия, куда входят деятельность Центрального банка по лицензированию, ввод прямых ограничений и запретов;

2) группу методов экономического воздействия, оказывающих косвенное влияние на деятельность банков, среди которых выделяются налоговые и нормативные регуляторы;

3) группу методов регулирующего воздействия, ориентированных на снижение банковских рисков, среди которых можно выделить инструктивные материалы;

4) группа непосредственно надзорных методов, нацеленных на организацию контроля за выполнением законодательных актов, регулирующих банковскую деятельность и инструкций Центрального банка. (Крылова, 2018).

Одним из значимых условий обеспечения успешного и устойчивого функционирования национальной банковской системы является эффективное государственное управление, важнейший инструмент которого – банковский надзор. Государственное регулирование банковской деятельности обуславливается необходимостью гарантирования надежной работы банков, осуществляющих денежные расчеты по счетам экономических контрагентов.

Банковский надзор (регулирование) представляет собой комплекс взаимосвязанных мер, направленных на достижение устойчивости национальной банковской системы, обеспечение эффективного управления денежным рынком, платежной системой.

Центральный банк Азербайджана, как главный банк страны и основной субъект государственного регулирования функционирования кредитных организаций, призван координировать их деятельность в соответствии с общей экономической стратегией в ходе реализации денежно-кредитной политики, что в условиях преодоления мирового финансового кризиса сопровождается дополнительными сложностями и проблемами.

В рыночной экономике банки являются важнейшими инструментами воздействия на макроэкономические процессы. В подобных условиях целью надзора становится приведение деятельности кредитных организаций в соответствие с требованиями законодательства и нормативно-правовых актов Центрального банка, а банковский надзор в этой связи действует как инструмент обеспечения принципа нормативности банковской деятельности.

Главная цель банковского регулирования и надзора заключается в поддержании стабильности банковской системы, в защите интересов вкладчиков и кредиторов.

Центральный банк Азербайджана законодательно утвержден в качестве органа банковского регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций. Надзорные и регулирующие функции он осуществляет как непосредственно, так и через создаваемый при нем орган банковского надзора.

Подводя итоги, отметим, что современный банковский надзор – это динамичная система, не перестающая эволюционировать в условиях повышенной нестабильности. От того, насколько профессионально и научно-обоснована данная система будет организована, во

многом зависят эффективность ее функционирования и возможность дальнейшего развития. Несмотря на то, что банковский надзор в Азербайджане за последние годы во многом стал соответствовать практике развитых стран, он, тем не менее, нуждается в постоянном совершенствовании. Так, пока недостаточно реализованы меры по развитию содержательного риск ориентированного надзора, направленного на повышение точности оценки финансовой устойчивости банков.

Выводы

Таким образом, современный банковский надзор – это динамичная система, не перестающая эволюционировать в условиях повышенной нестабильности. И от того, насколько профессионально и научно-обоснованно данная система будет организована, во многом зависит эффективность ее функционирования и возможность дальнейшего развития.

Национальные интересы государства требуют формирования самостоятельной, устойчивой банковской системы, поддерживающей и развивающей способности экономики функционировать в рамках расширенного воспроизводства. Поддержание на конкурентоспособном уровне всех институциональных структур экономики, в том числе банковских институтов - важная задача, особенно в условиях глобализации, когда развитие идет на фоне усложнения протекающих социально-экономических процессов и связанного с ним усиления нестабильности организационной среды и условий банковской деятельности. Способствовать решению задачи повышения устойчивого развития банковской системы может действенная система банковского регулирования и надзора, адекватная формирующимся рыночным отношениям.

Проблемы регулирования деятельности кредитных организаций в основном касались сферы денежно-кредитного регулирования, в то время как надзор рассматривался лишь как его необходимое дополнение. Однако система банковского регулирования и надзора должна выстраиваться как единая система в силу неразрывности процессов регулирования банковской деятельности и надзора за деятельностью кредитных организаций. Изменения в сфере регулирования банковской деятельности должны неминуемо сопровождаться совершенствованием режимов, методов и форм банковского надзора. Последний должен быть адекватен системе регулирования по целям и задачам.

Основным отличием одного вида надзора от другого можно отметить саму деятельность, обусловленную, в свою очередь, спецификой субъекта, а также предметом надзора. Вследствие этого осуществляется дифференциация в проведении надзора, организовываются подразделения в Центральном банке.

Банковский надзор классифицируют по нескольким критериям, которые позволяют лучше понять юридическую разновидность надзора, увидеть недостатки в правовом регулировании и найти меры для его усовершенствования.

Можно отметить, что существуют функциональный вид надзора, который проводится в зависимости от предмета и институциональный, проводящийся в зависимости от субъекта.

В большинстве случаев, функциональный надзор ограничивается одним вопросом деятельности кредитной организации. К примеру, проверяется, как в той или иной организации ведётся бухгалтерский учёт, правильно ли отражаются проведённые банковские

операции. Можно сказать, что это так называемые тематические проверки деятельности учреждений. В другом же случае, проверяется деятельность кредитной организации в целом, такая проверка называется комплексная проверка.

Под понятием «комплексная проверка» стоит понимать, что при данном виде проверяются все аспекты деятельности кредитной организации в целом, такая проверка называется комплексная проверка.

Надзор за текущей работой кредитной организации осуществляется Центральным банком путем документарного надзора и проведения инспекционных ревизий на местах.

Расширение работы кредитных организаций подвергается контролю со стороны Центрального банка Азербайджана, путём создания отдельных подразделений и расширения области осуществляемых операций, изменения в составе участников и руководящем составе кредитных организаций и их филиалов. Дистанционный надзор производится на основании отчётности, которая предоставляется кредитными организациями в Центральный банк. При этом Центральный банк может потребовать необходимую информацию и просить объяснений по приобретённой информации.

Дистанционный надзор опирается на данные отчётности, которая была подготовлена и передана самим банком. В связи с этим, становится ясно, что при возникновении проблем у банка достоверность и полнота их отчётности будет уменьшаться. В большинстве случаев это приводит к проведению инспекционных проверок на местах. В ходе таких проверок, инспекторам Центрального банка чаще всего приходится оценивать управление кредитной организацией, соответствие банковского капитала, качество активов и правильность формирования доходов, корректность выполнения банковских операций и соответствие системы внутреннего контроля, а также, что является основным, соблюдает ли кредитная организация требования законов и нормативных актов Центрального банка Азербайджана.

Литература

1. Золотов Р. А. «Банковский контроль и надзор в деятельности Банка России». Журнал «Молодой ученый», 2018, № 7, стр. 64-66.
2. Крылова О. С. «Роль Центрального банка в банковской системе РФ». Журнал «Молодой ученый», 2018, № 48, стр. 163-165.
3. Карабаш И. С., Усеинов Д. Р. «Роль Центрального Банка в банковской системе РФ // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства». Сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции. Крымский инженерно-педагогический университет, 2017, стр. 258–259.
4. Тедеев А.А. (2011) Банковское право. М.: МПСИ. – 464 с.
5. Чекрыжова В. В. «Роль Банка России в обеспечении стабильности денежной системы». Журнал «Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике», 2018, том 14, № 1–2 (7), стр. 634–637.

Kapital Aktivlərinin Qiymətləndirmə Modeli (KAQM), Onun Test Edilə Bilmə Qabiliyyəti və Birjada Etibarlılığı: Əvvəlki Ədəbiyyatlardan Nümunələr

İlqar Həşimov

ilqarheshimov@gmail.com

Xülasə

İstiqrazlar, bondlar və ümumi səhmlər kimi qiymətli kağızlar bir çox müəssisələrdə kapitalın artırılması və şirkətin və ya fərdin xeyrinə investisiya qoyuluşunun yaxşılaşdırılması üçün istifadə edilmişdir. Bir çox şirkətlər investisiya qoyuluşundan faydalanmaq üçün səhmləri artırır və ya onları alırdılar. Menecerin səhmlərin qiymətləndirilməsi, səhmlərin bahalaşması, səhmlərin alınması, investisiya qiymətləndirilməsi və s. ilə bağlı qərarları, xüsusilə bu dövrün bazar vəziyyətindən asılı idi. Bildiyimiz kimi, menecerlər və ya fərdlər bazar qüvvələrinin firmanın mənfəət əldə etmək qabiliyyətini necə formalaşdırdığını başa düşmədən uğur qazanmağı gözləyə bilməzlər. Buna görə də, səhmlərlə əlaqəli olan risk və gəlirlər şirkətlər və fərdlər üzrə nəzərdən keçirilmiş və bu qiymətləndirmələr üçün bir çox modellər hazırlanmışdır. Bu modellərdən biri də kapitalın dəyərini, portfelin performansını və portfelin diversifikasiyasını, və investisiya qoyuluşlarını qiymətləndirmək, digərlərinin arasından düzgün portfel strategiyasını seçmək və bazar portfelində risk və gəlir arasındakı münasibətləri qiymətləndirmək üçün yararlı olan Kapital Aktivləri Qiymətləndirmə Modelidir (KAQM). Bu məqalənin məqsədi ədəbiyyatları hərtərəfli nəzərdən keçirmək və onların istifadəsini istiqamətləndirmək üçün istifadə olunan fərziyyələrin həqiqətə uyğun olub-olmadığını görməklə KAQM-ın etibarlılığını müəyyən etməkdir. İstifadə edilmiş metodologiyaya gəldikdə isə KAQM dörd kateqoriyada müzakirə olunur ki, bunlar da KAQM-ı təkfaktorlu model olaraq qəbul etməklə onu dəstəkləyən və dəstəkləməyən sübutların müxtəlif ədəbiyyatlar üzrə nəzərdən keçirilməsidir. Araşdırmalar göstərir ki, investisiyaların idarəedilməsi alətləri içərisində KAQM hələ də faydalı vasitə kimi qalmaqdadır və investorlar layihələrin səmərəliliyini ölçməkdə ona etibar edirlər.

Açar sözlər : **risk, gəlir, portfel, aktiv, KAQM**

Giriş

İnvestorlar, əsasən, iki cür risklə üzləşirlər. Bunlardan birincisi bölüşdürülmə, yəni, sistemsiz risk, digəri isə bölüşdürülməzlik, yəni, sistemli riskdir. Sistemsiz risk portfel riskinin elə bir komponentidir ki, portfelin ölçüsünü genişləndirməklə aradan qaldırıla bilər. Bunun da səbəbi biznes və ya maliyyə riski kimi müəyyən bir qiymətli kağıza xas olan riskin yaxşı diversifikasiya edilmiş portfel qurmaqla aradan qaldırıla bilməsidir. Sistemli risk ümumi bazarda baş verən bütün hərəkətlərlə əlaqələndirilir və buna görə də tez-tez bazar riski adlvəırılır. Bazar riski məcmu riskin portfel diversifikasiyası vasitəsilə ləğv edilə bilməyən komponentidir (Don U.A. Galagedera, 2007). Şarp (1964) və Lintner (1965) tərəfindən irəli sürülmüş KAQM vahid bir qiymətli kağızın gözlənilən rentabelliyini onun sistemli riskinin ölçüsü ilə əlaqələndirir. Beləliklə də, Kapital Aktivlərinin Qiymətləndirilməsi Modeli (KAQM) kapitalın dəyərinin, portfelin performansının və portfelin diversifikasiyasının, investisiya qoyuluşlarının qiymətləndirilməsində, portfel strategiyasının digər alternativlər arasından seçilməsində və səhmlərin riski və gəlirlilik proqnozunda idarəetmə qərarının verilməsində vacib bir vasitəyə çevrildi. Buna baxmayaraq, Fama və Frenç (1992), iddia edirdilər ki, gözlənilən gəlirin izah edilməsi üçün təkcə bazar betasının olması kifayət etmir və onlar KAQM-a iki yeni factor da əlavə etməklə onlar öz modellərini hazırladılar. Bu model Fama və Frençin üç faktorlu modeli (bundan sonar FF adlvəırılır) olaraq tanınır. Maliyyə sahəsinin mütəxəssisləri zaman keçdikcə bu modeli praktiki və akademik məqsədlər üçün tətbiq etməyə başladılar. Daha sonar isə Elton (1999) və Fama və Frenç (1997)

KAQM və FF olmaqla iki ənənəvi aktiv qiymətləndirmə modelini tədqiq etmiş və belə nəticəyə gəlmişlər ki, bu iki modeldən istifadə edilməklə əldə olunan gözlənilən gəlir ehtimalları etibarlı deyil. Sonuncu yarım əsr KAQM-ın etibarlılığı üzərində test aparan empirik təhlillərin böyük artımına şahid olmuşdur. Günü-gündən sayca artan təhlillər də göstərirdi ki, gözlənilən gəlirlərdəki qarşılıqlı aktiv variasiyaları təkcə sistemli risk ilə izah oluna bilməzdi. Buna görə də aktivlərin gəlirlərini proqnozlaşdırmaq üçün müxtəlif modellər hazırlanırdı. Bu məqalənin məqsədi ədəbiyyatları araşdırmaqla və fərziyyələrin reallığını yoxlamaqla KAQM-ın etibarlılığını müəyyənləşdirməkdir. Məqalənin nəticə hissəsində bu modelin risk və gəlirlərin ölçülməsində hər aspektdən etibarlı olub-olmaması qeyd ediləcəkdir.

Metodologiya

Modelin etibarlılığını sınamaq üçün müxtəlif ədəbiyyatlardan istifadə edilmiş və müxtəlif növ investisiyalarda istifadəsinin və modellə bağlı fərziyyələrin bu istifadə zamanı doğru olub-olmadığı araşdırılmışdır. Beləliklə də modelin istifadəsi ilə bağlı müxtəlif ədəbiyyatlardakı dəstəkləyici sübutlar və tənqidlər bu məqalədə metodologiya kimi istifadə olunmuşdur.

Analiz

Son illərdə bir çox investorlar və maliyyə tədqiqatçıları tərəfindən müasir kapital nəzəriyyəsinə əhəmiyyətli dərəcədə diqqət yetirilməyə başlanılmışdır. Bu sahədəki ən vacib inkişaflardan biri Şarp (1964) və Lintner (1965) tərəfindən əsası qoyulmuş kapital aktivlərinin qiymətləndirilməsi modeli olmuşdur. Bu modelin inkişafına əsas verən töhfələri Markouitz (1952) və Tobin (1958) vermişdir. İlkin nəzəriyyələr irəli sürürdü ki, gəlirin volatilliyi gəlirin orta kvadratik meyli ilə ölçülə bilər, beləliklə də orta kvadratik meyl böyük olduqca risk də böyük olar. KAQM arxasında dayanan ümumi ideya ondan ibarətdir ki, investorlar iki məsələdə kompensasiya edilməlidirlər: pulun zaman dəyəri və risk. Pulun zaman dəyəri düsturda risksiz dərəcə (rf) ilə göstərilir və müəyyən müddət ərzində investor hər hansı bir investisiyaya qoyduğu pula görə kompensasiya edir. Düsturun digər tərəfi isə riski ifadə edir və investorun əlavə risk götürməsi üçün tələb olunan əlavə kompensasiyanı hesablayır. Bunu hesablamaq üçün risk ölçüsü olan beta götürülür və beta müəyyən zaman ərzində aktivin bazara gətirdiyi gəlirləri bazar premiumuna (Rm-rf) gətirdiyi gəlirlərlə müqayisə edir.

Blek, Censen və Skoulz (1972) empirik testlərdə istifadə etmək üçün müxtəlif betalarla portfellər yaradan ağıllı bir strategiyanı irəli sürmüşdürlər. Onlar betaları tarixçə əsasında (bazar portfelini göstərən dəyər üçün tarixi gəlirlərin reqressiyasını tapmaqla) qiymətləndirir, aktivləri tarixi betalar əsasında ayırır, artan tarixi betaları olan aktivləri portfellərə qruplaşdırır, portfelləri seçilmiş bir neçə il müddəti üçün saxlayır və periodik olaraq portfelin tərkibini dəyişirdilər. Tarixi betalar məcmu betalarının informasiyasını daşıdığı müddət boyunca bu prosedur aktivlər arasında betalarda kifayət qədər dispersiya yaradan portfellər formalaşdıracaq.

KAQM-ın empirik təhlili zamanı digər klassik müşahidə isə Fama və Makbet (1973) tərəfindən aparılmışdır. Onlar beta və orta gəlir arasında xətti əlaqə olub-olmadığını araşdırmış və betanın kvadratının və aktiv gəlirinin volatilliyinin təkcə beta ilə izah edilməyən aktivlər arasında orta gəlirlərin qalıq variasiyalarını izah edə bilib-bilməyəcəklərini tədqiq etmişdirlər. Fama və Makbet 1926-cı ildən 1968-ci ilə qədərki dövr ərzində Nyu-York birjasında satılan səhmlər üzrə gəlirlərin məlumatlarından istifadə edərək belə qənaətə gəlmişdirlər ki, bu məlumatlar ümumilikdə KAQM-ı dəstəkləyir.

KAQM sistemli riski kapital gəliri riskinin və artım riskinin ikili funksiya kimi izah edir. Risk də öz növbəsində müəssisə və bazar risklərinə bölünür (Markowitz, 1952). Buna görə də KAQM-dan istifadə etmək üçün bizə üç amil lazımdır. Bura da analizin verilmiş zaman müddəti üçün investorun gözlənilən gəlirini əminliklə bildiyi aktiv olan risksiz aktiv aiddir. İnvestorun bazar portfelinə investisiya etməsi üçün tələb olunan premium olan risk premiumu bazarda olan bütün riskli aktivləri özündə birləşdirir və son nəticədə aktivin kovariasiyasının bazar portfelinin variasiyasına olan nisbəti kimi hesablanan beta bazar portfelinə investisiya ilə əlavə olunan riski ölçür.

KAQM modelinin test edilə bilən üç nəticəsi vardır: 1) bir qiymətli kağızın gözlənilən gəliri və onun riski arasındakı əlaqə xəttidir; 2) beta qiymətli kağızın riskinin tam ölçüsüdür; 3) riskdən çəkinən investorlar bazarında yüksək risk yüksək gözlənilən bazar gəliri ilə kompensasiya olunmalıdır. Qiymətli kağızın gözlənilən gəliri ilə risk arasındakı xətti əlaqəni test etmək üçün fərz edilməlidir ki, kapital bazarı mükəmməldir, yəni, investorlar tərəfindən informasiya və tranzaksiyalar üçün heç bir xərc çəkilmir. KAQM-a əsasən, gözlənilən gəlir risk və gəlir arasındakı əlaqənin aşağıda yazılmış formada olan iki parametrli modelinin nəticəsidir:

$$E(R_i) = R_f + \beta_i(E(R_m) - R_f) \qquad (1)$$

Burada $E(R_i)$ i qiymətli kağızının gözlənilən gəliri, $E(R_m)$ bazar portfelinin gözlənilən gəliri, R_f risksizlik dərəcəsi və β_i i qiymətli kağızı üçün riskin ölçüsüdür. KAQM qiymətli kağızların gözlənilən risklər üçün gözlənilən gəlirlərin investorları kompensasiya edəcəyi şəkildə qiymətləndirilməsi ideyasını ifadə edir. Deməli burada iki fundamental əlaqə var: Kapital bazarı xətti (CML) və qiymətli kağızlar bazarı xətti (SML).

Müəyyən bir portfel üçün səmərəli portfellərin gəlirin risksizlik dərəcəsindən və risk dərəcəsindən (orta kvadratik meyl) asılı olan rentabelliyini təsvir edən kapital aktivlərinin qiymətləndirilməsi modelində istifadə olunan xətt üçün düsturu aşağıdakı kimi yazmaq olar:

$$E(R_p) = R_f + (\sigma_p (E(R_m) - R_f)) / \sigma_m \qquad (2)$$

Burada R_p portfel gəliri, σ_p portfel gəlirlərinin orta kvadratik meyli və σ_m bazar portfeli gəlirlərinin orta kvadratik meylidir. CML yalnız səmərəli portfellər üçün etibarlıdır və investorların bazar portfelinə və öz investisiya portfellərinə qarşı davranışını ifadə edir.

SML risksizlik dərəcəsində və portfel və ya qiymətli kağızların nisbi riskləri şəraitində bir investorun gözləyə biləcəyi gəliri ifadə edir. i-ə nəzərən SML aşağıdakı kimi yazıla bilər:

$$E(R_i) = R_f + \beta_{im}(E(R_m) - R_f) \qquad (3)$$

Burada $$B_{im} = \sigma_i r_{im} / \sigma_m = (Cov(R_i, R_m)) / \sigma_m^2 \qquad (4)$$

və r_{im} qiymətli kağızların gəlirləri arasında korrelyasiya, R_i isə bazar portfelinin gəliridir. βim bazar portfeli riskinə nisbətən qiymətli kağızın özünə məxsus bölüşdürülə bilməyən risk kimi ifadə oluna bilər. Üçüncü bərabərlik KAQM-ın Şarp-Lintner versiyasını göstərir. SML qiymətli kağızların ədalətli qiymətləndirilib-qiymətləndirilmədiyini test etmək potensialına malikdir.

KAQM-ın etibarlılığını yoxlamaq üçün tədqiqatçılar SML-in göstərildiyi üçüncü bərabərliyi test edirdilər. KAQM tək periodlu və proqnozlara əsaslanan model olaraq tanınmışdır. Lakin, proqnozlaşdırılmış gəlirlər müşahidə edilə bilmədikləri üçün tədqiqatçılar reallaşmış gəlirlərə etibar edirlər. Beləliklə də, empirik sual ortaya çıxır: Keçmiş qiymətli kağızlar gəlirləri KAQM-la uzlaşırmı? Belə bir araşdırmada beta i qiymətli kağızının artıq gəlirinin t zamanında mövcud olan səmərəli bazar indeksi ilə əlaqəsi üzərində qiymətli kağızın xarakteristikası xəttinin (SCL) ehtimal edilməsidir. Beləliklə də nəticələrə əsaslanan SCL aşağıdakı kimi yazıla bilər:

$$R_{it}-R_{ft}=\eta_i + b_{im}(R_{mt}-R_{ft}) + \varepsilon_{it} \qquad (5)$$

Burada η_i hər periodda qazanılan sabit gəlir, ε_{it} harmoniyanı pozan dəyişən, b_{im} isə SML-də β_{im}-in qiymətləndirilməsidir Daha sonra ehtimal edilən β_{im} aşağıda göstərilmiş bərabərlikdə izah edilə bilən dəyişən kimi çıxış edir.

$$R_{it}=Y_0 + Y_1 b_{im} + U_{it} \qquad (6)$$

Y_0 əmsalı betası sıfır olan portfelin gözlənilən gəliridir və onun risksizlik dərəcəsi ilə eyni olacağı gözlənilir. Y_1 isə 0-dan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənən və KAQM-ın etibarlılığını dəstəkləmək üçün müsbət olan riskin bazar qiymətidir (bazar riski premium). Beşinci və altıncı bərabərliklərdən istifadə etməklə KAQM-ı sınamaqla biz əslində aşağıda göstərilənləri test etmiş oluruq: 1) b_{im} tarixi β_{im}-lərin həqiqi ehtimallarıdır; 2) empirik təhlillərdə istifadə edilən bazar portfeli səmərəli bazar portfelinə görə tarixi risk premiumunu ölçmək üçün uyğun göstəricidir; 3) KAQM-ın spesifikasiyası doğrudur (Radcliffe, 1987).

Son yarım əsrdə KAQM-ın etibarlılığına dair empirik tədqiqatların artmasının şahidi olduq. Getdikcə artan araşdırmalar, gözlənilən gəlirlərdəki qarşılıqlı aktiv dəyişikliyinin yalnız sistemli risklə izah edilə bilinmədiyini müəyyən etdi. Buna görə aktivlərin gələcəyini proqnozlaşdırmaq üçün müxtəlif modellər hazırlanmışdır. Beta KAQM-ın əsas parametri kimi istifadə edilmişdir. Şarp (1964), Lintner (1965) və Blek (1972) gözlənilən gəliri bazar betası ilə izah edən KAQM-ı hazırlamaqla bu sahəyə böyük töhfələr vermişdirlər.

KAQM aşağıdakı kimi bir sıra fərziyyələrlə istifadə edilmişdir:

- Bu modeldə fərz edilir ki, bütün investorların gəlirlərlə bağlı gözləntiləri homogendir, bu da müəyyən zaman çərçivəsində onların gələcək gəlirlərlə bağlı əllərində olan informasiyaya əsaslanan ən yaxşı proqnozlarını ifadə edir.
- Fərz edilir ki, qiymətli kağızların alışı və satışı zamanı heç bir vergi və tranzaksiya xərci yaranmır. Reallıqda isə investisiyaların böyük əksəriyyəti kapital gəlirləri vergilərinə cəlb edilir və ticarət zamanı əlavə tranzaksiya xərcləri yaranır.
- Bu modellə investisiya qiymətləndirilməsi zamanı belə nəzərdə tutulur ki, kapital bazarları tarazlıqdadır və bütün investisiyalar öz risk dərəcələrinə uyğun olaraq düzgün qiymətləndirilmişdir və beləliklə də investorlar üçün arbitraj imkanları yoxdur. Qeyd edək ki, arbitraj imkanları o zaman yaranır ki, investor iki və ya daha artıq bazarda bir aktiv üçün müxtəlif qiymətlərlə rastlaşsın və beləliklə də müxtəlif bazarlardakı qiymətləndirmə uyğunsuzluqlarından faydalansın.
- KAQM bazarların mükəmməl dərəcədə səmərəli olduğunun fərz edildiyi bir modeldir.

İnvestisiyaları idarəetmə, korporativ maliyyə və iqtisadiyyat ədəbiyyatlarında dəyərləndirərkən əslində ilk olaraq tarazlıq modeli kimi yaranmış KAQM-dan modelin tələbləri ödənildiyi halda layihələri qiymətləndirmək və qərarlar vermək üçün alət kimi birmənalı olaraq rahatlıqla istifadə etmək olar.

Qrehem və Harvey keçirdikləri sorğu zamanı aşkar etmişlər ki, hər dörd CFO-dan üçün KAQM-dan kapitalın qiymətini müəyyənləşdirmək üçün əsas vasitə kimi istifadə edirlər. Layihələri dəyərləndirmək və seçmək aləti kimi müvafiq qiymətli kağızlar bazarında modelin şərtləri ödənildiyi halda KAQM-ın istifadəsi nəzəri cəhətdən doğudur.

KAQM-ın ilk empirik araşdırmalarından biri Blek, Censen və Skoulz tərəfindən aparılmışdır. Onlar qeyd etmişdirlər ki, KAQM digər modellər kimi reallığın müxtəsərləşdirilməsi kimi qəbul edilərsə, məlumatlar KAQM-ın proqnozları ilə uyğun gələr.

Fama və Frenç iki ayrı araşdırmada istifadə edilmiş müxtəlif dövrlərdən götürülmüş nümunələr üçün müxtəlif nəticələrə gəlmişdirlər. Nəzərdə saxlayaq ki, Fama və Makbet (1973) 1926–1968-ci illər üzrə səhm gəlirlərindən istifadə etmişdirlər, lakin Fama və Frenç (1992) 1963–1990-cı illər üzrə səhm gəlirlərini istifadə etmişdirlər. Fama və Frenç 1941-1965-ci illər üçün də reqressiya tətbiq etdikdə orta gəlir və beta arasında düz mütənasib əlaqə aşkarlamışdırlar.

Blek və digərləri 1931-1965-ci illər dövrü ərzində Nyu-York birjasındakı bütün səhmləri araşdırmış, portfellər qurmuş və orta artıq portfel gəliri və beta arasında xətti əlaqə olduğunu tapmış, və betanın 1-dən böyük olduğu hissədə ordinat oxu ilə kəsişmənin mənfi, 1-dən kiçik olduğu hissədə isə müsbət olmağa meyl etdiyini qeyd etmişlər. Beləliklə də onlar ordinat oxu ilə kəsişmənin hər dövrdə dəyişə bilməsinə imkan verən KAQM-ın sıfır beta versiyasının əsasını qoymuşdurlar.

Fama və Frençin araşdırması da tənqidlərə məruz qalmışdır. Bu araşdırmada ən çox tənqid edilən iddialar belə idi: gəlirlərin kəsişən variasiyalarında betanın heç bir rolunun olmaması, həcmin əhəmiyyətinin böyük olması və balans dəyərinin bazar dəyərinə olan nisbəti ilə göstərilən əmsalın əhəmiyyətinin böyük olması. Tənqidçilər əsasən araşdırmada istifadə edilən məlumatlara diqqət yetirirdilər. Fama və Frençin (1992) nəticələrinə verilən ümumi reaksiya bu tənqidlərə baxmayaraq, ona alternativ aktiv qiymətləndirmə modeli kimi yanaşmaq olmuşdur. Caqannatan və Vanq (1993) hesab edirdilər ki, bu elə də vacib deyil. Onların fikrincə Fama və Frençin araşdırmasında KAQM üçün empirik dəstəyin çatışmaması modelin empirik analizinin aparılmasını mümkün edən bəzi şərtlərin bu vəziyyətdə uyğunsuz olması idi. Caqannatan və Vanqa görə belə bir analizdə iqtisadiyyatdakı bütün agentlər üçün məcmu sərvət portfelinin gəlir ölçüsü də yer almalı idi, ancaq əksər KAQM araşdırmalarında bu olmamışdır.

Cədvəl 1. KAQM üzərindəki testlərin müxtəlif aspektlərdən nəticələri

No.	Ədəbiyyat	Test	Faktorlar	Klassik müşahidələr
1	Black, Censen və Skoulz	Tarixçəyə əsaslanan beta	Bazar portfeli nümunəsində tarixi gəlirlərin reqressiyası	Etibarlıdır
2	Fama və Makbet	Orta gəlir və beta arasında düz mütənasib xətti əlaqə	1962-dən 1968-ə qədər gəlir məlumatları	KAQM-ı dəstəkləyir
3	Fama və Frenç	Yeni model formalaşdırıb	İki yeni faktor əlavə edib	Iki modellə gəliri test edə bilmədi
4	Blek və digərləri	Nyu-York birjasını 34 ildən çox araşdırıb	KAQM-ın sıfır beta versiyasını hazırlayıb	Orta artıq portfel gəliri ilə beta arasında xətti əlaqə var
5	Douns və Ingram	Qrafiki təsvir edib	Tərs və düz mütənasiblik	Orta gəlir və beta arasında düz mütənasib əlaqə var.
6	Bos və Nyubold	Zaman betası	Beta etibarlılığı	Beta zaman ərzində qeyri-stabildir.
7	Roll və Ross	Təkfaktorlu model	Təkfaktorlu model kimi	Bazar nümunəsi səmərəsizdir.
8	Kan və Zhang	Zamanla dəyişən risk premium		Geniş bazar portfelləri nəticələrə təsir göstərir.

KAQM üzərindəki keçmiş tədqiqatlar (Lintner, 1965; Douglas, 1969) adətən fərdi qiymətli kağız gəlirlərinə əsaslanırdı. Onların empirik nəticələri insanları bu bazarda ticarət etməkdə həvəsdən salırdı. Miller və Skoulz (1972) KAQM-ın etibarlılığı test edilərkən individual qiymətli kağızlardan istifadə edilməsi zamanı yaranan bir sıra statistik problemləri ön plana çıxarmışdırlar. Sonrada bir çox tədqiqatçılar portfel gəlirlərindən istifadə etməklə bu problemə üstün gəlmişlər və aşağıdakı nəticələri çıxarmışlar:

- Beta həqiqətən də müəyyən dövr ərzində qeyri-stabildir (Bos, T. və Newbold, P, 1984; Faff, 1992).

- Bazar nümunəsi kimi seçilmiş portfel səmərəsiz olduqda təkfaktorlu KAQM rədd olunur (Roll, 1977). Səmərəlilikdən hətta çox kiçik yayınmalar belə risk və gözlənilən gəlir arasındakı asılılığı poza bilər (Roll və Ross, 1994).
- Bir sıra model spesifikasiyaları məsələləri də mövcuddur: Məsələn, Kan və Janq (1999): zamanla variasiyaya uğrayan risk premiumlarını araşdırmış, Caqannatan və Vanq (1996): böyük bazar portfeli götürməyin nəticələrə təsir etdiyini göstərmiş və Kler (1998) və digərləri idiosinkratik gəlirlər arasındakı mümkün korrelyasiyanı nəzərə almamağın nəticələrə təsir göstərə biləcəyini iddia etmişdir. Kim (1995) və Amihud (1993) dəyişənlərdə xətaların olması probleminin empirik tədqiqatlara təsir etdiyi mülahizəsini irəli sürmüşlər.
- Cenk Yurtsever və Tarib Zahor (2007) qiymətli kağızın gözlənilən gəliri ilə onun riski arasındakı əlaqənin xəttiliyini test edərkən individual qiymətli kağızlar üçün belə xətti əlaqənin olmadığı nəticəsinə gəlmişdirlər. Onlar həm də yüksək riskin yüksək gəlirlə əlaqəli olub-olmadığını və riskdən yayınma məsələsini araşdırmış və belə nəticəyə gəlmişdirlər ki, bu portfel üçün yox, qiymətli kağızlar üçün doğrudur.

Kotari, Şanken və Sloan (1995) iddia edirdilər ki, Fama və Frençin aşkarladıqları birinin öz statistik testlərini necə interpretasiya etməsindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Kotari, Şanken və Sloan Fama və Frençin beta üzərindəki əmsal üçün proqnozları üzərində diqqətlərini cəmləmişdir ki, bu da yüksək dərəcədə stvəart xətalara malik olmaqla iqtisadi cəhətdən geniş miqyasda mümkün olan risk premiumlarının statistik cəhətdən rədd edilə bilməməsini ifadə edir. Blek təklif etmişdir ki, Banz (1981) tərəfindən qeyd edilmiş həcm effekti sadəcə nümunə götürülmüş periodun effekti ola bilərdi: həcm effekti bəzi periodlarda müşahidə edilsə də digərlərində olmur. Bu da o deməkdir ki, Banzın (1981) araşdırması nəşr edildikdən sonrakı dövrdə həcm kəsişən variasiyaları izah etməkdə heç bir rol oynaya bilməmişdir.

Müxtəlif ədəbiyyatlarda çıxarılan fərqli nəticələr investorların riskə qarşı münasibətinin periodik olaraq dəyişməsi ilə bağlı əlavə fikirlərin formalaşmasına və qarışıqlıq yaranmasına səbəb olmuşdur. Digər tərəfdən isə, qeyri-stabillik gözlənilməz bazar riskinin yaranma səbəblərindən ola bilər. Bu da bazar riski olmaqla investorlar üçün qərar qəbul etmə prosesini çətinləşdirir. Bu modelə əsasən bir çox ədəbiyyatlar modelin şərtlərini nəzərə almamaqla bu məqamlara kifayət qədər diqqət yetirməmişdir. Lakin, modelin kapitalın qiymətini müəyyənləşdirməkdə çox qabiliyyətli olduğuna, portfel performansı, portfel diversifikasiyası, investisiyaların dəyərləndirilməsi, digərləri arasından portfel strategiyasının seçilməsi və bazar portfelində risk və gəlir arasında əlaqəni qiymətləndirməsinə dair sübutlar bu modeli təkzib edən arqumentlərdən daha çoxdur.

Nəticə

Tədqiqatlar göstərdi ki, KAQM son illərdə də hücumların sayının artmasına baxmayaraq tənqidlərin qarşısında güclü dayanmışdır. Daha yaxşı bir model ortaya çıxana qədər KAQM maliyyə idarəetməsi alətləri arasında faydalılığını saxlamaqdadır. Empirik ədəbiyyatlardakı şübhələrə baxmayaraq, KAQM, ümumiyyətlə, hansı tip riskin premium tələb etdiyini anlamaq və müxtəlif aktivlərdən gözlənilməli olan artıq gəliri müəyyənləşdirmək üçün ilk yerdə duran ən yaxşı modeldir. Bu model hələ də bütöv iqtisadiyyat üçün çox əhəmiyyətli olan hər bir layihənin səmərəliliyini ölçməkdə istifadə edilir. Beləliklə də, tədqiqatçılar tarazlıq modellərinin performansını mücərrəd vasitələrlə ölçərkən çox diqqətli olmalıdırlar. Bu səbəbdən də ölçünün nəzəri xarakteristikası ilə bağlı mənanı çıxara bilməlidirlər. Lakin, bütün nəzəri modellər reallığın

mücərrəd nümayiş edilmə formasıdır və buna görə də həmişə reallıqdan müəyyən qədər yayınacaq və cüzi qüsurlara malik olacaqdırlar.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Şarp, V.F. (1964). Kapital aktivlərinin qiymətləri: risk şəraitində bazar tarazlığı nəzəriyyəsi, Maliyyə jurnalı, Cild. 19, No. 3, səh 425-42.
2. Lintner, J. (1965). Risk aktivlərinin qiymətləndirilməsi və səhm portfelinə və kapital büdcəsinə riskli investisiyaların seçilməsi, İqtisadiyyat və statistikaya baxış, Cild. 47, No. 1, səh. 13-37.
3. Fama, E.F., Frenç, K.R. (1992). Gözlənilən səhm gəlirlərinin nümunəsi, Maliyyə jurnalı, Cild. 47, No.2, səh.427-65.
4. Elton, E. (1999). Gözlənilən gəlir, reallaşan gəlir və aktiv qiymətləndirmə testləri, Maliyyə jurnalı, Cild 54, No. 4, səh.119-220.
5. Fama, E.F., Frenç, K.R. (1997). Kapitalın sənaye xərcləri, Maliyyə iqtisadiyyatının jurnalı, Cild 43, No. 2, səh.153-93.
6. Markouitz, H (1952). Portfel seçimi. Maliyyə jurnalı, Cild 7, səh.77-91.
7. Tobin, J. (1958). Likvidlik üstünlüyü risklə rəftar forması kimi. İqtisadi araşdırmalara baxış, Cild. 26, səh.65-86.
8. Fama və Makbet, J.D. (1973). Risk, gəlir və tarazlıq: empirik testlər, Siyasi iqtisad jurnalı, Cild. 81, səh.607-36
9. Don U.A. Galagedera (2007). İdarəetmə maliyyəsi, No. 10, səh.321-832.
10. Blek, F. (1972). Məhdud borc imkanları ilə kapital bazarının tarazlığı, Biznes jurnalı, Cild. 45, No. 3, səh.444-55.
11. He, J. və Ng, L.K. (1994). İqtisadi qüvvələr, fundamental dəyişənlər və capital gəlirləri, Biznes jurnalı, Cild 67, səh. 599-639.
12. Devis, J. (1994). Reallaşmış səhm gəlirlərinin nümunəsi: pre-COMPUSTAT sübutu, Maliyyə jurnalı, Cild 49, səh. 1579-93.
13. Maylz, D. və Timmermann, A. (1996). Gözlənilən səhm gəlirlərində variasiya: Böyük Britaniya şirkətləri nümunəsində kapitalların qiymətləndirilməsinə dair sübutlar, Ekonomika, Cild 63, səh. 369-82.
14. Bos, T. və Nyubold, P. (1984). Bazar modelində stoxastik sistematik risklərin mümkünlüyünün empirik araşdırması, Biznes jurnalı, Cild 57, səh. 35-41.
15. Faff, R., Li, J. və Fray, T. (1992). Sistemli riskin vaxt stasionarlığı: bəzi Avstraliya sübutları, Biznes, maliyyə və mühasibatlıq jurnalı, Cild 19, səh. 253-70.
16. Bruks, R., Faff, R. və Li, J. (1994). Beta stabilliyi və portfel formalaşması, Sakit okean hövzəsi maliyyə jurnalı, Cild 2, səh. 463-79.
17. Roll, R. (1977). Aktivlərin qiymətləndirilməsi nəzəriyyəsinin tənqidi; I hissə: nəzəriyyənin keçmiş və potensial sınaq qabiliyyəti haqqında, Maliyyə iqtisadiyyatının jurnalı, Cild 4, səh. 129-76.
18. Kan, R. və Jang, C. (1999). Yararsız faktorlarla aktiv qiymətləndirmə modellərinin avtomatlaşdırılması sınaqları. Maliyyə jurnalı, Cild 54, səh. 203-35.
19. Cagannatan, R. Uang, Z. (1996). Şərti KAQM və gözlənilən gəlirlərin nümunəsi, Maliyyə jurnalı, Cild 51, səh. 3-53.
20. Kim, D. (1995). Gözlənilən səhm gəlirləri ümunəsində dəyişənlər məsələsindəki xətalar, Maliyyə jurnalı, Cild 50, səh. 1605-34.
21. Kotari, S.P., Şanken, J. və Sloan, R.G. (1995). Gözlənilən səhm gəlirləri nümunəsinə digər baxış. Maliyyə jurnalı, Cild 50, səh. 185-224.
22. Banz, R.U. (1981). Ümumi səhmlərin gəliri və bazar dəyəri arasındakı əlaqə, Maliyyə iqtisadiyyatının jurnalı, Cild 9, səh. 3-18.
23. Blek, F, Censen Skoulz, M (1972). Kapital aktivlərinin qiymət modeli: səh.307-327.
24. Redkliff, R.C. (1987). Investisiya, 2-ci nəşr, Skott, Forsman şirkəti. London, səh.45-56.
25. Ross, S.A. (1977). Gəlir, risk və arbitraj "dostluqda". I. Biksler, J.I., Maliyyədə risk və gəlir, Bellinger, Kembric, MA, səh. 189-218.
26. Amihud, Y., Kristensen, B.J. və Mendelson, H. (1993). Risk-gəlir əlaqəsi üzərində növbəti sübutlar. Yazı

işi, Nyu-York Universiteti, Nyu York, NY.

27. Caqannatan, Ravi, Uanq, Jenyu. (1993). KAQM "sağ" və "yaxşı"dır. Tədqiqat departamenti işçilərinin hesabatı, 165. Minneapolis Federal Rezerv Bankı

Azərbaycanda Neft Gəlirlərinin Səmərəli İstifadəsinə Maliyyə Nəzarəti Və Onun İqtisadi Artıma Təsiri

İsgəndər Əzimov

isgenderazimov@gmail.com

Xülasə

Azərbaycan Respublikasında aparılan islahatlar nəticəsində son zamanlar ölkədə makroiqtisadi və maliyyə sabitliyinə nail olunmuş, iqtisadiyyatda struktur dəyişiklikləri artmış, sahibkarlığın tərəqqisi üçün uyğun şərait yaranmışdır. Hər bir istiqamətdə ardıcıllıqla görülən işlər dövlətin sosial-iqtisadi tərəqqisnə, eyni zamanda da ölkə əhalisinin rifah halının normal hal almasına güclü stimul vermişdir. Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatının belə sürətli artımı müstəvisində fiskal rıcaqdan istifadə səviyyəsinin yüksəlməsi və neft gəlirlərinin bir qisminin dövlət infrastruktur proyektlərinə istiqamətləndirilməsi iqtisadi yüksəlişə, məşğulluğun artmasına, ölkə əhalisi gəlirlərin çoxalmasına müsbət təsir edib. O cümlədən, vurğulamaq lazımdır ki, son zamanlarda neft qiymətlərinin tədricən aşağı düşməsi və hasilatın pik nöqtəsinin artıq bitməsi fiskal siyasətdə mühüm təhlilləri əsaslandırıb. Mövcud qlobal mühit və neft qiymətlərinin tez-tez dəyişməsi maliyyə dayanıqlılığının möhkəmləndirilməsini, təbii resurslardan qazanılan gəlirlərdən rasional istifadəni və ciddi makroiqtisadi çərçivənin qəbul olunmasını zərurətə çevirir. Bu nöqteyi-nəzərdən fiskal siyasət üçün çərçivənin təmin olunması və təbii resurslardan qazanılan gəlirlərə qənaət olunması üçün həyata keçirilən tədbirlərlə bərabər, hazırki iqtisadi vəziyyət əsas götürülməklə neft gəlirlərinin dövlət büdcəsinə transfertinin ən uyğun həddinin təyin olunması vacib mövzulardandır. İqtisadi müstəqilliyimizin hələ ilk illərində ərsəyə gətirilən iqtisadi, elmi-texniki, maliyyə, sosial-kadr imkanları, infrastruktura dövlətimizə iqtisadi artımın resursundan qeyri-neft sahəsinin, insan kapitalının tərəqqisi hesabına iqtisadi artım göstərməyi əsas vəzifə olaraq hədəfləməyə şərait yaratdı. Bunların hamısı Azərbaycan Respublikasında iqtisadi artımın hərəkətverici qüvvələrində, şərtlərində yeni keyfiyyət fərqlilikləri yaradacaqdır.

Açar sözlər: Neft, Maliyyə, Nəzarət, İqtisadi

Giriş

Neft sektorunun makroekonomik çevrədə əhəmiyyəti bu sektorun ÜDM-in strukturunda, dövlət büdcəsinin gəlirlərində və xarici ticarət dövriyyəsindəki pay nisbəti ilə ölçülür. Həmin pay bölgüsünün ölkə iqtisadiyyatında optimal korrelyasiyası inkişaf üçün mühüm sayır (Hacızadə E.M., Abdullayev Z.S. 2013). Neft sektorunun ÜDM-in strukturundakı payı bu sahədə ən mühüm makroekonomik göstərici olaraq çıxış edir. Neft istehsalçıları olan inkişaf etmiş ölkələrdə neft sektorunun ÜDM-in strukturundakı payı 20-30%-dən çox olur. Ümumən isə neft sənayesi ənənəviləşmiş belə ölkələr üçün müvafiq standartın 20-25% olması optimal hesab edilir. Burada həmçinin ÜDM-in adambaşına düşən həcminin 20-25$ mindən yuxarı olması da şərtlidir. Azərbaycan bu göstəricilər hazırda 48,5% və 6008$ təşkil edir.(www.socar.com - ARDNŞ) Statistika əsasən 2010-cu ildə qeyri-neft sektorunun artım templəri 7,9% olmaqla neft sektorunun artım templərini bir neçə bənd üstələmişdir. Lakin nəzərə alandakı, neft sektorunun həcm tutumu olduqca miqyaslı və rəqabətədavamlıdır, onda bu artım templərini o qədər də qənaətbəxş hesab etmək olmaz. Nəzəri hesablamalara görə buradakı artım defelyatorun yaxın 10 il üçün hər il 2-3 olması təminatı daha əsaslı nəticələrə gətirib çıxaracaqdır.

Bü gün Azərbaycanda həyata keçirilən biçimli neft strategiyası ilə ölkəmizdə bu sindromun yaşanması amilini tamamilə nəzarətə götürmüşdür. Bu nəzarətin əsasında isə dövlət büdcəsində optimal təsbit edilən neftin ixrac satış qiyməti, ARDNF təsisatlandırması və digər makro iqtisadi mexanizmlər dayanır.

Metod

Məqalədə müqayisəli təhlil, statistik qruplaşdırma, analitik metodlardan, analiz, sintez, həmçinin iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik-statistik tədqiqatlar üsullarından, reqresiyya, Ən Kiçik kvadratlar metodu, habelə riyazi və ekonometrik modelləşdirmə üsullarından, E-views program analizindən istifadə edilmişdir.

Analiz

ÜDM həcmi ilə neft gəlirləri arasında ciddi korrelyasiya əlaqəsi var. ÜDM ilə digər göstəricilər, məsələn, neft sənayesinə qoyulan BXİ-ın həcmi, neft sənayesinə yönəldilən BXİ kimulyativ həcmi arasında güclü korrelyasiya əlaqəsi var. Lakin bu göstəricilərin X1 ilə əlaqəsinin yüksək olması multikolerriallıq yaradır və biz bu göstəriciləri modelə daxil edə bilmərik. Ona görə də bu göstəricilərdən yalnız birincisini–neft gəlirlərinin (X1) modeldə saxlayacağıq.

Cədvəl 1. Neft gəlirləri və bəzi makroiqtisadi göstəricilərin dinamikası

İllər	ÜDM həcmi (mln manat)	Məşğulluq səviyyəsi	Əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirlər	Yoxsulluq səviyyəsi	Dövlət büdcəsi- nin gəlirləri (mlyn. Man)	Neft gəlirləri (mln. manat)
	ÜDM	MƏŞ	ƏG	YOXS	BÜDCƏ	X1
2000	3158	99.0	-	-	513	784
2001	3441	98.9	-	-	466	751
2002	3775	87.3	-	-	560	1068
2003	4718	88.2	508.9	-	715	1623
2004	5316	89.1	535.5	49	785	1841
2005	6063	90.0	618.8	46.7	910	1995
2006	7146	90.8	707.2	44.7	1221	2336
2007	8530	92.0	796.7	40.2	1510	2945
2008	12523	92.7	962.2	29.3	2055	5370
2009	18746	93.4	1201.3	20.8	3869	10537
2010	28361	93.7	1692.2	15.8	6007	16364
2011	40137	94.1	2378.3	13.2	10763	22149
2012	35602	94.3	2560.4	10.9	10326	15981
2013	42465	94.4	2866.1	9.1	11403	20199
2014	52082	94.6	3371.7	7.6	15701	26055
2015	54744	94.8	3789.3	6	17281	24747
2016	58182	95.0	4040.3	5.3	19496	23658
2017	58978	95.1	4192.4	5	18401	21324
2018	54352	95.0	4380.7	4.9	17498	14723
2019	60394	95.0	4709.8	-		

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.04.2019)

Ekonometrik hesablamalar göstərir ki, neft sənayesinin 1-ci cədvəldə verilən göstəriciləri bir-biri ilə multikolleniar əlaqədədir (cədvəl 3). Ona görə də ÜDM, əhalinin gəlirləri, məşğulluq səviyyəsi, yoxsulluğun səviyyəsi, büdcə gəlirləri kimi göstəricilərin 1-ci cədvəldə verilən göstəricilərdən asılılığının müəyyən edilməsində yalnız bir göstəricidən istifadə etmək kifayət edir. Biz bu göstərici kimi X1-i götürmüşük. Azərbaycanda ÜDM həcmi ilə neft gəlirləri arasındakı əlaqə modelini aşağıdakı kimi ifadə etmək olar: $\hat{U}DM = 1662.664 + 2.1684 * X1$ (1)

Cədvəl 2. Neft gəlirləri ilə iqtisadi artım arasındakı multikolleniar əlaqə

	X1	X2	X3	X4	X6	X7
X1	1	0.69768780...	0.87552201...	0.90770287...	0.94749606...	0.94005795...
X2	0.69768780...	1	0.89697709...	0.91593490...	0.69750580...	0.71754162...
X3	0.87552201...	0.89697709...	1	0.97741174...	0.87479647...	0.93793601...
X4	0.90770287...	0.91593490...	0.97741174...	1	0.87435897...	0.91661847...
X6	0.94749606...	0.69750580...	0.87479647...	0.87435897...	1	0.92058648...
X7	0.94005795...	0.71754162...	0.93793601...	0.91661847...	0.92058648...	1

Mənbə: Eviews tətbiqi proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Azərbaycanda məşğulluq səviyyəsinin neft sənayesi ilə bağlı olan sadaladığımız makroiqtisadi göstəricilər arasındakı korrelyasiya əlaqəsi verilib. Əvvəlcədən belə fərz etmək olardı ki, məşğulluq səviyyəsinin neft sənayesinin inkişafından elə də ciddi asılılığı olmayacaq. Çünki neft sənayesi daha çox kapital tutumlu və daha az əmək tutumlu sahədir. ARDSK-nin məlumatlarına əsasən neft sənayesində məşğul əhali ümumi məşğullların sayında cəmi cəmi 1% paya malikdir. Lakin nəzərə alsaq ki, neft sənayesindən gələn gəlirlər ölkədə digər sahələrin inkişafına dolayısı ilə təkan verir, onda məşğulluq səviyyəsinin də neft gəlirlərindən asılılığı haqqında müəyyən fikir yürütmək olar.

Məşğulluq səviyyəsi ilə neft sənayesinin yuxarıda qeyd etdiyimiz göstəriciləri arasındakı korrelyasiya əlaqəsi həqiqətən də yoxdur. Neft gəlirlərinin məşğulluğa dolayı təsirlərinin korrelyasiya statistikasında üzə çıxmamasının əsas səbəbi belə təsirlərin fiskal siyasət vasitəsilə reallaşması və gəlirlərin yenidən bölgüsü prosesi ilə bağlıdır. Elə ona görə də neft sənayesinin məşğulluğa birbaşa təsiri olmasa da əhalinin gəlirlərinə birbaşa və ya dolayısı ilə təsiri mümhümdür. Hər şeydən əvvəl neft gəlirlərinin büdcəyə transferi fiskal siyasətlə ölkədə tələbib yüksəlməsində mühüm rol oynayır. Digər tərəfdən, Neft Fondundan sosial infrastruktur üçün birbaşa xərcləmələr əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətinə müsbət təsir edir.

Neft sənayesinin bəzi göstəricilərinin, o cümlədən gəlirlərinin əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirlərin (S3) formalaşmasında təsirini müəyyən edən korrelyasiya əlaqəsi verilən neft sənayesindən gələn gəlirlər (X1) və neft sənayesinə aid digər göstəricilər arasında ciddi korrelyasiya əlaqəsi var.

Adambaşına gəlirlərin həcmi ilə neft gəlirləri arasındakı korrelyasiya əlaqəsinin hesablanması belə bir nəticəni verir ki, bu iki göstərici arasındakı korrelyasiya əmsalı kifayət qədər gücülür və R=0,7582. Ona görə də (2) tənliyini belə ifadə edə bilərik:

$$\hat{O}\boldsymbol{G} = \mathbf{364.3270} + \mathbf{0.1358} * \boldsymbol{X1} \qquad (2)$$

Neft sənayesinin inkişafının yoxsulluq səviyyəsinə təsirləri də mühüm problemdir. Tədqiqatlar göstərir ki, neft gəlirlərinin səmərəli istifadəsi yoxsulluğun azaldılmasında mühüm əhəmiyyətə malik ola bilər. Xüsusilə, neft gəlirlərinin akkumulyasiya olunduğu Neft Fondunun mövcud olduğu ölkələrdə neft gəlirlərinin səmərəli istifadəsi üçün daha yaxşı imkanlar yaranır. Azərbaycanda da Neft Fondunun mövcudluğu və gəlirlərin toplanaraq ciddi nəzarət altında xərclənməsi onun səmərəli istifadəsi imkanını artırır. Qeyd edək ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 27 sentyabr 2004-cü ildə imzaladığı «Neft və Qaz gəlirlərinin uzun müddət üçün idarə edilməsi strategiyası» adlı sənəddə müəyyən edilmiş mexanizm 2005-2025-ci illərdə neft gəlirlərinin idarə edilməsini nəzərdə tutur. Bu sənədə əsasən neft gəlirlərinin xərclənməsi məqsədləri kifayət qədər aydın ifadə edi- lib. Belə ki, sənəddə kiçik və orta sahibkarlığın, regionların və qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəlmiş tədbirlər nəzərdə tutulub.

İnfrastrukturun inkişaf etdirilməsini, yoxsulluğun azaldılmasını və sosial problemlərin həllini nəzərdə tutan addımlar da icmaların inkişafı üçün vacib əhəmiyyət daşıyır. İqtisadiyyatın intellektual, material və texniki imkanlarının inkişaf etdirilməsi, insan kapitalına geniş vəsaitin ayrılması təqdirəlayiqdir. Bu tədbirlər təhsilin inkişaf etdirilməsini və yeni texnologiyaların iqtisadiyyatda tətbiqini, hər bir fərdin intellektual inkişafı üçün vacib olan tədbirlərin görülməsini nəzərdə tutur. Bu tədbirlər də icmaların inkişafını şərtləndirən əsas tədbirlərdəndir. Bütün bu tədbirlər neft gəlirlərinin birbaşa və ya dolayısı ilə yoxsulluğun azaldılmasına müsbət təsir göstərir.Yoxsulluq səviyyəsi ilə neft sənayesinin bəzi göstəriciləri arasındakı korrelyasiya əlaqələrinin statistikasının analizi (3) tənliyini belə ifadə etməyə imkan verir.

$\boldsymbol{YOXS}$=44.5194 – 0.0017*X1 (3)

(3) modelinə əsasən neft gəlirləri artdıqca ölkədə yoxsulluq səviyyəsinin aşağı düşməsi gözlənilməndir. Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün bu iki göstərici arasındakı ciddi korrelya- siya əlaqəsi neft gəlirlərinin azalacağı təqdirdə ciddi problemlərin yarana biləcəyini və milli təhlükəsizlik üçün təhdidlərin yarana biləcəyini proqnozlaşdırmağa imkan verməklə yanaşı, həm də belə mənfi tendensiyaların yaranmaması üçün qabaqlayıcı tədbirlərin görülməsini zəruri edir. Belə ki, neft gəlirlərinin azalması zamanı yoxsulluq səviyyəsinin yüksəlməməsi üçün qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulmalıdır.

Dövlət büdcəsinin gəlirləri ilə neft sənayesinin yuxarıda qeyd edələn bəzi göstəriciləri arasında ciddi korrelyasiya əlaqəsi var. Məsələn, neft gəlirləri ilə dövlət büdcəsinin gəlirləri arasında asılılığın korrelyasiya əmsalı hətta 0,93-ə bərabərdir.Beləliklə, neft sektorunun bəzi makroiqtisadi təsirlərinin qiymətləndirilməsi və proqnozlaşdırılması ilə bağlı qeyd etmək olar ki, neft gəlirləri ÜDM həcminə, əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirlərə və dövlət büdcəsinin gəlirlərinə pozitiv, yoxsulluq səviyyəsinə isə neqativ təsir edir. Neft gəlirləri ölkədə məşğulluğa təsir göstərmir.

Büdcə xərcləri ilə neft gəlirləri arasındakı əlaqə pozitiv əlaqədir. Bu statistikaya əsaslanaraq (5)-ci tənliyi (5.1) modeli kimi ifadə edə bilərik: BÜDCƏ = $-\mathbf{413.7172} + \mathbf{0.6894} * \boldsymbol{X1}$ (4)

ÜDM ilə neft gəlirləri və qeyri-neft sektoru arasında statistik xətti əlaqə - korrelyasiya nisbətlərini əmsal ifadədə qiymətləndirmək olar. Bu hesablamanı aparmaq üçün nəzəri məntiqlərə söykənən korrelyasiya əlaqələndirməli düsturu təyin etmək olar:R = Ks/Ko

Burada R - korrelyasiya əmsalı (R1 – neft sektoru, R2 - qeyri-neft sektoru);

Ks - korrelyasiya subyekti (Ks1 – neft sektoru, Ks2 - qeyri-neft sektoru);

Ko - korrelyasiya obyekti (UDM artımı) (Hacızadə E.M. 2012: s.86).

Təqdimatda korrelyasiya əmsalının vahiddən böyük olması korrelyasiya subyektinin dominant mövqedə dayandığını ifadə edir. Əks halda isə korrelyasiya obyektinin yalnız həmin subyektdən deyil digərlərindən də asılı olduğu təsbit olunur. Bu düsturdan istifadə etməklə bizim variantda Azərbaycan Respublikası 2009-2019-cu illər (10 il) üzrə ÜDM ilə neft sektoru və qeyri-neft sektoru arasında korrelyasiya nisbətləri müəyyən etmək mümkündür:

Neft sektorunda artım1100 %; Qeyri-neft sektorunda artım

280 %; ÜDM artımı 570 %;

Neft sektoru üçün hesablandıqda;

R1 = Ko/Ks1=1100/570 = 1,93;

Qeyri-neft sektoru üçün hesablandıqda;

R2 = Ko/Ks2=280/570 = 0,49;

Korrelyasiya əmsalları üzrə aparılan hesablamalardan görünür ki, son 10 il ərzində neft sektorunda baş verən artım aparıcı xarakterdə olmuş və ümumilikdə respublika üzrə ÜDM-in inkişafında başlıca rol oynamışdır. Bu əsaslandırmanın qeyri-neft sektorunun müvafiq korrelyasiya əmsalının vahiddən kiçik olması bir daha sübut edir. Digər tərəfdən reallıq belədir ki, neft sektorunun artım tempinin qeyri neft sektoruna korrelyasiyasında da dominatlıq neft sektoruna məxsusdur.

Retrospektiv baxımdan bütün bunlar ötən müddət ərzində milli neft gəlirlərinin iqtisadi artımdakı aparıcı rolunu bir daha göstərir. Əlbəttə aparılan bu statistik metodla hesablamalar dəyişənlərin riyazi asılılığını təcəssüm etdirir. Lakin bir mənalı olaraq reallıq belədir ki, bu gün ölkə iqtisadiyyatı əsasən neft sektorunun vektorial xətti üzərində irəliləyir. Ona görə də, ÜDM və neft sektoru korrelyasiyası ciddi qəbul edilməlidir. Bu çevrədə də perspektivlik baxımından yaxın 3-4 il üçün müvafiq hesablamalar aparıla bilər. Hesablamaların daha uzun müddətləri əhatə etməsi planında aparılmaması bir sıra artım göstəriciləri ilə bağlı qəti təyinatların olmaması ilə əlaqələndirilir. Belə ki, 2016-2019-cu illər üzrə respublikada iqtisadi artımın orta illik tempi 5-7% götürülərsə, onda 2019-cu ildə ÜDM artımı orta göstərici də 53,5 milyard manat civarında (proqnoz 2016-cı il 43,5 milyarda manat), yəni 2016-cı il nisbətdə 23% çox olacaqdır. Neft gəlrlərində artım isə (orta dünya inkişaf neft qiymətlərində) təxmini hesablamalara görə ÜDM artımı ilə pessemist ssenaridə üst-üstə düşəcək, optimist ssenaridə isə 2-4% olmaqla onu üstələyəcəkdir. Belə vəziyyət isə onu göstərir ki, qeyri-neft sektorunda yüksək dinamizm meyillərinə nail olmayacağı təqdirdə respublikada 2019-cu ilə qədər iqtisadi artım yenə də neft gəlirlərində artım ilə yanaşı addımlayacaqdır. Sonrakı mərhələlərdə isə neft hasilatının azalması ilə bu nisbətlər bir qədər mülayimləşəcəkdir.

Cədvəl 3. 2005-2019-cu illərdə Azərbaycan Respublikasında ÜDM, neft hasilatı və bütövlükdə ölkə üzrə ixracın dinamikası (%)

İllər	ÜDM-in real artımı	Neft hasilatı	Bütün respublika iqtisadiyyatı üzrə ixrac
2005	5,8	5,7	23,77
2006	10,0	18,7	- 22,42
2007	7,4	20,9	53,37
2008	11,1	2,2	87,72
2009	9,9	3,5	32,6
2010	10,6	1,0	- 6,34
2011	11,2	4,2	19,52
2012	10,2	1,1	39,57
2013	26,4	429	20,23
2014	34,5	45,3	199,4
2015	25,0	29,1	63,43
2016	10,8	6,9	124,53
2017	9,3	13,2	-69,22
2018	4,96	0,7	45,08
2019	2,8	- 9,4	2,5

Mənbə: http://www.socar.az (01.04.2019)

Cədvəldə 2005-2019-cu illər üzrə göstəricilərini təhlil etdikdə görərik ki, neft hasilatı 1,7 dəfə artmış, 6278 milyon neftə bərabər olmuşdur. Həmin dövr ərzində neft hasilatında isə 20% enmə qeyd olunmuşdur. Enmə əsasən köhnə yataqlarda baş vermiş və natural ifadədə (1137 milyard m^3) nisbi yüksək olmamışdır. Bu zaman kəsiyində neft ixracının da yüksəlişi baş vermişdir.Aşağıdakı cədvəldə 2005-2011-ci illər üzrə respublikada ayrı-ayrı mənbələr üzrə neft hasilatını əks etdirən məlumatlar verilmişdir:

Mənbələr	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
ARDNŞ	8 967,4	8 993,8	8 800,0	8 700,0	8 543,3	8 459,5	8 400,0
ABƏŞ	13 247,6	23 274,2	32 907,1	33 982,7	40 224,3	40 481,4	35 100,0
Şahdəniz (kondensat)	x	x	896,4	1 893,2	1 651,7	1 848,9	1 800,0
Cəmi	**22 214,0**	**32 268,0**	**42 604,3**	**44 527,2**	**50 419,3**	**51 789,8**	**45 300,0**

Mənbə: http://www.socar.az, (01.04.2019)

Ümumiyyətlə, neft sektorunda inkişafının iqtisadi artım 1,8 dəfəyə bərabər olmuşdur. Göründüyü kimi bu dövr ərzində neft hasilatı ilə ÜDM-in artımı, demək olar ki, eyni sürətli olmuşdur. Lakin burada ÜDM-in nisbətən daha irəlidə getməsinə müəyyən miqdarda dünya neft bazarındakı qiymət qalxınmaları təsir göstərmişdir. Belə ki, həmin dövr ərzində neft qiymətləri asta terendli olsa da 1,4-1,5 dəfə qalxmışdır.Respublikada iqtisadi artımın rekord göstəriciləri 2010-2019-cu illərə təsadüf etmişdir. Belə ki, dünyada qlobal maliyyə böhranının baş verməsinə (2008- 2009-cu illər) baxmayaraq Azərbaycan iqtisadiyyatı irəliləmişdir. Bu dövr ərzində ÜDM təxminən 7 dəfə yüksəlmiş, neft hasilatı 3,3 dəfə artmışdır. Qeyd olunmalıdır ki, son 7 il ərzində neftin bir barelinin orta qiyməti 60-70$ təşkil etmişdir. (www.economy.gov.az).

Statistika göstərir ki, Azərbaycan hökumətinə çatan mənfəət neftinin həcmi 2016-cı ildə 19,0 milyon barrel, 2017-ci ildə 30,3 milyon barrel olduğu halda, 2018-ci ildə bu göstərici 150,2 milyon barrel təşkil etmişdir. Mənfəət neftinin satışından ARDNF-ə 2006-2010-cu illərdə 20$ milyard çox vəsait daxil olmuşdur . (www.oilfund.az - ARDNF) Burada akkumulyasiya olunan vəsaitlər isə respublikanın dövlət büdcəsinin gəlirlərinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Eyni zamanda, bu gəlirlərdən bir başa olaraq ölkə iqtsadiyyatının inkişafına istiqamətlənən ayrı-ayrı layihələrin reallaşdırılmasına, o cümlədən də sosial sferanın ehtiyaclarının ödənilməsinə məsrəf olunur.Aşağıda 2014-2019-cu illər üzrə ARDNF-dan xərcləmələrin dinamikası əks etdirən cədvəl verilmişdir:

Cədvəl 5. 2014-2019-cu illər üzrə ARDNF-dan xərcləmələrin dinamikası

İllər	**Xərclər** (min manatla)	**İllər**	**Xərclər** (min manatla)
2014	800	2007	1 061 200
2015	86 800	2008	4 291 800
2016	236 000	2009	5 294 500
2017	163 500	2010	6 385 500

2018	233 000	2011	6 886 155
2019	981 400	**Cəmi**	**25 620 655**

Mənbə: www.oilfund.az. (01.04.2019)

Nəzərdən keçirilən son dövr ərzində ARDNF-dən birbaşa sosial-iqtisadi inkişafa ayrılan vəsaitlərin, eyniliklə də dövlət büdcəsinə edilən transfertlərin məbləğinin ildən-ilə artdığı müşahidə olunur. Statistikaya görə dövlət büdcəsinin gəlirlərində ARDNF-in transfertlərinin xüsusi çəkisi 2016-cı ildə 8,8%, 2017-cı ildə 15,1%, 2018-ci ildə 35,3 və 2019-cu ildə 49,1% təşkil etmişdir. Bunun nəticəsində 2017-ci ildən başlayaraq ölkənin dövlət büdcəsi xərclərinin illik artım templəri ümumilikdə iqtisadi templərini qabaqlamışdır. Belə ki, 2018-ci ildə ölkədə iqtisadi artım tempi 10,2%, büdcə xərclərinin artım tempi isə 21,7%, 2019-cu ildə isə müvafiq olaraq 10,8% və 75,5% təşkil etmişdir .(www.stat.gov.az , www.socar.com , www.oilfund.az) .

Aşağıda 2005-2011-ci illər üzrə ARDNF-in gəlirləri və oradan dövlət büdcəsinə yönəldilmiş transfertlərinin həcmini əks etdirən cədvəl verilmişdir:

Cədvəl 6. 2013-2019-cu illər üzrə ARDNF-in gəlirləri büdcə transfertləri (min manat)

İllər	**Gəlirlər** (daxil olmalar)	**Dövlət büdcəsinə transfertlər**
2013	666 064,8	150 000,0
2014	985 938,7	585 000,0
2015	1 886 164,8	585 000,0
2016	11 864 648,1	3 800 000,0
2017	8 176 692,0	4 915 000,0
2018	12 932 600,0	5 915 000,0
2019	9 132 941,0	6 480 000,0
Fondun aktivləri 2020-ci ilin əvvəlinə 29,8 mlrd. ABŞ dollar		

Mənbə: http://www.economy.gov.az (01.27.2019)

Dövlət büdcəsinin formalaşmasında neft sektorunun əhəmiyyəti yalnız ARDNF hüdudları ilə məhdudlaşmır. Onun ARDNF istisna olmaqla büdcəyə vergi daxilolmalarında payı yenə də dominant mövqedə dayanır. Hər il orta hesabla ARDNŞ tərəfindən 1,5-2,0 milyard manat həcmində dövlət büdcəsinə vergi ödənişləri həyata keçirilir. Bu həm ixraca yönələn və həm də daxil istehlakı təmin edən istahsal həcmləri ilə həyata keçirilir.(www.stat.gov.az , www.oilfund.az)

Cədvəl 7. 2005-2011-ci illər üzrə ARDNŞ-də istehsal potensialı və onların reallaşdırılması istiqamətləri həcmləri

№	**Göstəricilər**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
1	Neft hasilatı	8967,4	8993,8	8800,9	8651,3	8543,3	8459,5	8450,0
2	Neftin təhlili	8868,0	8889,2	8720,0	8577,6	8518,3	8468,0	8400,0
3	Neftin ixracı	1506,3	1403,4	1224,0	1229,6	2485,0	2247,4	2000,0
4	Neftin emalı	7361,7	7485,8	7496,0	7348,0	6033,3	6220,6	6200,0

4.1	Avtomobil benzinləri, cəmi	906,3	1042,7	1136,0	1307,8	1235,0	1248,9	1391,4
4.1.1	bundan - daxili satışa	610,2	722,2	756,3	930,0	998,5	1054,8	1100,0
4.1.2	- ixraca	283,5	338,9	379,7	384,7	227,2	196,8	291,4
4.2	Birbaşa qovulmuş benzin, cəmi	261,0	302,3	222,6	279,6	232,6	207,8	200,0
4.2.1	bundan - «Azərkimya»	247,0	272,4	222,6	279,6	232,6	161,3	200,0
4.2.2	- ixraca	14,0	30,0	0,0	0,0	0,0	43,1	0,0
4.3	Reaktiv mühərrik yanacağı	629,3	693,3	720,0	741,7	603,2	600,4	668,9
4.3.1	bundan - daxili satışa	475,4	481,1	445,7	494,1	374,1	486,7	625,0
4.3.2	o cümlədən «AzAL»	451,8	444,9	403,0	460,7	358,7	464,6	600,0
4.3.3	- ixraca	149,2	217,0	274,3	206,5	271,7	114,6	43,9
4.4	Dizel yanacağı, cəmi	2098.6	2095,1	2117,8	2423,0	2219,7	2420,3	2174,2
4.4.1	bundan - daxili satışa	866,3	725,4	710,8	1001,2	784,6	916,9	1000,0
4.4.2	- ixraca	1224,9	1406,2	1407,0	1406,8	1435,0	1533,8	1174,2
4.5	Əmtəəlik soba mazutu	2421,6	2231,5	2160,5	1113,0	272,4	220,6	162,0
4.5.1	- ixraca	409,5	871,1	860,0	582,5	34,5	14,0	0,0
4.6	Mühərrik yanacağı, cəmi	122,8	69,8	61,9	100,0	145,3	65,8	365,9
4.6.1	bundan - daxili satışa	60,0	70,0	51,4	44,0	50,0	48,8	50,0
4.6.2	- ixraca	62,7	0,0	10,5	50,5	90,5	12,7	315,9
4.7	Sürtkü yağları, cəmi	36,8	75,6	62,0	53,0	44,2	86,5	64,6
4.7.1	bundan - daxili satışa	27,4	31,8	17,5	15,4	12,5	11,2	11,0
4.7.2	- ixraca	27,9	45,2	44,5	41,8	32,1	78,0	53,6
4.8	Neft bitumu	128,3	161,9	178,8	220,1	236,4	241,5	251,6
4.8.1	bundan - daxili satışa	96,9	143,4	156,9	190,5	222,2	228,4	240,0
4.8.2	- ixraca	32,1	17,8	21,9	28,8	13,5	14,0	11,6
4.9	Neft koksu, cəmi	11,6	67,2	78,2	168,9	220,8	267,5	213,4
4.9.1	bundan - daxili satışa	1,6	5,9	1,7	7,7	7,4	6,5	7,0
4.9.2	- ixraca	10,0	61,4	76,5	161,3	119,8	389,9	206,4
4.10	Maye qazlar, cəmi	132,7	148,0	157,0	181,1	173,3	214,0	268,9
4.10.1	bundan - daxili satışa	109,1	102,5	120,6	94,8	83,8	80,8	85,0
4.10.2	- ixraca	23,7	46,1	36,4	82,2	92,0	133,3	133,9

Mənbə: http://www.socar.az (01.27.2019)

Cədvəldən göründüyü kimi son 5-6 ildə ARDNŞ-də neft təhvilinin illik orta göstəricisi 8,9-8,4 milyon ton həcmində tərəddüd etmişdir. Bunun orta hesabla 1,5- 2,0 milyon tonu xam şəkildə ixraca yönəldilmiş, qalan 7,4-6,2 milyon tonu isə emal edilmişdir. Burada emal məhsullarının əsas hissəsini dizel yanacağı (2019-cu ildə -2.4 milyon ton) və benzin məhsulları (2019-cu ildə - 2,1 milyon ton) təşkil edir. Ben- zin məhsulları demək olar ki, əksəriyyəti daxili bazarın ehtiyaclarına yönəldilir. Dizel yanacağının isə daxili bazarın ehtiyacları təminatından sonra qalan 50%-ə qədər hissəsi ixrac edilir. Bütün bu ixrac məhsulları da xam neftlə bərabər ARDNŞ-in ixrac potensialını təşkil edir. Azərbaycan nefti - Azərlayt dünya bazarında marker növünə görə, yüksək keyfiyyətli təbii xammal kimi qəbul edilir. Optimal emal prosesində çeşidin bütün qammasının təminatında, ondan alınan məhsulun keyfiyyət göstəricisi yüksək qiymətləndirilir.

Cədvəl 8. 2007-2019-cu illərdə Azərbaycan Respublikasında dövlət büdcəsinə vergi daxilolmaları

Göstəricilər	**2017**	**2018**	**2019**
Vergi daxil olmaları	510,4	1427,7	4292,8
Neft sektoru	211,0	542,1	1934,7
2000-ci ilə nisbətdə vergi daxilolmaların artım indeksi (dəfə)	-	2,6	9,2
Qeyri-neft sektoru	299,4	885,6	2358,1
2000-ci ilə nisbətdə vergi daxilolmaların artım indeksi (dəfə)	-	3.0	7,9

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.04.2019)

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi, son illər ərzində neft sektorunun vergi daxil olmaları üzrə artım indeksi qeyri-neft sektorundakı artımları qabaqlamışdır. Belə vəziyyət ayrı-ayrı illərdə müvafiq həcm fərqlərinin qeyri-neft sektorunun üstünlüyündə olmasına baxmayaraq baş vermişdir. Bu fərqliliyi eyni zamanda bir qədər də sahələrarası müxtəlif vergi yükü nisbətləri ilə izah etmək olar.2012-ci ildə də neft sektorunun dövlət büdcəsindəki payı əhəmiyyətli olaraq qalmaqdadır. Belə ki, 2012-ci ildə dövlət büdcəsinin gəlirləri 16,5 milyard manat,ÜDM isə 43,5 milyard real iqtisadi artım tempi 5,7% nəzərdə tutulur. ÜDM-in qeyri- neft sektoruna aid hissəsinin 8,6%, neftin bir barrelinin dünya bazar qiyməti 80$, inflyasiyanın səviyyəsinin isə 6% olacağı planlaşdırılır.(www.economy.gov.az).

Nəticə

Aparılan təhlil və araşdırmalar bir daha göstərir ki, Azərbaycanın fiskal (dövlət xəzinəsinə aid) gəlirlərinin əsasında onun neft sərvətləri dayanır. Müasir məqamda isə bunu üç mühüm mənbəyi ARDNŞ, AÇG nefti və Şahdəniz qazı təşkil edir. Məhz bu üç mənbə ölkənin ixrac potensialının güc amili olaraq xəzinəyə tutumlu valyuta axınlarını təmin edir. Bu gün Azərbaycanın neft sektorunun ixaracatda payı 92-95% həcmində ifadə olunur. Bu isə ona əsas verir ki, yaxın 10-15 il ərzində neft sektorunda inkişaf dinamikasının davam etdirilməsi üçün strateji proqram təyinatlı vəzifələr işlənib hazırlanmalıdır. Belə olduğu təqdirdə ölkədə davamlı iqtisadi artımın təmin edilməsində neft sektorunun sanbalı daha da gücləndirilmiş olacaqdır.

Aparılan təhlili araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanda neft gəlirlərinin inkişafının iqtisadi artıma təsiri mühümdür. Ona görə də, enerji təhlükəsizliyi və həm də iqtisadi təhlükəsizlik baxımından yaxın onillikdə neft resurslarından səmərəli istifadənin optimal ssenarilərinin işlənilməsi və həyata keçirilməsi olduqca vacibdir.

Milli neft sektorunun inkişaf perspektivləri ilə bağlı təhlili araşdırmalar bir daha yəqinlik verir ki, 2017-2019-cu illər üzrə respublikada iqtisadi artımın 5-7% orta illik tempi ilə 2019-cu ildə ÜDM artımı orta göstəricidə 53-55 milyard manata yüksələcəkdir. Neft sektorunda artım isə (orta dünya inkişaf neft qiymətlərində) hesablamalara görə ÜDM artımı ilə pessemist ssenaridə üst-üstə düşəcək, optimist ssenaridə isə 2-4% olmaqla onu üstələyəcəkdir. Belə vəziyyətdə isə qeyri-neft sektorunda yüksək dinamizm meyillərinə nail olmayacağı təqdirdə respublikada 2020-ci ilə qədər iqtisadi artım yenə də neft sektorundakı artım ilə yanaşı addımlayacaqdır. Sonrakı mərhələlərdə isə neft hasilatının azalması ilə bu nisbətlər bir qədər mülayimləşəcəkdir. Nəzərə alınırsa ki, 2020-2040-cı illərdə ölkədə

neft hasilatında yetərli artımlar gözlənilir, onda bu parelellik həmin müddət ərzində də müəyyən qədər müşahidə ediləcəkdir.

Ədəbiyyat

1. Hacızadə E. M. (2012. Neft-qaz sektorunun inkişafının iqtisadi artıma təsirinin qiymətləndirilməsi. Azərbaycanin Vergi Jurnali. 2/4, 49-52
2. Hacızadə E.M. (2012). Neftqazçıxarma kompleksinin iqtisadi inkişaf modeli. Bakı, Elm, 1-472
3. Hacızadə E.M., Abdullayev Z.S. (2013). Neft təsərrüfatının iqtisadi strukturunun modernizasiyası. Bakı, "Elm", 1- 512
4. Səfərov Q.Ə., Dadaşova K.S. (2016). Neft-qaz kompleksində məhsulun keyfiyyəti və rəqabətqabiliyyətliliyi. Bakı, Elm,1- 224
5. http://e-qanun.az/framework/40972
6. http://maliyye.gov.az/, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin
7. http://sai.gov.az/upload/files/NeftFondu-REY-2019.pdf
8. http://www.budget.az/
9. http://www.eiu.com,
10. https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/?
11. https://www.statsbudsjettet.no/Revidert-budsjett-2017/English/
12. id_65=80041&page_id=3847&popup=Y&area_id=65
13. www.economy.gov.az www.oilfund.az – ARDNF
14. www.socar.com
15. www.stat.gov.az

Dövlət Büdcəsindən Sosial Sahələrə Ayrılan Vəsaitlərin Ünvanlılığının Və Nəticəliliyinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili

Leyla Orucova

leyla.orucova96@mail.ru

Xülasə

Beynəlxalq iqtisadiyyatda periodik olaraq təkrarlanan böhranlar, dövlət xərclərinin və böhran nəticəsində vergilərin çoxalması son dövrlərdə dövlətin büdcə-maliyyə idarəçiliyində cavabdehliyin və məsuliyyətin artmasını daha da canlandırırdı. Daha çox idarəetmədə hesabatlılığın və maliyyə vəsaitlərindən istifadə prosesinin şəffaflıq səviyyəsini yüksəltməklə dövlətin göstərdiyi xidmətlərin keyfiyyətinin və vəsaitlərdən əlverişli istifadə imkanlarının artırılması zərurəti yarandı. Nəticəyönümlü büdcə sistemi sözügedən tələbatları ödəyən mexanizm şəklində tətbiq olunmağa başladı. Sözügedən sistem büdcə vəsaitlərinin daha doğru şəkildə bölüşdürülməsi və məsuliyyətli menecmenti hesabına şəffaflığı həyata keçirməklə dövlətin effektivliyini artırır. Nəticəyönümlü büdcə ictimai resursların istifadəsi ilə əlaqədar qərarlarının qəbul olunması məqsədilə sübut-əsaslı dəlillər gətirir və bu mexanizmin tətbiq olunduğu şəraitdə fəaliyyətə dair məlumatlarla büdcə qərarları ilə əlaqə yaradılmış olur.Nəticəyönümlü büdcə ideyası vətəndaşların dövlətdən hesabat tələblərinin çoxalması səbəbi ilə meydana gəldi. Hər kəs ödədiyi vergi qarşılığında hökumətin öz fəaliyyətindən hansı nəticələr aldığını görmək istəyir. Nəticəyönümlü büdcə mexanizminin əsas töhfələrindən biri, məmurların davranışlarının dəyişməsidir. Büdcə vəsaitlərinə fərman vermək məsuliyyəti daşıyan bütün məmurlar başa düşür ki, nəticəsi olan büdcə mexanizmlərə müvafiq hesabatvermə məsuliyyətləri var və detallı hesabatlılıq əlverişsiz, o cümlədən, şəffaf olmayan xərcləmələrlə əlaqəli problemləri zamanında üzə çıxarmağa zəmin yaradacaq. Bu səbəbdən də bu mexanizmlər idarəçiləri öz fəaliyyətində şəffaf və eyni zamanda məsuliyyətli xərcləmələrə təşfiq edir. Dövlət büdcəsi üzrə maliyyələşdirilən sosial proqramların əlverişliliyinin dəyərləndirilməsi üçün əvvəlcə dövlət idarələrinin fəaliyyətinin təsir gücünü və nəticəliliyini əsaslandıran göstəricilər sisteminin hazırlanması vacibdir. Nəticəyönümlü büdcənin tətbiq olunması dövlət qurumlarına və sahib olduqları vəsaitləri tələb edilən və almaq istədikləri nəticələrə uyğun olaraq bölüşdürmək işini nisəbətən asanlaşdırır.

Açar Sözlər: Büdcə, Nəticə, Sosial

Metod

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, sistemli yanaşma, qrafiki təhlil, statistik modelləşdirmə, sintez, analiz və mühakimə, məntiqi müqayisə, ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.

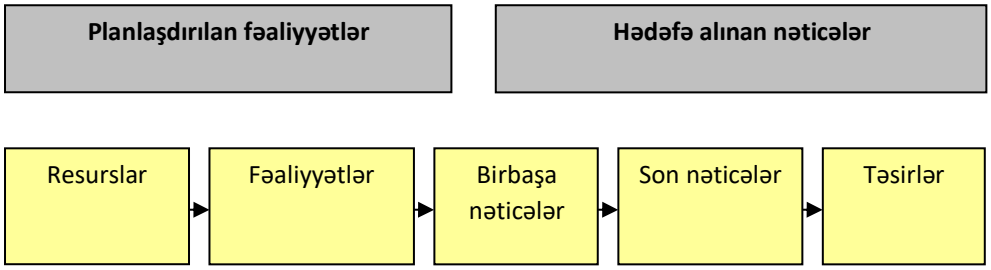
Giriş

Nəticəyönümlü büdcə - dövlət idarəsi funksiyalarına müvafiq məqsədləri və hədəfləri təyin edən, sərəncamdakı vəsaitlərin bu məqsəd və hədəflər istiqamətində istifadə olunmasını təmin edən, fəaliyyətlərinin nəticələrini ölçməklə əsas məqsəd və hədəflərə çatma səviyyəsini dəyərləndirən və nəticələri haqda hesabat verən büdcədir. Nəticəyönümlü büdcə mexanizmləri tətbiq olunmadıqda dövlət idarələri öz vəzifələrinin icra etmirlər demək yanlışdır. (Afonso A. 2015: s.316).

Ünvan yönümlü büdcələşmə təşkilatdaxili planlaşdırma metodudur. Bu metodun tətbiqi mühitində nazirliklər, dövlət agentliyi və komitə öz fəaliyyətinin xüsusiliyini, o cümlədən əsasnamə onlara tapşırılmış öhdəliklərin çərçivələrini əsas götürməklə məqsəd və vəzifələrinin ierarxiyasını şərtləndirir, xərcləmələrə əsasən fəaliyyətlərinin nəticələrini dəyərləndirmək üçün keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərini təyin edir. Bu nöqteyi-nəzərdən icra hakimiyyət orqanları üçün vahid

nəticəyönümlü büdcələşmə çərçivələrinin tətbiq edilməsi məqsədəmüvafiq hesab edilmir. Bu cür büdcələşmə fəaliyyətin əldə ediləcək nəticələri barəsində məlumatlardan faydalanmaqla xərclənəcək vəsaitlə alınacaq nəticə arasında əlaqə qurmağa şərait yaradan mexanizmdir. (Gupta S., Verhoeven M. 2018: s.536).

Sxem 1. Nəticəyə yönəlik büdcələşmənin məntiqi sxemi



Mənbə: Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E. (2018), s.143.

Sxemdən məlum olur ki, nəticəyönümlü büdcələşmədə mühüm yanaşma bu cürdür: hökumət hansı fəaliyyətləri planlaşdırdığını və bu fəaliyyətlərdən hansı nəticələri əldə edə biləcəyini bildirir. Düzgün təcrübələrə əsasən qeyd edə bilərik ki, bu nəticələr aralıq və son nəticələr olaraq təsnif edilə bilər. Nəticəyönümlü büdcələşmədə alınacaq nəticələr üzrə hansı vəsaitlərin xərclənəcəyi konkret şəkildə təyin olunur.

Analiz

Effektivlik nöqteyi-nəzərdən dövlət büdcəsi vəsaitlərinin istifadəsini qiymətləndirərkən bu mövqelər üzrə təhlilin aparması zəruridir.

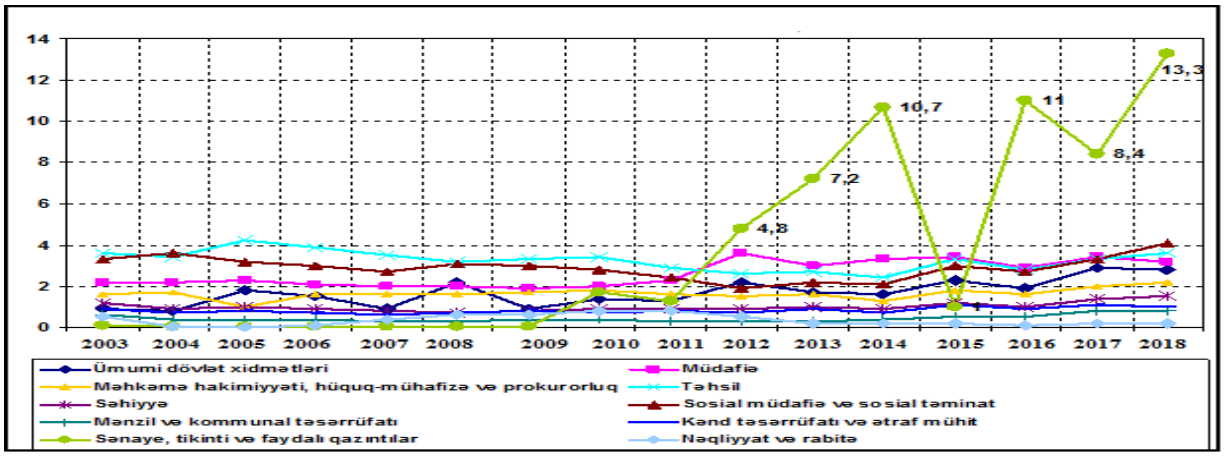
İndikatorlar	**Baza göstərici 2019**	**Hədəf göstəricisi (2020)**	**Hədəf göstəricisi (2021)**	**Hədəf göstəricisi (2022)**	**Hədəf göstəricisi (2023)**
Ümumi nəslvermə əmsalı	1.54	1.61	1.63	1.67	1.67
0-2 yaşlı uşaqların körpələrin uşaq qayğı mərkəzlərinə cəlb olunma səviyyəsi, %	21	33	34	34.5	35
Ölkə üzrə mütləq yoxsulluq səviyyəsi,	6.3	6.1	5.9	5.9	5.8
Uşaqların (0-17 yaş) mütləq yoxsulluq səviyyəsi, %	9.5	8.4	8.3	8.1	8.0
Yol qəzalarında ölənlərin sayı, nəfər	82	65 və daha az	60 və daha az	55 və daha az	55 və daha az
Məşğul əhali arasında ictimai nəqliyyatdan istifadə edənlərin payı, %	22.6	24	24.3	24.6	25% və daha çox
16-74 yaşlı əhalinin ictimai	67	79	83	83	85

xidmətlərin keyfiyyətindən razılıq səviyyəsi,%					
Əhali arasında internetdən istifadə etməyənlərin nisbəti,%	15.8	10	8	6	5
Hökumət xərclərinin ÜDM-də payı, %	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0
Hökumət sektorunda məşğulluğun cəmdə payı,%	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
Gənclər arasında işsizlik səviyyəsi, %	15.0	12.4	11.6	10.8	10.0
Elmi-tədqiqatlara çəkilən xərclərin ÜDM-də payı (özəl sektorun xərcləri də daxil), %	1.44	2.4	2.6	2.8	3.0

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (0101.2019).

Hazırda dünyada büdcə xərclərinin effektivliyini artırmaq üçün müxtəlif istiqamətlər üzrə siyasət tədbirləri (məqsədli büdcə proqramlarının, dövlət satınalınmaları mexanizminin, nəticələrin qiymətləndirilməsi sisteminin tətbiqi və s.) reallaşdırılır. Bununla yanaşı, inkişaf etmiş ölkələrdə hökumətin bütün strukturları konkret göstəricilər əsasında öz fəaliyyətlərinin qiymətləndirməsini həyata keçirir və bunun əsasında illik hesabatlar hazırlayır. Lakin belə hesabatların peşəkarlığı üçün həlledici şərt büdcə proqramları üzrə effektiv monitorinq və qiymətləndirmə sisteminin mövcudluğudur. Fəaliyyətin planlaşdırılması və fəaliyyət üzrə hesabatlılıq hökumətin xərcləri necə planlaşdırması və necə icra etməsilə birbaşa bağlıdır.(Herrera S., Pang G. 2015: s.52).

Diaqram 1. Büdcə xərcləmələrinin ÜDM-də payı (fazilə)



Mənbə: https://bakuresearchinstitute.org/az/the-economy-of-azerbaijan-in-2017-comprehensive-analysis/ (04.27.2019)

Diaqram 1-dən da göründüyü kimi,. 2018-ci ildə sosial sferada xərc maddəsi büdcə xərclərinin 34%-ə yaxın, ÜDM-in isə 13.3%-i təşkil edib. Yəni prioritetlərin belə kəskin dəyişməsi, büdcənin gəlir və xərclərində baş verən ziqzaqlı artıb-azalmalar şəraitində peşəkar büdcə planaşdırması mexanizmləri makroiqtisadi maliyyə sabitliyi üçün çox mühüm alətinə çevrilə bilər.

Cədvəl 2. 2014-2017-ci illər üzrə sosial sferada dövlət büdcəsinin xərcləri üzrə ortamüddətli büdcə ayırmaları min manatla

Xərclərin istiqamətləri	2015	2016	2017	2018
Cəmi xərclər	**20 063 000.0**	**18 465 500.0**	**18 050 000.0**	**17 800 000.0**
Təhsil	1 653 445. 2	1 716 182. 1	1 728 803. 9	1 738 803. 9
Səhiyyə	725 586,2	772 404,8	787 967,6	797 967,6
Sosial müdafiə və sosial təminat	2 072 233,9	2 111 488,7	2 105 480,8	2 109 904,5
Mədəniyyət, incəsənət, KİV, idman	311 410.6	332 957.6	326 360.7	340 141.9
Mənzil və kommunal təsərrüfatı	457 144,0	476 475,8	468 299,6	481 245,0

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019).

Cədvəldən aydın olur ki, sosial sferada hökumətin xərcləri ortamüddətli büdcə qanunu layihəsi kimi təsdiqlənir və qısamüddətli dövrdə (2015-2018-ci illər) xərclərdə də təxminən 20%-lik səmərəlik qeydə alınıb.

Cədvəl 3. Sosial müdafiə və soail təminat xərclərinə ayrılan vəsaitlərin həcmi

İllər	Büdcə xərcləri (mln dollarla)	Sosial xərclər (mln dollarla)
2010	14746.4	1407.4
2011	19567.2	1.9000.1
2012	22186.6	2254.1
2013	24402.1	2231.1
2014	23851.3	2513.0
2015	11404.7	1190.9
2016	10025.0	1493.8
2017	10349.0	1382.3
2018	13371.5	1265.1
2019	15831.6	1453.1

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019).

Cədvəldən aydın olurki, sosial xərclərin büdcədəki payı 9,5 faizdən 12 faizədək artıb. Doğrudur, iş yerlərinin açılması, sahibkarlığın və özünəməşğulluğun artırılması sayəsində əhalinin aztəminatlı təbəqəsi, işsizlik və yoxsulluq ildən-ilə azalıb. Ancaq dövlət hər bir halda, sosialyönümlü siyasəti davam etdirir. Prezident İlham Əliyev də dəfələrlə bu siyasətin davam etdiriləcəyini bildirib.

Ümumilikdə büdcənin 40 faizi sosialyönümlüdür və burada təhsilə, elmə, səhiyyəyə ayrılan vəsaitlərdə ciddi artım var. Büdcə xərclərinin böyük hissəsi səhiyyə xərclərinə ayrılıb. Səhiyyə xərcləri 2019-cu ilə nisbətən 31 faiz artaraq 1 milyard 400 milyon manata çatıb.

Cədvəl 4. Azərbaycan Respublikası dövlət büdcəsinin xərclərində təhsil xərcləri

	2016		2017		2018	
	Məbləp (mln.man)	Büdcə xərclərində xüsusi çəki (%)	Məbləğ (mln.man)	Büdcə xərclərində xsusi çəki (%)	Məbləğ (mln.man)	Büdcə xərclərində xüsusi çəki (%)
Bütün xərclər o cümlədən	2140,7	100	17784,5	100	17759,3	100

Sosial xərclər onlardan	843,3	39,4	4442,9	25	5789,5	32,8
Təhsil xərcləri	372,5	17,4	1605,1	9,03	1754,4	9,9

Mənbə: https://www.stat.gov.az/ (01.01.2019).

Cədvəldəki məlumatlarından göründüyü kimi Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsindən təhsilə ayrılan xərclərin məbləği 2016-ci ildəki 372,5 mln.manatdan 2017-cı ildə 1754,4 mln.manata çatmışdır. Analizdə istifadə olunan bütün məlumatlar budget.az veb səhifəsindən götürülmüşdür. Aşağıdakı cədvəllərdə müvafiq il üçün proqnoz olunmuş/ aktual büdcə gəlir və xərcləri əks olunmuşdur. Bütün ədədlər milyardlarla qədər yuvarlaqlaşdırılmışdır.

Cədvəl 5. Proqnoz olunmuş göstəricilər. (2010-2019)

İllər	Büdcə Gəlirləri	Büdcə Xərcləri
2010	3837	**4025**
2011	5771	**6315**
2012	10484	**11061**
2013	12177	**12355**
2014	11505	**12275**
2015	12061	**12748**
2016	16438	**17072**
2017	19159	**19850**
2018	18384	**20063**
2019	**19438**	**21100**

Mənbə: http://budget.az/ **Mənbə:** https://www.stat.gov.az/ (01.01.2020).

Cədvəllərdən göründüyü kimi aktual və proqnoz olunmuş göstəricilər arasında fərqlər mövcuddur. Məsələn, 2010-cu il üçün gəlirlər 3.837 milyard manat proqnozlaşdırılsa da, aktual gəlirlər 3.881 milyard manata bərabər olmuşdur.

Cədvəl 6. Aktual göstəricilər

İllər	Büdcə Gəlirləri	Büdcə Xərcləri
2010	3,881	3,790
2011	6,007	6,060
2012	10,762	10,680
2013	10,326	10,568
2014	11,403	11,766
2015	15,701	15,398
2016	17,282	17,417
2017	19,496	19,144
2018	18,401	18,709
2019	**17,153**	17,787

Mənbə: http://budget.az/ (010.01.2019)

Sosial sferada büdcə proqnoz xətalarının analizi

Ümumi nəticəyə çıxmaq üçün iki metoddan istifdə olunmuşdur: ortalama yekun göstəricilər metodu, qrafiki təsvirlər metodu.

Ortalama yekun göstəricilər metodu

Ortalama yekun göstəricilər metodu proqnoz xətalarının ölçülməsi üçün əlverişli metodlardan biridir. Proqnoz xətasının ölçülməsi üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunmuşdur. Burdakı alınan nəticələr faizlə də göstərilə bilər

Sosial sferada büdcə proqnoz xətası=(ABGt-PBGt)/ABGt-1

ABGt -Cari dövrün aktual büdcə göstəricisi (gəlirlər/xərclər)

PBGt- Cari dövrün proqnozlaşdırılmış büdcə göstəricisi (gəlirlər/xərclər)

ABGt- 1– Ötən dövrün aktual büdcə göstəricisi (gəlirlər/xərclər) (Ravallion M. (2016: s.270).

Aşağıdakı cədvəldə müvafiq illər üçün büdcə gəlir və xərclərinin proqnoz xətaları göstərilmişdir. Cədvəlin sonuncu sətirində gös tərilən standard yayınma isə göstərilən nəticələrin ortalama göstərici ətrafında necə paylanmasını göstərən bir kəmiyyətdir. Gəlirlər üçün standard yayınma kəmiyyəti xərclər üçün standard yayınma kəmiyyətindən daha böyük olmuşdur. Gəlirlərdə müşahidə olunan göstəricilər ortalamaya daha yaxındır.

Cədvəl 7. Sosial sferada proqnoz xətaları (2010-2019)

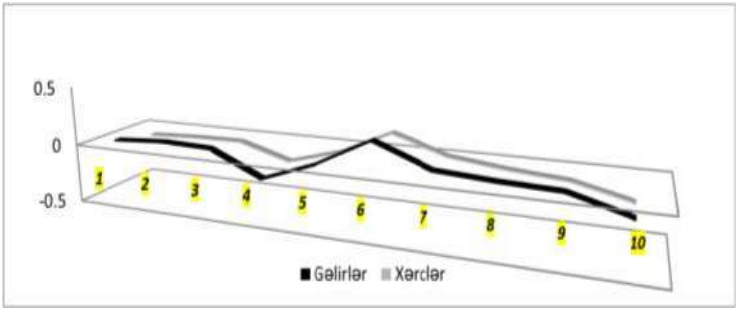
İllər	Gəlirlər	Mütləq dəyər	Xərclər	Mütləq dəyər
2010	0.0114	0.0114	-0.0621	**0.0621**
2011	0.0392	0.0392	-0.0422	**0.0422**
2012	0.0258	0.0258	-0.0357	**0.0357**
2013	-0.1793	0.1793	-0.1691	**0.1691**
2014	-0.0089	0.0089	-0.0433	**0.0433**
2015	0.2318	0.2318	0.1721	**0.1721**
2016	0.0488	0.0488	0.0198	**0.0198**
2017	0.0173	0.0173	-0.0369	**0.0369**
2018	0.0009	0.0009	-0.0724	**0.0724**
2019	-0.1332	0.1332	-0.1863	**0.1863**
Ortalama	0.0054	0.0697	-0.0456	**0.084**
Standart yayınma	**0.1098**	**0.0818**	**0.0988**	**0.0651**

Mənbə: http://budget.az/ (010.01.2019)

Qrafiki təsvirlər metodu

Bu bölmədə aldığımız nəticələr qrafiki təsvirlər vasitəsilə ilə göstərilmişdir.

Qrafik 3. Büdcə xətalarının xətti qrafik vasitəsilə təsviri.

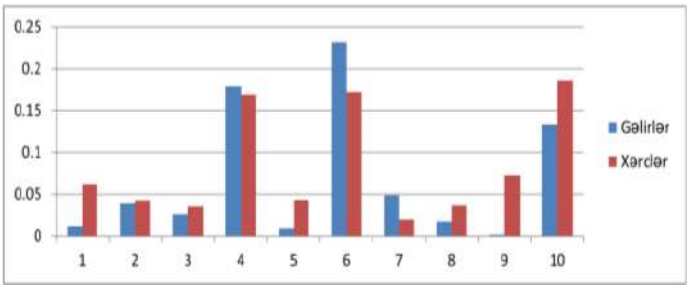


Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Buradan da görünür ki, büdcə gəlir xətaları əsasən 0-dan yuxarıda, büdcə xərc xətaları isə 0 dan aşağıda yerləşmişdir. Qrafik 3-cü cədvəldəki illər üzrə gəlir və xərclərdə proqnoz xətasına əsasən tərtib olunmuşdur. Bu təsvirlə də müəyyən etmək olar ki, aktual büdcə gəlirləri proqnozların altında, aktual büdcə xərcləri isə proqnozların üzərində həyata

keçirilmişdir.

Qrafik 4. Büdcə xətalarının müqayisəli təhlili.



Mənbə: E-views programı əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Yuxarıdakı qrafik isə 7-ci cədvəldəki xərclər və gəlirlərdə müşahidə olunan proqnoz xətalarının mütləq dəyərlərindən tərtib olunmuşdur. Cədvəldən müvafiq illər üzrə xəta ların hansı səviyyədə olmasını aydın görmək olar. Beləliklə büdcənin gəlirlər hissəssində ən yüksək proqnoz xətası 6-cı periodda (2011) müşahidə olunmuşdur. Bu 2008-ci ildəki qlobal maliyyə böhranından sonra neft qiymət lərində yenidən artım və maliyyə sabitliyinə qayıdış dövrünə təsadüf edir.

Nəticə

Məqalədə Azərbaycanda son 10 ildə sosial sferada büdcə proqnozlarında yaranan xətalar analiz olunmuşdur. Aparılan araşdırmaların nəticəsində məlum olmuşdur ki, büdcə proqnozlarında qismən xətalara yol verilmişdir.

Beləliklə, analiz edilən dövr ərzində aktual büdcə gəlirləri proqnozların altında, aktual büdcə xərcləri isə proqnozların üzərində həyata keçirilmişdir. Azərbaycanda büdcə gəlirlərinin böyük hissəsi neft gəlirlərindən formalaşdığı üçün neft qiymətlərində olan dəyişikliklərin bu məsələyə birbaşa təsir etdiyini vurğulamaq lazımdır. Vergilərdən daxilolmalarda baş verən bir sıra neqativ hallar da xətaların yaranmasına yol açan əsas amillərdəndir. Əhalinin sayının artması büdcə xərclərinin də artmasına səbəb ola bilər. Dövlət büdcəsi layihəsinin hazırlanması tarixi də bu baxım dan əlaqəli məsələlərdəndir. Belə ki, Azərbaycanda bu müddət büdcə ilinə 11 ay qalmış başlayır. Almaniyada bu müddət 6 ay, Yaponiyada 7 aya bərabərdir. Bu müddətin inkişaf etmiş ölkələrin standartlarına uyğunlaşdırılması bu işdə qeyri-müəyyənliyin azalmasına imkan verə bilər.

Büdcə proqnozlarında xətaların aradan qaldırılması üçün digər metodlar da faydalı ola bilər.Dövlət Statistika Komitəsi, Nazirlər Kabineti, Maliyyə Nazirliyi, Vergilər Nazirliyi kimi əlaqəli dövlət qurumlarının büdcə layihələrinin hazırlanmasında birgə iştirakı proqnoz xətalarının azaldılmasında faydalı ola bilər. Vergi sisteminin strukturunun dəyişdirilməsi və vergidən yayınma hallarının minimuma endirilməsi də sözügedən proqnoz xətalarının azadılmasında mühüm rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Afonso A. (2015). Non-parametric Approaches to Education and Health Efficiency in OECD Countries. Journal of Applied Economics, vol. 9, no. 32, 327–346.
2. Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E. (2018). Measuring the Efficiency of Decision Making Units. European Journal of Operational Research, 2018, vol. 2, iss. 6, pp. 429–444.
3. Gupta S., Verhoeven M. (2018). The Efficiency of Government Expenditure: Experiences from New Zealand . Journal of Policy Modeling, 2018, vol. 23, iss. 4, pp. 433–467.
4. Herrera S., Pang G. (2015). Efficiency of Public Spending in Developing Countries: An Efficiency Frontier

Approach. World Bank Policy Research Working Paper, no. 3645, 48-67

5. Ravallion M. (2016). On Measuring Aggregate "Social Efficiency". Economic Development and Cultural Change, , vol. 53, iss. 2,. 273-292.
6. https://bakuresearchinstitute.org/az/the-economy-of-azerbaijan-in-2017-comprehensive-analysis/
7. https://www.stat.gov.az/
8. http://budget.az/

Regional İnkişaf Sistemində Azad İqtisadi Zonaların Mahiyyəti Və Fəaliyyət Mezanizmləri

Pünhan Bayramov

punhan.97@inbox.ru

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi regional inkişafda mühüm əhəmiyyətə malik olan azad iqtisadi zonaların rolu, mövqeyi və sosia-iqtisadi əhəmiyyəti haqqında təhlil aparmaqdır. Azad iqtisadi zonalar dünya və ölkə təcrübəsində yaradılması və fəaliyyəti təcrübəsini tətqiq edərək bu əsasda regionların və yerli öznü idarəetmənin inkişafının stimullaşdırılması üçün onlardan səmərəli istifadə olunması imkanlarını təyin etməkdən ibarətdir. Azad İqtisadi zonalar və ya Sərbəst iqtisadi ərazilər müxtəlif ölkələrin ticarət və ticarət idarələri tərəfindən təyin olunmuş xüsusi iqtisadi zonadır. Bu termin şirkətlərin iqtisadi fəaliyyətini təşviq etmək üçün çox yüngül və ya ümumiyyətlə vergi tutulmayan sahələri təyin etmək üçün istifadə olunur. Regionların muxtariyyətinin inkişafı və böyüməsi beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin və ticarətin artması ilə əlaqədar onların tanınma dərəcələrinin artmasını nəzərdə tutur. Bu variantlardan biri beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin və ticarətin dövlət (və ya özəl) tənzimlənməsinin müəyyən bir növü kimi azad iqtisadi zonadır. Dünyadakı Sərbəst İqtisadi Zonalar pulsuz - ticarət, liman, iqtisadi, bank və ya rüsumsuz ticarət mağazaları və anbarları əhatə etməlidir. Ümumiyyətlə, onlar sənaye ixracatını stimullaşdırmaq, valyuta gəlirlərini artırmaq və yeni iqtisadi metod və mexanizmləri sınaqdan keçirmək üçün laboratoriya olaraq istifadə olunan iş yerlərini hazırlamaq üçün hazırlanmışdır. Bütün Azad İqtisadi Zonaların daha bir əlverişli xüsusiyyəti əlverişli investisiya mühitinin - bu və ya digər ölkədə (müvafiq bölgədə) qalan iqtisadi sahədə fəaliyyət göstərən ümumi rejimlə müqayisədə gömrük, vergi, maliyyə imtiyazları və inzibati güzəştlərdir.

Açar sözlər: Zona, İqtisadi, Regional

Giriş

Müasir şəraitdə resublika regionlarının inkişafı mürəkkəb iqtisadi vəziyyətlə xarakterizə edilir. Dərin sistemli böhran milli iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrinə toxunmuş və təxirəsalınmaz həlli tələb edilən çoxlu problemlər toplanmışdır. Ölkə iqtisdiyyatının bu durumdan çıxarılması üçün regional inkişafın ən səmərəli yollarının işlənməsi və onların reallaşdırılması mexanizminin müəyyən edilməsi zərurudir. Bu problemin həllinin təşviqinə qadir amillərdən biri bizim baxışlarımıza görə azad iqtisadi zonaların yaradılması olub, milli iqtisadiyyatın liberallaşdırılması şəraitində bazara transformasiyasının vacib sürətlənməsi vasitəsi kimi çıxış edə bilər. Dünya mütəxəssislərinin qiymətləndirmələri üzrə xüsusi təşkilati – hüquqi rejimli iqtisadi zonaların yaradılması, öz məhsulunu səmərəli ixrac etməyə qadir, istehsalat potensialı və xidmət dairəsinin formalaşmasına və inkişafına yönəlmiş, ayrı – ayrı ərazi və regionların qüvvədə olan və perspektiv inkişaf istiqamətidir. Azad iqtisadi zonalar (yaxud xüsusi iqtisadi zona) özünün yüksək iqtisadi, sosial və siyasi səmərəliliyini bir çox dünya regionlarında göstərmişdir.

Dissertasiya müxtəlif iqtisadi dövrlərdə müxtəlif sərbəst iqtisadi zonaların yaradılması üzrə dünya və yerli təcrübənin təhlili əsasında sərbəst iqtisadi zonaların regionların sosial-iqtisadi inkişafına və yerliöznü idarəedilməyə təsirinin öyrənilməsinə həsr edilmişdir.Bu problemin inkişafı dünya iqtisadiyyatının coğrafiyası, beynəlxalq iqtisadiyyat, nəzəri işlərə, ayrı-ayrı müəssisələr səviyyəsindən dövlətlər və ali dövlət qurumlarının miqyasına qədər müxtəlif səviyyələrdə olan təsərrüfat subyektlərinin praktik təcrübəsinə əsaslanır.

Azad iqtisadi zonalar (AİZ) - beynəlxalq əmək bölgüsünün yeni (qlobal) modelinin ən geniş formalarından biri, dünyanın ən geridə qalan bölgələrini və ölkələrini ölkələr arasında ticari, iqtisadi, elmi və texniki əməkdaşlığın sonsuz dünyasına daxil olmaq üçün lazım olan səviyyəyə "çatdırmaq" üçün hazırlanmışdır.

Çox vaxt siyasi sabitlik, investisiya zəmanəti, infrastruktur keyfiyyəti, işçi qüvvəsinin keyfiyyəti kimi amillər xüsusi olaraq əhəmiyyətlidir. Belə bir azad zonanın lokallaşdırılması milli strategiyanın vacib elementidir və müəyyən bir ərazi üçün regional siyasətin inkişafında vacib bir yanaşmadır. Bu, müasir texnologiyaların verilməsi üçün şərait yaratmaqla yanaşı, birbaşa xarici investisiyaların köçürülməsi və müəyyən iqtisadi bölgələrin inkişafının sürətlənməsi üçün istehsalın, xüsusən də yüksək texnoloji məhsulların istehsalının təşkili ilə dünyada tanınan formalardan biridir. Azad İqtisadi Zonalar regional inkişaf üçün vacib bir vasitədir.

Elmi işin seçilmiş mövzusunun aktuallığı ondan ibarətdir ki, müasir Azərbaycanda bazar iqtisadiyyatı şərtlində, müasir ümumdünya proseslərində azad iqtisadi zonalar, maliyyə və iqtisadi rifahın "oazisləri" kimi daha böyük rol oynayır və daha çox inkişaf etməkdə olan yüksək texnologiyalara diqqətini cəmləyir. Şübhəsiz ki, SİZ (Sərbəst İqtisadi Zonalar) cəmiyyət həyatının bütün sahələrini köklü şəkildə dəyişir. O, özü ilə təkcə əhalinin maddi rifahını, əlavə iş yerlərini, inkişaf etmiş infrastrukturu, iqtisadi inkişafın sürətlənməsini gətirmir, həm də özü ilə mümkün ekoloji problemləri, cinayətkarlığın səviyyəsinin artmasını və iqtisadiyyatın "kölgə" sektorunun güclənməsini də gətirir. Onların fəaliyyətinin mənfi nəticələrini qabaqcadan təxmin etmək və bacardıqca minimuma endirməyə çalışmaq lazımdır. Məhz buna görə də SİZ-in yaranma və fəaliyyət sahəsindəki dünyəvi və yerli təcrübəsinin ən yaxşı nümunələrinin, xüsusən də bu cür iqtisadi təzahürlərin yaradılmasının dönüşsüz olaraq gətirib çıxara biləcəyi bölgə həyatındakı nəticələr və dəyişikliklərin hərtərəfli tədqiqi çox önəmlidir. (Peter L., 2013: s.121).

Bundan əlavə, qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda aparılan tədqiqatlar zamanı SİZ problemləri demək olar ki, aşkar edilmir, yəqin ki müxtəlif sosial-iqtisadi, təbii və geo-siyasi şərtlər altında müxtəlif SİZ növlərinin funksionallığının şərtlərinin hərtərəfli təhlilinə tətbiq edilən metodiki yanaşma zəif ifadə edilmişdir.

Metod

Materialların qiymətləndirilməsi zamanı analiz, sintez, həmçinin iqtisadi-müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, qrafik-statistik tədqiqatlar üsullarından istifadə olunmuşdur.Tədqiqatın məlumat bazasını Azərbaycan Respublikasının bəzi qanunları, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanları və sərəncamları, Nazirlər Kabinetinin qərarları və başqa bir sıra aktlar, o cümlədən DSK-nin rəsmi informasiyaları, hesabatları və s. təşkil edir. İnformasiya bazası tədqiqatın normativ bazasını təşkil edir.

Analiz

Azad İqtisadi Zonaların yaranması və inkişafı

İlk Azad Zonalar XVI əsrin sonlarında Aralıq dənizi sahilləri boyunca meydana gəldi. İllər ərzində azad ticarət zonaları anlayışı əhəmiyyətli təkamül keçirdi. XVIII-XIX əsrlərdə Asiyada müstəmləkə genişlənməsi Gibraltar, Sinqapur və Hong Kongda sərbəst zonaların yaranmasına səbəb oldu. Əvvəlcə ən çox əhəmiyyət ticarət və anbar əməliyyatlarına aid edildi. Əksər hallarda mal üzərində hətta kiçik emal əməliyyatları qadağan edilmişdir. İlk istehsal sahəsi 1959-cu ildə İrlandiyanın

Şannon Hava limanında, ixrac yönümlü sənaye zonalarına yola salındı. Şannon hava limanı sahəsindəki uğurlar Tayvan, Koreya, Filippin, Malayziya və Mavritaniyada oxşar status bölgələrinin yayılmasına səbəb oldu. Bu illər ərzində, 1970-ci illərdə ABŞ və Braziliyada əsasən idxal yönümlü zonalar mövcud idi. Braziliyanın Manaus şəhərində tropik kənd təsərrüfatı modelinin pilot layihəsi kimi fəaliyyət göstərən kənd təsərrüfatının əsas işi olan rüsumsuz bir zona var. 1978-ci ildə Çin dörd xüsusi iqtisadi bölgə yaratdı. Cənubi Koreya, Azad Zonanın yaradılması haqqında qanun qəbul edən ilk ölkədir (1 yanvar 1970). Şərqi Avropa ölkələrində Azad İqtisadi Zonaların hüquqi əsası 1980-ci illərdə qurulmuşdur. Macarıstanda 1982-ci ildə Maliyyə Nazirliyinin əmrinə əsasən ilk birgə istehsal sahələri yaradıldı. Polşada 1988-ci ildə azad iqtisadi zonalar haqqında qanun qəbul edildi. İlk zonalardan biri Szcecin limanıdır. Rusiyada sərbəst iqtisadi zonalar üçün hüquqi əsaslar 1990-cı illərin əvvəllərindən hazırlanmışdır. Baltik dənizi, Qara dəniz və Sakit okean sahil bölgələrində ilk təcrübi zonalar qurulur. Keçmiş Yuqoslaviyada 1985-ci il qanunu ilə Azad İqtisadi Zonalar inkişaf etdirilir. Rumıniyada Azad İqtisadi Zonalar üçün şərtlər Dövlət Şurasının 1978-ci il tarixli qərarı ilə müəyyən edilir. Bolqarıstanda Azad İqtisadi Zonalar üçün 1987-ci ildə hüquqi baza quruldu. İş şəraitindən, ölkə infrastrukturundan, hökumətin nəzarəti və coğrafiyasından asılı olaraq sektorlara xas və ya çox məhsul ola biləcək müxtəlif növ XİS-lər vardır. (Nyakabavo.V, 2014: s.85).

Müasir sərbəst iqtisadi zonaların inkişafı əsasən 3 mərhələdən keçir: ilkin inkişaf belə - Klassik Sərbəst Zonaları - (saxlama və ötürmə sahələri) alır. Onlar şirkətlərə gömrük rüsumlarından və digər dövlət vergi və rüsumlarından azad olan mallarla malların saxlanmasına, yoxlanılmasına, qablaşdırılmasına, etiketlənməsinə və köçürülməsinə imkan verir. İndi dünyada bu tip 200-dən çox kiçik pulsuz zonalar mövcuddur. Azad İqtisadi Zonaların inkişafının ikinci mərhələsi Azad Sənaye Zonalarının və ya ixrac ixrac sahələrinin yaranması ilə əlaqədardır. Bu tip ilk sərbəst bölgə 1959-cu ildə Şimali İrlandiyanın Şannon şəhərində yaradıldı və hazırda 8000-dən çox insan çalışır və ölkə ixracının 20% -ni təşkil edir. Bu gün 145-dən çox oxşar sahə dünyanın 40-dan çox ölkəsində fəaliyyət göstərir. Əksər şirkətlər bu ərazilərdə istehsal, yığma və qablaşdırma üçün yarımfabrikat komponentləri idxal edir və sonra hazır məhsullar əsasən Qərbi Avropa ölkələri və ABŞ-a ixrac edirlər. Üçüncü mərhələ yaranan "Kompleks Sərbəst Zonalar"-a (azad limanlar, xüsusi iqtisadi zonalar və məlumat emalı sahələri) aiddir. 1955-ci ildə, Baham adaları hökuməti, Goliam Bahama adasında 138.888 hektar ərazidə özəl sektorun inkişafını dəstəkləmək üçün rüsumsuz bir rejimə, vergi güzəştlərinə və immiqrasiya rahatlığına icazə verdi (maliyyələşdirmə beynəlxalq hava limanının, dərin dəniz limanının, istehsalat zavodları, intensiv turizm və yaşayış sahələri olan sənaye parkının inşasına yönəldilmişdir). Bu inteqrasiya olunmuş sənaye və maliyyə sahələri Azad İqtisadi Zonalarda uğur nümunəsidir. Kompleks Sərbəst Zonalar ayrıca xarici sərmayə cəlb etmək, yüksək ixtisaslı mütəxəssisləri cəlb etmək və texnologiyanın ötürülməsini artırmaq üçün qurulan Xüsusi İqtisadi Zonalar adlanır (1978-ci ilin əvvəlində Çin dörd belə sahə yaratmışdır). 1990-cı illərin əvvəllərinə qədər Çindəki bu sahələr 9 milyard dollardan çox vəsait cəlb etmişdi. Son illərdə yeni bir növ Azad İqtisadi Zonalar, məlumat emalı sahələri meydana gəldi. Birincisi Montego Körfəzi (Yamayka) şəhərində yaradılıb və xarici informasiya sənayesini cəlb etmək üçün hazırlanmışdır. Azad İqtisadi Zonaların fundamental faydaları onların ticarət və investisiya siyasətinin alətləri rolundan irəli gəlir. Bu statik faydalar ixtisaslaşma və mübadilə nəticəsində əldə olunan qazancın nəticəsidir. Üstəlik, bu gün AİZlər daha çətin bir mühitdə fəaliyyət göstərir. Yeni sənaye inqilabı ilə əlaqədar bölgələr, rəqabət üstünlüklərini yenidən nəzərdən keçirməli olacaqlar, çünki ənənəvi yerli üstünlüklərin əhəmiyyəti azalır. Eyni zamanda, AİZ-lər Davamlı İnkişaf Məqsədlərini irəli sürən daha sosial və ekoloji cəhətdən məsuliyyətli bir şəkildə iş fəaliyyətlərini davam etdirməlidirlər. Bu

çağırışlar xüsusi iqtisadi zonaların modernləşdirilməsini tələb edir. (Zeng D.Z.,2015).

Beynəlxalq təcrübədə Azad İqtisadi Zonalar

Beynəlxalq sənədlərdə azad zonalar daha çox "coğrafi ərazilər" olaraq təyin olunur, burada məhsuldar sektorlar tərəfindən qoyulan ənənəvi məhdudiyyətlər ləğv edilir. Dünya təcrübəsinə əsaslanaraq, milli səviyyədə qurulmuş bir neçə sərbəst zona modelini müəyyənləşdirə bilərik: (Peter. L 2013: s.196).

- ərazi baxımından məhdud, əsas coğrafi və iqtisadi vəziyyəti, təhlükəsiz infrastrukturu və inzibati əraziləri olan az sayda effektiv fəaliyyət sahəsi;
- Sayı məhdudlaşdırılmadan ərazi məhduddur, lakin çox vaxt kiçik ərazilərdir;
- Ərazisi məhdud olan böyük ölçülü bir neçə sahə;
- Azad şəhərlər, limanlar;
- Müəyyən bir inzibati ərazinin və ya bütövlükdə bir ölkənin ərazisində sərbəst zona statusunun yaradılması.

Qanunvericiliyin təhlili göstərir ki, bütün rüsumsuz və iqtisadi zonalarda aşağıdakı fəaliyyətlərə icazə verilir: malların idxalı və ixracı; biznes məşğul olmaq; malların istehsalı və emalı üzrə fəaliyyət göstərmək; bank və digər maliyyə əməliyyatları; malların anbarda saxlanması və sair.XİZ-lər xarici sərmayələrin cəlb edilməsi və asanlaşdırılması, yerli firmaların qlobal dəyər zəncirlərinə inteqrasiyası, ixrac yönümlü böyümənin təşkili və məşğulluq yaradılması üçün sənaye infrastrukturuna və xidmət təminatçısı kimi qəbul edilə bilər.

Bir çox ölkələr üçün bu zonalar sosial-iqtisadi inkişafın vacib vasitəsidir. Onlar geniş sənaye sektorlarına başlamağa və texnologiyaların yerli iqtisadiyyata ötürülməsini təşviq etmək üçün geniş şəkildə yerləşdirilir və ümumi investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına, xarici investisiyaların həyata keçirilməsi üçün əməliyyat xərclərinin azaldılmasına, işin asanlaşdırılmasına və inzibati prosedurların, o cümlədən əməliyyatlar qurmaq tələb olunan vaxtın artırılmasına töhfə verə bilər . Sərbəst iqtisadi zonaların yaradılması təşəbbüsü müxtəlif idarə və təşkilatlardan gələ bilər. Makedoniya və Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində Azad İqtisadi Zonaların yaradılması təşəbbüsü hökümətə məxsusdur. Litvada sərbəst iqtisadi zonanın yaradılması təkliflərini hökumətə təqdim edən mərkəzi hökumət, rayon və ya bələdiyyə məclisi tərəfindən təşəbbüs edilə bilər. Belçikada bu, yerli şirkətin və ya xarici şirkətin yerli şöbəsinin təşəbbüsü ilə əlaqələndirici mərkəzlərin güzəştli sxemindən faydalanmaq üçün səlahiyyətli orqanlara müraciət edir. ABŞ qanunlarına görə, təşəbbüs İdarə Heyətinə tətbiq olunan korporasiyaya aiddir. Çində əyalət və muxtar vilayət hakimiyyəti tərəfindən Azad İqtisadi Zonalar yaradılır. Belarusiyada Azad İqtisadi Zonaların yerli icra və dispozisiya orqanlarının təklifi ilə olduğu vəziyyət eynidir. Moldova, Monqolustan və Hindistanda sərbəst iqtisadi zonalar mərkəzi və yerli hakimiyyət orqanları və ya Nazirlər Kabinetinə təklif verən fərdi iqtisadi operatorlar tərəfindən yaradılır. Filippində yerli hakimiyyət orqanları və yaxud da mərkəzi hökumət xaricində özəl qurumlar tərəfindən bir ərazinin yaradılması üçün xüsusi bir rejim mövcuddur. Çin, uzunmüddətli iqtisadi dəyişikliklərə nail olmaq üçün AİZ-lərdən istifadə baxımından ən uğurlu ölkələrdən biridir. İlkin mərhələdə qanunlar, tənzimləmələr, vergi, torpaq, əmək, maliyyə, gömrük, immiqrasiya və s. daxil olmaqla, bazar yönümlü iqtisadi islahatlarla sınaqdan keçirmək üçün dörd zona ilə başladı. Uğurlu olduqdan sonra zona proqramı və müvafiq islahatlar tədricən aparıldı xalq arasında daha çox şaxələnmiş formalarda yayıldı və bəzi zonalar,

yüksək texnoloji sənaye parkları kimi daha mürəkkəb gündəliyi ilə dizayn edildi. Çoxsaylı sənaye qrupları ilə birlikdə, AİZ-lər ÜDM-ə, məşğulluğa, ixracata və xarici investisiyaların cəlb edilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə vermişdir. Təhlil göstərir ki, XİZ-lər Polşada ən az inkişaf etmiş bölgələrin inkişafına güclü müsbət təsir göstərmiş, nisbətən daha zəngin olanlarda isə təsir zəif və ya hətta mənfi olmuşdur. (Adam A. Ambroziak, Christopher A. Hartwell, 2017: s.147).

Azad İqtisadi Zonaların fəaliyyət mexanizmləri

Azad İqtisadi Zonalarda müxtəlif məhdudlaşdırıcı və ya qadağan olunmuş fəaliyyətlər də mövcuddur. Məsələn, Belarusiya, Litva, Makedoniya və Moldova qanunları sərbəst zonalarda silah, döyüş sursatı və partlayıcı maddələrin istehsalı, saxlanması, emalı və satışını qadağan edir. Belarusiya, Litva və Makedoniyada radioaktiv materialların istehsalı, emalı, saxlanması və zərərsizləşdirilməsi qadağandır. Makedoniyada radioaktiv material iqtisadi zonaya yalnız sənaye, tibbi və elmi məqsədlər üçün gətirilə bilər. Belarusiya və Litvada narkotik maddələr və güclü zəhərli maddələrin, narkotik tərkibli və yüksək zəhərli maddələrin olduğu bitkilərin istehsalı, saxlanması və satışı qadağandır. Bu iki ölkədə təhlükəli yoluxucu xəstəliklərdən əziyyət çəkən insanların müalicəsi qadağandır. Bundan əlavə, Belarusiya və Litvanın Azad İqtisadi Zonalarında qiymətli kağızlar, əskinaslar, sikkələr və poçt markalarının istehsalı qadağandır. Hər iki tərəfin qanunvericiliyi mətbəələrin, radio və televiziyanın texniki dəstəyi istisna olmaqla, radio və televiziya proqramlarının hazırlanması və yayımlanmasını qadağan edir. Makedoniyaya daxili qanunlara və beynəlxalq müqavilələrə uyğun olaraq əqli mülkiyyətin qorunmasını pozan məhsul və xidmətlər istehsal etmək qadağandır. Bu ərazilərdəki işçilər tərəfindən birbaşa istehlak üçün malların satılması istisna olmaqla, ABŞ, Latviya və Litvadakı sərbəst zonaların əraziləri pərakəndə ticarətdə qadağandır. Digər ölkələrin - Belçika, ABŞ, İtaliya, Hindistan, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Monqolustan, Estoniya, Sloveniya, Filippin və Fransa qanunlarında qadağan olunmuş fəaliyyətlərin açıq siyahısı yoxdur. İtaliya, Hindistan, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Makedoniya, Monqolustan və Fransada iqtisadi bölmələr müəyyən müddətə və müəyyən şərtlər daxilində vergi ödəməkdən tamamilə azaddırlar. Çində iqtisadi vahidlər müəyyən miqdarda vergi bazasından azad edilir. Latviya və Sloveniyanın qanunvericiliyi yalnız vergi dərəcəsinin azaldılmasını nəzərdə tutur. Litva və Moldovada qarışıq rejim mövcuddur. Bəzi ölkələr əmlak vergisindən toxunulmazlıqdan azad olurlar. Latviya, Makedoniya, Monqolustan, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Fransada torpaq və əmlak vergisinə görə vergi tutulmur. Əlavə dəyər vergisindən (ƏDV) tamamilə və ya qismən azad olmaq ABŞ, Çin, Latviya, Monqolustan və Moldova qanunvericiliyinə əsasən verilir. Sloveniyada məhsul ixracı üçün lazım olan obyektlərin, istehsal xammalının və xidmətlərin və ya digər sahədəki səlahiyyətli fəaliyyətlərin idxalı üçün sıfır vergi dərəcəsi verilir. Qanunvericilik araşdırması ABŞ-da, İtaliya, Hindistan, Monqolustan və Moldovada müəyyən şərtlərdə aksiz rüsumlarının azad edilməsi və ya azaldılmasının nəzərdə tutulduğunu göstərdi. Filippində, qanunla başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, ərazidəki qurumlar vergi ödəməkdən azaddırlar.

Yaradılmış sərbəst iqtisadi zonalardan iqtisadi effekt əldə etmək imkanı müxtəlif iqtisadi, bazar, ərazi, istehsal və rabitə amillərinin birləşməsi şəraitində həyata keçirilir. Müasir dünyada bu cür fərqli iqtisadi şərtlər ayrı-ayrı ölkələrin, eyni zamanda onların daxilindəki fərqli bölgələrin də inkişaf səviyyələrinə görə mövcuddur. Məhz bu, azad iqtisadi zonaların çağdaş qlobal yayılması üçün əsas olan ölkələrin regional, xarici, iqtisadi və siyasi şəraitindəki fərqdir. Xüsusi iqtisadi zonalar regional iqtisadi təşəbbüsləri dəstəkləmək üçün vacib inkubator ola bilər və iqtisadiyyatın rəqəmsallaşmasında rol oynaya bilər. Xüsusi iqtisadi zonalar bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə

populyar bir sözə çevrildi və rəqabət güclüdür. Əksər ölkələr xüsusi iqtisadi zonaların iqtisadi bəlalarına "dəva" olacağını düşünürlər . Azad zonalar regional siyasət qaydalarına və regional iqtisadi inkişafa təsir göstərə bilər. Sərbəst zonaların köklü regional islahatların aparılmasında müəyyən edilmiş uğuru onların coğrafi cəhətdən idarə olunması ilə əlaqələndirilə bilər.

Azad iqtisadi zonaların təsnifatının aparılması

Dünya praktikasında sərbəst iqtisadi zonaların geniş çeşidləri mövcuddur, onların hər biri yuxarıda göstərilən ümumi xüsusiyyətlərin məcburi olması ilə yanaşı spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Xüsusiyyət bir çox amillərdən AİZ-ın yerləşdiyi ərazinin yeri, konfiqurasiyası, ölçüsü göstərilməlidir; istehsalın və digər mənbələrin mövcudluğu və keyfiyyəti; bu ehtiyatların həyata keçirildiyi təbii, iqtisadi və digər şərtlərin xüsusiyyətləri; dövlətin özünün və AİZ-nın - yaradılmasında qarşıya qoyduğu vəzifələr; vəzifələrini yerinə yetirmək və məqsədlərinə çatmaq üçün ona həvalə etdiyi funksiyalar; iqtisadi zonada dövlət tərəfindən təsdiq edilmiş iqtisadi fəaliyyət növü; ərazinin milliliyi) və hər bir vəziyyətdə onların birləşməsindən qaynaqlanır.

AİZ-lər müxtəlif meyarları seçərək sistematik olaraq təsnif edilə bilər. AİZ adlandırılan ərazi tipi, yalnız say baxımından üstünlüyə malik deyil, həm də dünya iqtisadiyyatında daha çox dominant rol oynayır. Bu araşdırmada, AİZ yalnız AİZ-in ərazi tipini - tipik AİZ-ləri göstərir.

Ərazi tipli Azad iqtisadi zonaları

Ərazi tipli AİZ-lər, bu ölkənin başqa yerlərində olduğundan daha yaxşı təlim keçmiş insanlarla təchiz edilmiş yüksək keyfiyyətli infrastrukturlu və inzibati obyektləri olan xüsusi qurulmuş bir əraziyə sahibdirlər. Digər tərəfdən, bu növ, çox sayda müəssisəyə AİZ rejiminin müxtəlif maliyyə, pul və inzibati imtiyazlarının təşkili və paylanmasında böyük texniki çətinliklərdən qaçınır. Bu müəssisələr çox fərqli yerlərdə və çox fərqli şərtlərdə fəaliyyət göstərsələr bu onlar üçün daha çətin olacaqdır. Bu tip AİZ-in daxili iqtisadiyyatla gömrük nəzarəti siyasətindən asılı olaraq iki alt növü vardır: "açıq" və "anklav növü". Anklav növü, qapalı gömrük nəzarəti siyasətinin daxili iqtisadiyyatla açıq tipə nisbətən daha az birbaşa əlaqəsi olması üçün ciddi şəkildə müəyyən edilmiş bir zonadır. Açıq növ gömrük nəzarətinin xüsusi bir siyasətini (qapalı gömrük nəzarəti olmadan) həyata keçirir və ciddi şəkildə müəyyən edilmir və ya daxili iqtisadiyyatdan ayrılmır. Buna görə onun daxili iqtisadiyyatla anklav tipindən daha çox birbaşa əlaqəsi var.(https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d2a7_en.pdf).

Rejim tipli Azad iqtisadi zonaları

Rejim tipli AİZ, müəyyən meyarları yerinə yetirdikləri müddətdə, qəbuledici ölkənin hər yerində yerləşən firmalara müəyyən üstünlüklər verir. Bu tip AİZ yalnız ərazi tipli xüsusi bir hal olduğu üçün azad iqtisadi "zona" deyil, yalnız azad iqtisadi "rejim" dir. Rezerv tipli ərazi tipindən fərqli olaraq rejim növü yerli iqtisadiyyatla güclü bir əlaqə inkişaf etdirməyə və xarici firmalara öz fəaliyyətləri üçün optimal yeri sərbəst seçməyə imkan verir. Sənaye siyasətinə əsasən rejim tiplərini "sərbəst ixrac yönümlü fabrik, sərbəst anbar və yüksək texnoloji müəssisəyə" bölmək olar. Lakin "ərazi tipli" AİZlər daxili iqtisadiyyatın qalan hissəsi ilə heç bir əlaqə olmadan anklav olaraq qalmırlar. Sadəcə, "rejim" tipli AİZ-lərdən daha az əlaqə mövcuddur. Bundan əlavə, rejim növü ərazi tipi ilə birlikdə ola bilər və ya da bunun qarşılığında inkişaf edə bilər. Məsələn, bəzi zəif inkişaf etmiş ölkələrdə, AİZ-lərin məqsəd və rolları dəyişdikcə, bir çox təşviq və imtiyaz zonalardan kənar ərazilərə tətbiq edildi.

Ərazi AİZ-lərinin tipoloji təsnifatı

"Sənaye sektoru", "təkamül mərhələsi", "yer" və "inkişaf mərhələsi" nin əhəmiyyətindən asılı olaraq, ərazi tipli AİZ-ləri ticarət, istehsal, xidmət, elmi əsaslı, hərtərəfli və sərhədyanı sərhəd zonalarına bölmək olar. 1979-cu ildə çinli alim Ping AİZ-ləri iki nəslə böldü. O, Asiya təcrübəsinə əsaslanaraq 1960-cı illərin sonlarında İxrac Emal Zonalarını 1-ci nəsil və 1980-ci illərin sonlarından sonra Çinin Xüsusi İqtisadi Zonalarını 2-ci nəsil AİZ kimi qəbul etdi. Uonq və Çu, Fəza ölçüsünə və iqtisadi sektorlarına görə beş fərqli nəsil təsnifatını təsnif etdilər: "Gömrük zəmanətli anbarlar, İxrac Emal Zonaları, Xüsusi İqtisadi Zonalar, Çərçivə dərəcəsi və Hərtərəfli Azad Ticarət Zonaları". Uonq və Çu iqtisadi sektorları Azad Ticarət Zonalarının təsnif edilməsinin ən vacib meyarları hesab etdilər, lakin bu modelin üç problemi var. Birincisi, gömrükdə bağlanan fabriklər kimi Azad Ticarət Zonalarının rejim tipi İxrac Emal Zonaları və Xüsusi İqtisadi Zonalar kimi ərazi tipli AİZ-lə qarışdırıldı. İkincisi, xronoloji ardıcıllıq meyar kimi qəbul edilmədi. Məsələn, AzadMəhsul və Azad Ticarət Zonası, XİZ-lərdən daha uzun bir tarixə sahibdir, lakin XİZ-lərdən daha gənc görünmələri üçün bu modeldəki mövqeləri onlardan kənardır. Üçüncüsü, bu model 1970-ci illərin sonlarından bəri daha populyarlaşan elm yönümlü park və sərhədyanı AİZ-lər kimi yeni AİZləri istisna edir. Yuxarıda göstərilən tədqiqatlara və 1980-ci illərdən bəri Çin alimlərinin çoxsaylı araşdırmalarına əsaslanaraq, iqtisadi sektorlar və xronoloji nizam AİZləri təsnifləşdirmək üçün iki faydalı meyardır. Sənaye sektoruna görə və iqtisadi sərbəstlik və coğrafi cəhətdən müəyyən edilmiş sahə kimi ümumi xüsusiyyətlər fonunda, AİZ-lər ticarət, istehsal, xidmət, elmi əsaslı və əhatəli AİZ və bir çox alt növ kimi beş əsas növə daxil ola bilər. AİZ-lərin (iqtisadi sektorlar) təkamülünə görə, ticarət əsaslı, istehsal əsaslı, xidmət mərkəzli, elmi əsaslı, hərtərəfli AİZ və sərhədyanı AİZ-lər daxil olmaqla altı nəsildə təsnif edilə bilər. Bu terminologiyanın linqvistik təsviri tanınmış nomenklaturaya əsaslanır: "elmi əsaslı park".(cədvəl 1.)

Cədvəl 1 . Azad iqtisadi zonaların təsnifatı

Ticarətə əsaslanan AİZ-lər **I Nəsil**	**İstehsala əsaslanan AİZ-lər** **II Nəsil**	**Xidmətə əsaslanan AİZ-lər** **III Nəsil**
• Ödənişsiz liman • Pulsuz şəhər / dövlət • Bağlı ev zonası • Gömrük sərhəddi anbar • Gömrükdən azad zona • Gömrük zonası • Rüsumsuz zona • Vergidən azad ticarət zonası • Vergidən azad zona • Azad ticarət zonası • Xarici ticarət zonası • Pulsuz sərhəd zonası • Tranzit Zona • Ötürmə zonalar • Pulsuz frantier zonası	• Rüsumsuz ixrac emal zonası • İxrac azad zonası • İxrac emal zonası • Pulsuz ixrac emal zonası • Pulsuz ixrac zonası • Pulsuz istehsal zonası • Sənaye ekspozisiya zonası • Sənaye azad zonası • İnvestisiyaların təşviqi zonası • Birgə müəssisə zonası • Pulsuz müəssisə zonası • Birgə sahibkarların hip bölgəsi • Güzəştli ixrac zonası • Maquiladoras • İdxal emal zonası • Kənd təsərrüfatı ixracının emalı zona • Pulsuz kənd təsərrüfatı zonası • İqtisadi və texnoloji inkişaf zonası	• Pulsuz peşə zonası • Pulsuz xidmət zonası • Pulsuz bank zonası • Pulsuz sığorta zonası • Pulsuz qırmızı işıq zonası • Pulsuz mərc zonası • Pulsuz tibb zonası • Pulsuz turizm zonası

Mənbə: Eğilmez, Sevgin (2017), s.261

Dünya praktikasında azad iqtisadi zonaların təşkilinə iki əsas yanaşma - rejim (funksional) və ərazi (fəza) yanaşması mexanizmi mövcuddur. Praktik baxımdan isə ən çox ərazi yanaşmasından istifadə olunur. Təşkilatın bu cür formasında tədqiq edilən zonaya bütün müəssisələrin - rezidentlərin təsərrüfatçılığın güzəşt rejimində istifadə edilən ixtisaslaşdırılmış zona kimi baxılır. Ərazi məhdudiyyəti bu tip zonaların əsas xarakteristikalarındandır.

Nəticə

Nəticə olaraq Azad iqtisadi zonalar dünyanın müxtəlif bölgələrində sənayeləşmə və regional iqtisadi inkişafda mühüm rol oynayır. Coğrafi yerləşmə, dövlət müəssisələri və təbii sərvətlər də bölgə fərqlərinin inkişafında mühüm rol oynamışdır.

Ümümilikdə bölgə iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün dünya standartlarına uyğun olaraq bu cür pulsuz (xüsusi) zonaların lokallaşdırılması üçün ən vacib tələblər bunlardır:

- iqtisadi inkişaf və planlaşdırma konsepsiyası ilə müşayiət olunan bölgədəki siyasi və iqtisadi sabitlik;
- nəqliyyat sisteminin və rabitə sisteminin yaxşı qurulması, dəmir yolu və respublika əhəmiyyətli rabitə mərkəzinə yaxınlıq;
- ekoloji cəhətdən təmiz, fiziki planlaşdırmanın yüksək standartı;
- il ərzində bütün fəsillər üçün etibarlı infrastruktur - nəqliyyat, su, enerji;
- bazara giriş - böyük bir üstünlüklə vacib bazarlara güzəştli giriş;
- elektronika və mühəndislik sahəsində xidmət üçün ilkin şərtlərlə inkişaf etmiş maliyyə və bank infrastrukturu;
- tələb olunan işçi qüvvəsi, aşağı əmək dəyəri, bu sahədə inkişaf etdirilə bilən sənayenin növünü əhəmiyyətli dərəcədə müəyyənləşdirən istehsal ixtisası;
- yaxşı inkişaf etmiş istehsal infrastrukturu və bitki iqtisadiyyatı olan mövcud bir sənayenin olması;
- zonanın yaxşı təşkili və ümumi koordinasiya;
- ənənəvi və yüksək ixtisaslı kadrların iştirakı ilə yüngül sənayenin inkişafı üçün şərtlər istehsalın yüksək keyfiyyəti və rəqabət qabiliyyəti üçün bir şərtdir.

Qeyd etmək vacibdir ki, azad iqtisadi zonalar da təhlükələri gizlədir. Üstünlüklərə və aydın müvəffəqiyyətlərə baxmayaraq, AİZ-lər qarışıq bir hesabata malikdir. Zona infrastrukturuna və texniki xidmətə qoyulan investisiyaların dəyəri bir çox hallarda faydalarından üstündür. İnvestorlar əhəmiyyətli iş və ya ixrac qazancı vermədən vergi güzəştlərindən də istifadə edə bilərlər. Çox vaxt zonalardan kənarda fayda vermək və ya yerli bacarıqları və istehsal bazasını inkişaf etdirməyin çətin olduğunu sübut edir. Bir çox ənənəvi ixrac emal zonaları qısa müddət ərzində investisiya cəlb etmək və məşğulluq yaratmaqda müvəffəq olmuş, lakin əmək haqqı artmağa başladıqda və ya ticarət üstünlükləri yox olduqda rəqabətə uğramamışdır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Adam A. Ambroziak & Christopher A. Hartwell (2017). The impact of investments in special economic zones on regional development: the case of Poland, Regional Studies, DOI: 10.1080/00343404.2017.1395005
2. Eğilmez, Sevgin (2017). Serbest ekonomik bölgelerin bölgelerin sosyo-ekonomik gelişimindeki önemi. Regional Studies, 27(3): 260-264.
3. Kim Y., (2014). What can Africa learn from China's special economic zones?, The Conversation, 1-245
4. Nyakabawo W., (2014). The geographic designation of Special Economic Zones, TIPS, 1-365
5. Peter L (2013). Special Economic Zones: Socio-Economic Implications. Journal of Applied Economics, 2541-2469
6. Zeng D.Z., (2015). Global Experiences with Special Economic Zones −With a Focus on China and Africa. The World Bank, Trade and Competitiveness Global Practice, 154-172
7. Грицаюк О. Ю,.Пряжникова Ю. А (2012). Свободные экономические зоны: Влияние на социально-экономическое развитие региона., . Москва, 1-294
8. Гусева, И. А. (2018). Значение особых экономических зон для социально-экономического развития региональной экономики. М.: Издательство Юрайт, 1-347
9. Михайленко М. Н; Жилкиной А. Н. (2015). Особая экономическая зона и ее роль в развитии экономики региона Москва: Юрайт, 1-302
10. Пушкин А. В., Богданов. И. Г., (2014). Особые эконо- мические зоны в России. Правовое регулиро-ание", "Альпина Паблишер. 1-232
11. https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d2a7_en.pdf

Gömrük Ödənişlərinin Dövlət Büdcəsində Çəkisi və Xarici Ticarətin Tənzimlənməsində Əhəmiyyəti

Ravil Nadirov

ravilnadirov@gmail.com

Xülasə

Gömrük tənzimlənməsi xarici ticarət siyasətinin bir hissəsi olmaqla ölkədə ərazi bütövlüyünün və suverenliyin təmin olunmasında, daxili bazarın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında, əhalinin sağlamlığa zərərli ünsürlərdən və narkotik maddələrdən qorunmasında önəmli rol oynamaqla dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artırılmasını təmin etməklə mühüm iqtisadi tənzimləmə aləti funksiyasını yerinə yetirir.

Azərbaycan Respublikası Gömrük Məcəlləsinin birinci maddəsinə görə, gömrük işi dedikdə - bütünlükdə gömrük siyasəti, habelə mal və nəqliyyat vasitələrinin Azərbaycan Respublikasının gömrük sərhədindən keçirilməsi qaydaları və şərtləri, gömrük ödənişlərinin alınması, gömrük rəsmiləşdirilməsi, gömrük nəzarəti və gömrük siyasətinin həyata keçirilməsinin digər vasitələri başa düşülür.

Respublikamızın gömrük siyasəti respublikanın xarici ticarət dövriyyəsinin (idxal və ixracın həcmi ,strukturu və şərtləri) gömrük sərhəddindən mal və nəqliyyat vasitələlərinin uyğun gömrük rejimləri müəyyən edilməsi vasitəsi ilə keçirilməsinin dövlət tənzimlənməsi üzrə məqsədyönlü fəaliyyət istiqamətlərinin təyin edilməsinə qulluq edir

Gömrük rüsumları və ödənişləri gömrük siyasətinin mühüm tərkib hissəsi olmaqla iqtisadiyyatın və xarici ticarətin tənzimlənməsində mühüm rola sahibdir. Gömrük rüsumları gömrük sərhədini keçməsi faktı ilə qüvvəyə minən və xarici ticarət dövriyyəsi mallarına tətbiq edilən dolayı vergi növ müxtəlifliklərindən biridir. Gömrük rüsumları bütün əsas vergi xüsusiyyətlərini özündə cəmləşdirmişdir.

Məqalədə gömrük rüsularının və gömrük ödənişlərinin növləri və onların dövlət büdcəsində çəkisi haqqında məlumatlar öz əksini tapmışdır. Gömrük daxilolmalarının dinamikası və dəyişikliklərin səbəbləri qeyd olunmuşdur. Bununla yanaşı məqalədə gömrük daxilolmalarının iqtisadiyyatda xarici ticarətin tənzimlənməsində nə kimi rol oynadığı aydınlaşdırılır.

Açar sözlər: antidemping, gömrük dəyəri, tarif, aksiz

Giriş

Gömrük siyasətinin mühüm tərkib hissələrindən biri də gömrük-tarif tənzimlənməsidir. Gömrük tarifi - Azərbaycan Respublikasının gömrük sərhədindən keçirilən mallara tətbiq edilən və Xarici İqtisadi Fəaliyyətin Mal Nomenklaturasına (XİF MN) uyğun olaraq sistemləşdirilmiş gömrük rüsum dərəcələrinin məcmusudur.

XİFMN –rüsum dərəcələrinin tətbiq olunduğu bütün növ əmtəələrin vahid sistemidir və 10 rəqəmli kodla təsnifatlaşdırılır. “Tarif” – ərəbcədən tərcümədə “siyahı” anlamına gəlir. Buradan gömrük tarifinin idxal və ixrac rüsumlarının siyahısı olduğu aydınlaşır. Gömrük tarifinin daşıdığı əsas iki funksiya vardır: 1) Proteksionist funksiya. 2) Fiskal funksiya.

Proteksionist funksiya – Bu funksiya əsasən daxili bazarın qorunmasına yönəldilir. Daxili bazarda daha zəif keyfiyyətə malik texnologiya tətbiqi ilə istehsal edilmiş mallar xərc çox olduğu üçün daha yuxarı qiymətə satılır. Lakin yüksək inkişaf etmiş ölkələrdə daha yaxşı və səmərəli teknologiya tətbiq olunduğu üçün həmin mallar daha ucuz qiymətə satıla bilir. Bu zaman həmin malların idxal olunması və yerli bazarda yerli mallardan daha aşağı qiymətə satılması yerli istehsalçılar üçün problemlər yaradır. Məhz bu halların qarşısının alınması məqsədilə proteksionist siyasət tətbiq

olunur. Bu vəziyyəti ölkəmizə də aid edə bilərik. Belə ki, müstəqilliyini yenicə qazanmış respublikamız nisbətən köhnə texnologiya ilə dünya bazarı standartlarına cavab verən əmtəə istehsal edə bilmir. Eyni zamanda ölkəni xarici mallardan asılı vəziyyətə salmaq, nəinki iqtisadi təhlükəsizliyə, həm də milli təhlükəsizliyə ciddi zərər yetirə bilər. Bu isə müstəqilliyini tam möhkəmləndirməmiş bir ölkə üçün açınacaqlı nəticələrə gətirib çıxarar. Odur ki, hər bir dövlət kimi Azərbaycan Respublikası da öz təhlükəsizliyini təmin etmək üçün proteksionist siyasətdən yararlanmağa çalışır.

Fiskal funksiya - "fisk" latın sözü olmaqla, mənası "zənbil" deməkdir. Bu funksiyanın əsas xüsusiyyəti büdcə gəlirlərinin artırılmasına yönləir. Belə ki, dövlət xərclərinin maliyyələşdirilməsi üçün ayri-ayrı fərdlərdən və hüquqi şəxslərin gəlirlərindən müəyyən hissə büdcəyə yönləndirilir. Məhs bu finksiya sayəsində ümumdövlət tədbir və proqramlarının icrası həyata keçirilir. Dünyanın bütün ölkələrində gömrük tarifindən istifadə olunur. Milli tarif sistemilə yanaşı, məhəlli (regional) tarifləri özündə birləşdirən vahid tarif sistemi vardır. Tariflərin dərəcələrindəki lüzumsuz artımların qarşısının alınması və onların danışıqlar yolu ilə aşağı salınması, ticarət məneələrinin aradan qaldırılması və s. bu tip məsələləri 1995-ci ilə qədər Tarif və Ticarət üzrə Baş Saziş (GATT - General Agreement on Tariffs and Trade) tənzimləyirdi. Həmin vaxtdan sonra isə bu tip məsələlər Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (WTO - World Trade Organization) tərəfindən tənzimlənməyə başlanmışdır.

Gömrük Məcəlləsinin 17-ci maddəsinin 19-cu bəndinə əsasən: Gömrük ödənişləri müəyyən olunmuş qaydada Azərbaycan Respublikası gömrük orqanları tərəfindən alınan gömrük rüsumları, vergilər, gömrük yığımları, hüquqi və fiziki şəxslərə gömrük fəaliyyəti üçün lisenziyaların verilməsinə görə alınan yığımlar, haqlar və digər ödənişlərdir.

Gömrük rüsumları mövsümi və xüsusi olmaqla iki qrupa ayrılır. Mövsümi rüsumlar malların ixracını və idxalını operaiv şəkildə tənzimləmək üçün müəyyən mallara tətbiq edilən rüsumlardır. Mövsümi rüsumlarda gömrük tarifində nəzərdə tutulmuş gömrük rüsum dərəcələri tətbiq olunur və qanunvericiliyə uyğun olaraq bu rüsumların qüvvədə olma müddəti il ərzində 6 aydan çox olmamalıdır. Xüsusi növ rüsumlar Azərbaycan Respublikasının iqtsadi mənafeyini qorumaq üçün idxal edilən mallara müvəqqəti olaraq tətbiq edilir və aşağıdakı növlərə ayrılır:

- Xüsusi rüsum
- Antidempinq rüsumu
- Kompensasiya rüsumu. Bu rüsumların formalaşması və tətbiqi qaydaları "Gömrük tarifi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda nəzərdə tutulmuş hüquqi normalarla tənzimlənir.

Xüsusi rüsumların müəyyən tətbiq edilmə halları vardır. Xarici dövlətlərdən idxal olunan bəzi mallar həmin qəbildən olan malların yerli istehsalçılarına ziyan vura bilər. bu o zaman baş verir ki, həmin mallar yerli mallardan daha aşağı qiymətə satılır və ya onların miqdarı daha çox olur. Bu zaman xüsusi rüsumlar həmin idxaldan müdafiə tədbiri olaraq tətbiq edilir. Bəzən də başqa dövlətlərin müəyyən səbəblərdən ölkənin milli mənafeyinə qəsdən xələl gətirilməsi üçün həmin mallar idxal edilir və bu idxala cavab tədbiri kimi xüsusi rüsumlar tətbiq edilir.

Antidempinq rüsumu. "Dempinq" sözü ingiliscə "dumping" sözündən götürülərək "dağıtma" anlamına gəlir. Demping siyasəti başqa dövlətlər tərəfindan digər dövlətlərin daxili bazarının

zərərinə hesablanmış siyasətdir. Xarici mallar yerli bazarda istehsal xərcindən çox-çox aşağı qiymətə satılaraq daxili bazarda dominantlıq etməsinə və yerli sahibkarların maddi olaraq iflasına səbəb olur. Dempingin əsas məqsədi bazarda rəqibləri sıradan çıxarmaqdır. Antidempinq rüsumları, idxal olunan malların qiyməti ölkənin gömrük ərazisinə gətirildiyi vaxtda ixrac olunduğu ölkədəki real dəyərindən aşağı olduqda və belə bir idxal bu qəbildən olan malların yerli istehsalçılarına ziyan vurduqda və ya bu hal istisna olunmadıqda, eyni zamanda həmin mallar ölkə daxilində istehsalının təşkilinə və ya genişləndirilməsinə maneəçilik törətdikdə tətbiq olunur (Əsədov və Şəkərəliyev, 2001).

Kompensasiya rüsumları. Kompensasiya latınca "compensatio" sözündən olub, mənası "ödəmə" anlamına gəlir. Ölkənin gömrük ərazisinə gətirilən malların istehsalı və ya ixracı zamanı dolayı və ya birbaşa olaraq subsidiyalardan istifadə olunarsa və belə bir idxal bu qəbildən olan malların yerli istehsalçılarına ziyan vurarsa və ya bu hal istisna edilmədikdə, habelə ölkədə bu malların istehsalının təşkilinə və genişləndirilməsinə maneçilik törədələrsə kompensasiya rüsumları tətbiq edilir.

Gömrük rüsum dərəcələri 3 qaydada hesablanır: 1. advalor 2. spesifik 3. kombinə edilmiş.

- *Advalor gömrük* rüsumu malın gömrük dəyərinə nəzərən faizlə hesablanır
- *Spesifik rüsum* malın həcmindən və ya miqdarından asılı olaraq hesablanır
- *Kombinə edilmiş rüsum* dərəcəsində advalor və spesifik rüsum dərəcələri müqayisə olunur və daha böyük olanı nəzərə alınır.

Gömrük ödənişlərinə rüsumlardan əlavə ƏDV, aksiz vergisi, gömrük haqqları və cərimələri eləcə də digər gömrük ödənişləri daxildir.

ƏDV-idxalda malın gömrük dəyəri, idxal gömrük rüsumu və aksiz vergisinin cəminin 18 %-i həcmində alınır.

Aksiz vergisi aksizli mallara tətbiq edilən doayı vergi növüdür. Spirtli malların, tütün məmulatlarının, xarici vətəndaşların gətirdiyi nəqliyyat vasitələrinin idxalı zamanı tətbiq olunur.

Yol vergisi nəqliyyat vasitələrinin ölkədə qaldığı müddətdən, mühərrikinnin həcmindən, qət etdiyi məsafədən yük avtomobilləri üçün tonnajından asılı olaraq hesablanır.

2018-ci ildən bəri ölkədə 7 pilləli (0%, 0.5,% 1%, 3%, 5%, 10%, 15%) advalor gömrük rüsum dərəlәcələrindən yeni 3 pilləli (0%, 5%, 15%) gömrük rüsum dərəcələrinə keçid baş vermişdir. Rüsum dərəcələrinin strukturunun sadələşdirilməsi, ticarət dövriyyəsinin artırılması məqsədilə əksər mal kodları üzrə idxal gömrük rüsumlarının endirilmiş, yerli istehsalın müdafiəsi məqsədilə isə müəyyən mal kodlarında gömrük rüsumları qaldırılmışdır, digərləri isə olduğu kimi saxlanılmışdır.

Rüsum dərəcələri və vergilər vasitəsilə idxal-ixracın əmtəə strukturu və miqdarı tənzimlənir. Müxtəlif ölkələrdə rüsum dərəcələri fərqlənsə də iqtisadiyyatın strukturundan asılı olaraq inkişaf etmiş ölkələrdə bu dərəcələr bir-birinə çox yaxındır Məs: ÜTT-yə üzv olan inkişaf etmiş ölkələrdə rüsum dərəcələri üzv ölkələr üçün kəskin aşağıdır. Bunun da əsas səbəbi həmin ölkələrdə istehsal və emal sahələrinin yüksək inkişaf etməsidir ki bu da idxal rüsumunun az olmasından yarana biləcək mənfi təsirlərin yaranmasına imkan vermir.

Ölkəmizin ÜTT-yə daxil olması dünya təsərrüfat əlaqələrinə inteqrasiya olmağın bir mərhələsidir. ÜTT-yə daxil olmaqla Azərbaycan öz iqtisadiyyatının müqayisəli üstünlüklərini reallaşdıra bilmək

imkanı qazanacaq, ticarət şəraitini yaxşılaşdıracaq, ixracın həcmini artıracaq və daha da rəngarəng edəcək, satış bazarlarını stabilləşdirəcək və onun coğrafiyasını genişləndirəcək və məhsulların keyfiyyətinin artırılmasının stimullaşdırılması üçün əlverişli şərait əldə edəcəkdir (Məhərrəmov və Aslanov 2008).

Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, Azərbaycan ÜTT-yə daxil olarkən nəyisə əldə etdiyi kimi, nədənsə də imtina etməlidir. O, təşkilata daxil olarsa, ortaya bir sıra problemlər çıxacaqdır:

- ÜTT-yə daxil olarkən Azərbaycan xarici ticarət tənzimlənməsinin qeyri-tarif tədbirlərindən imtina etməli olacaq. (ÜTT standartlarında icazə verilən sahələr istisnadır) ki, bu da daxili bazarda yerli istehsalın qorunması səviyyəsinə mənfi təsir göstərə bilər
- Xarici ticarətdə qeyri-tarif vasitələrindən imtina etməklə yanaşı, Azərbaycan idxal tariflərinin səviyyəsini də aşağı salmağa məcbur olacaqdır. Bu da xüsusi ilə böhran vəziyyətində olan iqtisadiyyat üçün ağrılı bir prosesdir
- Bu zaman, həmçinin fiskal problem də üzə çıxa bilər. Belə ki, idxal rüsumlarının götürülməsi, vergi yığımları ilə vəziyyətin lazımi səviyyədə olması şəraitində gömrük ödənişlərinin aşağı düşməsinin kompensasiya etmək xeyli çətin olacaqdır

Metod

Gömrük ödənişlərinin büdcədəki çəkisini müəyyənləşdirmək üçün Gömrük Komitəsinin, Mərkəzi Bankın verdiyi statistik göstəricilərdən istifadə olumuşdur. Bu göstəricilər bizə gömrük daxilolmalarının büdcədəki payını göstərir eləcə də hansı rüsum və vergi növlərinin nə qədər paya sahib olması haqqında təsəvvür yaradır. Statistik göstəricilərdən əldə olunan nəticələr analiz olunaraq bu sahədəki mövcud problemlərə aydınlıq gətirilmişdir. Əldə olunan statistik göstəricilər əsasında sadə reqressiya modeli qurulmuşdur. Analiz üçün Stata MP 13 proqramından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Azərbaycanda büdcəyə gömrükdən gömrük rüsumları, Gömrük Komitəsinin xətti ilə alınan ƏDV, Aksiz və yol vergisi daxil olur. Bu ödənişlər içərisində ən əhəmiyyətli yer rüsumlar və yuxarıa sadalanan vergilər tutur. Qeyd edilən ödənişlərin miqdarı aşağıdakı cədvəldə əks olunmuşdur:

Cədvəl 1: Büdcə daxilolmaları

İllər	Büdcə gəlirləri (mln AZN)	Gömrük rüsumu (min AZN)	ƏDV (min AZN)	Aksiz (min AZN)	Yol vergisi (min AZN)	Cəmi (min AZN)
2019	24199,6	1012754,57	2731780,45	227378,38	41909,94	4013823,34
2018	22411,2	741495,6	2009267,2	147087,4	33066,7	2930916,9
2017	16446,9	649063,0	1623278,3	87674,9	31953,2	2391969,7
2016	17501,2	550856,5	1386947,3	76638,7	70950,3	2085392,7
2015	17498,0	347690,8	1008829,1	75582,7	17982,5	1450085,0
2014	18400,6	345289,8	965542,3	50908,7	15444,7	1377184,9
2013	19496,3	275151,1	897553,4	77399,4	15957,0	1266060,9
2012	17281,5	208560,8	811781,2	70478,1	15721,6	1106541,7
2011	15700,7	213364,2	759538,9	56398,6	11206,0	1040507,6
2010	11403,0	173067,4	687192,1	49127,4	8045,5	917432,4

2009	10325,9	183724,1	759051,1	61667,2	6160,0	1010602,4
2008	10762,0	218020,2	714651,8	84437,2	4891,2	1022000,4
2007	6006,6	150082,7	482578,6	67565,3	3924,8	704151,4

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi, https://customs.gov.az/ (26.03.2020)

Cədvəldən göründüyü kimi, gömrük daxilolmalarında ən yüksək məbləğ ƏDV üzrədir. 2017-ci ildə ƏDV üzrə bu göstərici 1,6 milyard AZN-dən yüksək olmuşdur. Bu 2007-ci ilin göstəricisindən təqribən 4 dəfə artıqdır. ƏDV üzrə ən yüksək göstərici ötən ildə qeydə alınmışdır. Həmin göstərici 2.731.780,45 min AZN olmuşdur. Ən aşağı məbləğ isə Yol vergisi üzrədir. Yol vergisi üzrə ən yüksək göstərici 2019-cu ildə 41909,94 min AZN olmaqla qeydə alınıb. bu 2018-ci ilin göstəricisindən təxminən 22% artıqdır. Aksiz vergisi üzrə isə ən yüksək məbləğ 2019-ci ildə olmuşdur belə ki həmin məbləğ 227378,38 min AZN təşkil edir. Ümumi daxilolmalara nəzər yetirsək görərik ki, 2019-cu il üzrə daxilolmalar 2018-ci ilin göstəricisi ilə müqayisədə təxminən 37% artıqdır. Ümumən isə gömrük daxilolmalarının miqdarının illər üzrə artdığını müşahidə edirik.

Gömrük daxilolmalarının büdcə daxilolmalarındakı çəkisini aşağıdakı cədvəldə görmək mümkündür.

Cədvəl 2: Gömrük daxilolmalarının büdcədə çəkisi (%-lə)

İllər	Gömrük rüsumu	ƏDV	Aksiz	Yol vergisi	cəmi
2019	4,19	11,29	0,94	0,17	16,6
2018	3,31	8,97	0,66	0,15	13,1
2017	3,95	9,87	0,53	0,19	14,5
2016	3,15	7,92	0,44	0,41	11,9
2015	1,99	5,77	0,43	0,10	8,3
2014	1,88	5,25	0,28	0,08	7,5
2013	1,41	4,60	0,40	0,08	6,5
2012	1,21	4,70	0,41	0,09	6,4
2011	1,36	4,84	0,36	0,07	6,6
2010	1,52	6,03	0,43	0,07	8,0
2009	1,78	7,35	0,60	0,06	9,8
2008	2,03	6,64	0,78	0,05	9,5
2007	2,50	8,03	1,12	0,07	11,7

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi, https://customs.gov.az/ (26.03.2020)

Qeyd olunduğu kimi, büdcədə ən çox paya sahib olan ödəniş əlavə dəyər vergisidir. ƏDV dərəcəsi inkişaf etmiş ölkələrdə əsasən 17-25 % arasında dəyişir. Aksiz və yol vergisi milli mənafelərin qorunması baxımından önəmli rola sahib olsa da, büdcənin gəlirlərində əhəmiyyətli paya sahib deyil. Ümumilikdə büdcə gəlirlərinin strukturunda bu vergilər demək olar ki, önəmli təsirə malik deyil. Gömrük Komitəsinin xətti ilə ƏDV üzrə daxilolmalar 2019-cu ildə 11,3% olmuşdur. Gömrük rüsumu üzrə eyni ilin göstəricisi isə 4,2% -dir. 2019-cu ildə dömrükdən daxilolmalar büdəcə ümumi olaraq 16,6 % paya malik olmuşdur. 2007-2019 cu illər üzrə olan göstəricilərdə bu rəqəm ən yüksək göstəricidir. Ümumiyyətlə 2012-ci ildən sonra gömrük ödənişlərində pay olaraq

artımın olması müşahidə olunur. 2019 cu ildə gömrükdən daxilolmaların məbləği 2007-ci ilin göstəricisi ilə müqayisədə 5.5 dəfə artıqdır.

ƏDV və Gömrük rüsumundan daxilolmaların Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) ilə nə dərəcədə əlaqəli olduğunu bilmək üçün hər birinin ÜDM ilə korrelyasiyasını təhlil etmək lazımdır. 2007-2017-ci illər aralığıda ÜDM göstəriciləri ilə ƏDV-dən və gömrük rüsumundan daxilolmaların göstəriciləri arasında korrelyasiya əlaqəsi müvafiq olaraq -0.87 və -0.91 olmuşdur ki bu da həmin göstəricilər arasında mənfi əlaqənin olması deməkdir. Yəni ƏDV və gömrük rüsumunun yüksək olması ÜDM-ə mənfi təsir göstərir. Bir çox inkişaf etmiş dövlətlərin təcrübəsindən də bu əlaqənin mənfi olduğunu deyə bilərik. Gömrük rüsumları ilə iqtisadi inkişaf arasında tərs əlaqə mövcuddur.

Azərbaycada 2007-2015 ci illər ərzində orta rüsum dərəcələrinin miqdarı və nominal ÜDM üzrə aparılan təhlil və bu təhlilin nəticələrini aşağıdakı cədvəldən müşahidə etmək mümkündür.

Cədvəl 3: 2007-2015-ci illərdə orta rüsum dərəcəsi və ÜDM-in miqdarı

İllər	ÜDM (mln AZN)	Orta rüsum dərəcəsi %-lə
2015	54380,0	5,19
2014	59014,1	5,23
2013	58182	4,74
2012	54743,7	4,76
2011	52082	4,06
2010	42465	4,2
2009	35601,5	4,4
2008	40137,2	3,86
2007	28360,5	4,04

Mənbə: Dünya Bankı, https://www.worldbank.org/ (20.03.2020)

Burada orta rüsum dərəcəsi idxal olunan malların ümumi gömrük dəyərinin həmin malların idxalında alınan ümumi rüsum məbləğlərinə nisbəti vastəsilə tapılmışdır. Aparılan korrelyasiya-regressiya təhlili vasitəsilə korelyasiya əmsalının 0,71-ə bərabər olduğu aydınlaşır. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, ölkəmizdə rüsum dərəcələrinin azaldılması iqtisadiyyata zərər vura bilər. Aparılan korrelyasiya analizi əlaqənin müsbət olduğu anlamına gəlir.

Nəticə

Gömrük daxilolmalarının iqtisadiyyatın gömrük-tarif tənzimlənməsinin bir hissəsi olaraq mühüm gəlir mənbəyi olduğunu və fiskal tənzimləmə aləti olaraq milli mənafelərin qorunmasına xidmət etdiyini aydınlaşdırdıq. Büdcə daxilolmalarında əsas rolu Gömrük Komitəsinin xətti ilə alınan ƏDV və gömrük rüsumlarının daha yüksək paya sahib olduğunu görürük. Lakin aparılan analizlərdə bu ödənişlər üzrə rüsum dərəcələri ilə ÜDM arasında tərs əlaqənin olduğu aydınlaşdı. Buradan elə nəticəyə gəlmək olmaz ki rüsum dərəcələrinin azaldılması ÜDM-i artıra bilər. Burada bəzi iqtisadi faktorlar var ki bu hadisənin baş verməsi ilə milli iqtisadiyyat risk altında ola bilər. Belə ki əgər rüsum dərəcələri azaldılarsa bu xarici malların idxalını stimullaşdıra bilər ki bu da daxili bazarın rəqabətqabiliyyətliliyinə böyük zərər vura bilər. Bu baxımdan rüsum dərəcələri optimal səviyyədə saxlanılmalıdır. Bu səbəb Azərbaycanın Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzv olması məsələlərində də aktualdır.

Aksiz və yol vergisinin büdcədə payının az olmasına baxmayaraq bu vergilər milli maraqlarımıza zidd olan və cəmiyyətə, təbiətə insan sağlamlığına zərər vura biləcək ünsürlərin idxalınıın qarşısının alınması baxımından önəmli funksiya daşıyır. Bu Baxımdan həmin vergilərin əhəmiyyəti böyükdür.

Ümumi əldə olunan nəticəyə əsasən demək olar ki, Azərbaycanda yerli istehsalın güclənməsi və "Made in Azərbaycan" brendinin yaradılacağı halda rüsum dərəcələrinin optimalaşdırılması və diferensial olaraq azaldılması daha effektli ola bilər.

Ədəbiyyatlar

1. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi. (2019).
2. Azərbaycan Respublikasının Vergi məcəlləsi. (2019).
3. "Gömrük Tarifi haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunu. (2013).
4. Əsədov, F. İ., Şəkərəliyev, A. A. (2001). Azərbaycanın gömrük tarixi. Bakı Universiteti, 277, 105-147.
5. Məhərrəmov, A.M., Aslanov, H.H. (2008). Xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi. 394, 97-110.
6. Nuriyev, C. (2009). Azərbaycanın gömrük tarixindən. 75, 26-57.
7. Cusco, M.A. (2013). The role of customs in international operations. Journal of İnternational Business, 20, 4-15.
8. Mirela, A.P., Marilena, C. (2013). Role of Customs Duties in the Formation of Budget Revenues. Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, 8, 2-6.

Azərbaycan Respublikasında Vergi Nəzarətinin Mövcud Vəziyyətinin Təhlili Və Qiymətləndirilməsi

Rəşad Nəzərli
rashad.nazarli@gmail.com

Xülasə

Azərbaycan iqtisadiyyatının vergi yığımları vasitəsilə tənzimlənmə sistemi, həmçinin vergi nəzarətinin təkmilləşdirilməsində aparılan əsaslı islahatların uğurla aparılması ölkə iqtisadiyyatının başlıca şərti kimi bu gün daha çox diqqət mərkəzindədir. Vergi sisteminin, o cümlədən vergi nəzarətinin modernləşmə prosesinin sürətləndirilməsi təkcə iqtisadi subyektlərdən vergi tutulma səviyyəsinin artması ilə deyil, həm də vergi sisteminin özünün idarə olunması səviyyəsi ilə ölçülür. Vergi nəzarəti səviyyəsinin yüksəldilməsi vicdanlı və nizam-intizamlı vergi ödəyiciləri üçün bərabər rəqabət rejiminin təmin olunması, onlara vergi yükünün ardıcıl olaraq aşağı salınması üçün də potensial ehtiyat mənbəyidir. Lakin bazar münasibətlərinə keçid dövrünün ötən mərhələsində respublikamızda vergi nəzarəti işinin təşkili və vergi yoxlamalarının həyata keçirilməsi prosesi ilə bağlı olaraq qanunvericilikdə pozulma hallarına rastlanması istisna deyildir. Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycan Respublikasında vergi nəzarətinin hazırkı vəziyyətini təhlil etmək, vergi nəzarətinin aparılması metodikasını, səyyar və kameral vergi yoxlaması qaydalarını tədqiq etmək, vergi nəzarəti sistemində olan çatışmazlıqları araşdırmaq və onun həlli üçün optimal variantları müəyyənləşdirərək qiymətləndirmə aparmaqdan ibarətdir. Məqalədə əldə edilən nəticələr vergi orqanlarının işinin modernləşdirilməsi mexanizmində vergi inzibatçılığı və vergi nəzarəti standartlarının tətbiqində, dövlət vergi inzibatçılığının fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində və vergi nəzarəti mexanizmlərinin vergi daxilolmalarının artırılmasına təsirinin müəyyən edilməsində, vergilərin yığılmasının yüksəldilməsi üçün vergi nəzarətinin təkmilləşdirilməsində istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: Vergi, Nəzarət, Qiymətləndirilmə

Giriş

Vergi nəzarəti - vergitutma sahəsində qanunvericiliyə əsaslanan və vergilərin ödənilməsi üzrə vergi ödəyicilərinin öz vəzifələrinin icrası haqqında məlumatların toplanmasına və təhlilinə yönəldilmiş səlahiyyətli dövlət orqanlarının kompleks və məqsədyönlü iqtisadi və hüquqi fəaliyyət sistemidir. (Kəlbiyev Y.A 2015).

Vergi nəzarəti maliyyə nəzarətinin ayrılmaz hissəsidir və dövlət nəzarətinin növlərindən biridir. Dövlət maliyyə nəzarəti büdcənin və büdcədənkənar fondların icrasına, pul dövriyyəsinin təşkilinə, kredit resurslarından istifadə olunmasına, dövlət daxili və xarici borcunun vəziyyətinə, dövlət ehtiyatlarına, maliyyə və vergi güzəştlərinin verilməsinə nəzarət edir. Nəzarət, idarəetmə fəaliyyətinin forması kimi, yəni məqsədli istiqamət, müəyyən məzmun və onun həyata keçirilməsi üsulları olan müstəqil idarəetmə funksiyası kimi nəzərdən keçirilməlidir. Vergi nəzarəti, vergilərin nəzarət funksiyasının həyata keçirilməsinə xidmət edir. Bundan başqa, vergi qanunvericiliyi ilk növbədə dövlətin və bələdiyyə qurumlarının əmlak hüquqlarını qorumanmasına və təşkil edilməsinə xidmət edir.(Həsənov Ə. N. 2017: 85).

Vergi nəzarətinin məqsədi, vergi qanunvericiliyinin pozulması faktlarının aşkar edilməsi, onların qarşısının alınması, vergi və rüsumların ödənilməsinin tamlığı və vaxtında həyata keçirilməsi haqqında məlumatların düzgünlüyünün təmin edilməsi, habelə sövdələşmələrin və hərəkətlərin qanuniliyinin yoxlanılması və vergi ödəyicilərinin məsuliyyətə cəlb olunması ilə bağlıdır. (Məmmədov F.A.,və Musayev A.F., 2010: s.112).

Metod

Problemin tədqiq edilib öyrənilməsi prosesində təhlil və sintez, deduksiya və induksiya, sistemli yanaşma metodu, məntiqi ümumiləşdirmə və statistik metodlardan istifadə edilmişdir. Bundan əlavə materialların qiymətləndirilməsi zamanı iqtisadi təhlil, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə və analiz-sintez üsullarından istifadə olunmuşdur.

Analiz

Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyinin fəaliyyətinin təhlil prosesində bəlli olur ki, 2018-ci ildə bitmiş səyyar vergi yoxlamalarının 90,7%-i növbəti yoxlamalara aid olurdusa, 2019-cu ildə bu rəqəm 51,7%-ə enmişdir. Sözügedən yoxlamalardan hesablanmış əlavə vəsait, maliyyə cəza tədbiri və cərimələrin növbəti yoxlamalar üzrə hesablanmış cərimələrin, əlavə vəsait və maliyyə cəza tədbirlərinə uyğun olaraq dəyəri hissəsi ilə 15,3 % aşağı düşmüşdür. Amma hesablanmış maliyyə cəza tədbiri, əlavə vəsait və cərimələrin ümumi məbləği 17,5 % artaraq 1064,8 mln. manat olmuşdur. Əlavə yoxlamalar üzrə isə hesablanmış vəsaitlələrin dəyərində uyğun şəkildə 2,5; 2,7 və 2,3 dəfə artım müşahidə olunmuşdur. Nəzarət və yoxlama tədbirləri sonrasında hesablanmış əlavə vəsait, maliyyə cəza tədbiri və cərimələrin 2018-ci ildə 81,7 %-i, 2018-ci ildə isə 58,8 %-i növbəti yoxlamalara aid olur. 2019-cu ildə yoxlamaların sayı 43,3 % azalsa da cəza tədbirləri hesabına tətbiq olunmuş cərimələrin dəyəri cəmi 15,3 % azalmışdır. 2018-ci ildə nəzarət və yoxlama tədbirləri hesabına tətbiq edilmiş maliyyə cəza tədbirləri sayəsində daxil olmuş vəsaitlərin 1,8 %-i əlavə hesablanmış vəsaitlərin, 1,4 %-i isə inzibati cərimələrə aid olur. 2019-cu ildə növbəti yoxlamaların sayının ciddi şəkildə azalması ilə əlaqədar olaraq, bundan əvvəlki illə müqayisə nəticəsində hesablanmış əlavə vəsaitlər 17,5 %, maliyyə sanksiyaları 11,5 % azalmışdır. (https://www.taxes.gov.az/az,2019).

Cədvəl 1. 2018-2019-cu illərdə Vergilər Nazirliyində başa çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları (mln. manatla)

	Yoxlamaların Sayı		Hesablanmış əlavə vəsait, maliyyə sanksiyası və cərimələr		o cümlədən					
					Əlavə vəsait		Maliyyə sanksiyası		İnzibati cərimələr	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
cəmi	11530	12218	904,4	1064,6	561,2	658,8	343,5	403,8	0,0	17,0
o cümlədən,										
növbəti	10454	6337	736,5	625,2	461,5	382,0	274,0	242,0	0,0	8,0
növbədənkənar	1055	5882	167,0	439,5	99,5	277,8	68,4	160,8	0,0	9,0

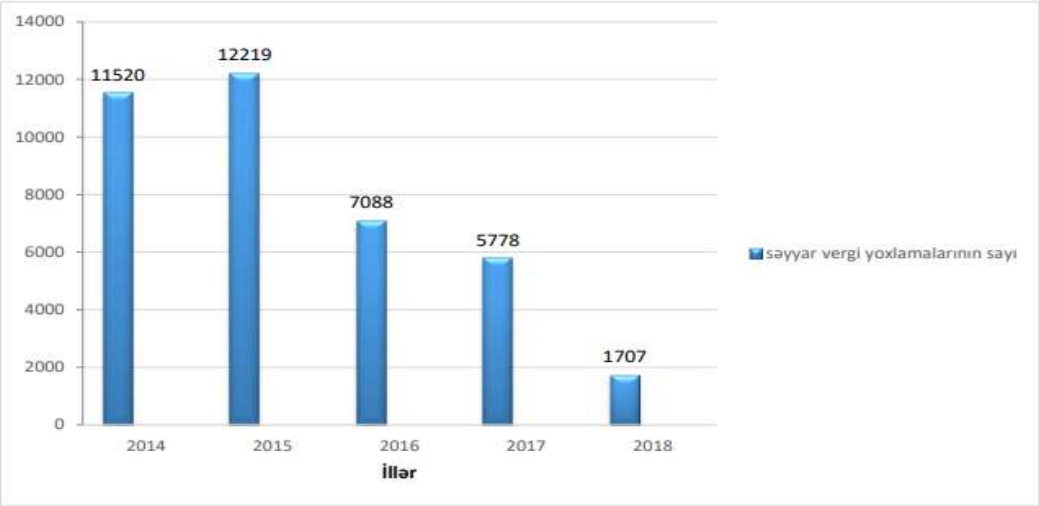
Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi

https://www.taxes.gov.az/az, 2019

Vergilər Nazirliyində tətbiq olunan Avtomatlaşdırılmış Vergi İnformasiya Sisteminin "Audit" modulu səyyar vergi yoxlamalarının müəyyən olunması prosesində vacib rola malikdir. Bu, səyyar vergi yoxlamalarının konkret təyin edilməsinə, qanun pozuntularının varlığı faktlarının təyin

olunmasına əsaslanan proqram təminatı sistemidir ki, nəticədə bu yoxlamaların reallaşdırılması üçün vergi ödəyicilərinin ayırd edilməsi prosesinin tam şəffaflığını təmin edir.(Paşayev T.Ə., 2016).

Diaqram 1. 2014-2018-ci illlərdə aparılmış səyyar vergi yoxlamalarının sayının dinamikası



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi (https://www.taxes.gov.az/az, 2019)

2014-cü ildə sona çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları haqda illik hesabata əsasən cəmi 11.520 səyyar vergi yoxlaması aparılmış (10.464 növbəti, 1056 növbədənkənar), yoxlama, nəzarət tədbirləri əsasında hesablanmış əlavə vəsait, tətbiq olunmuş maliyyə sanksiyası ilə inzibati cərimələrin məbləği isə 905423,6 min manat olmuşdur.

2015-ci il boyu sona çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları haqqında illik hesabata əsasən cəmi 12.219 səyyar vergi yoxlaması aparılmış (6.338 növbəti, 5.881 növbədənkənar), yoxlama, nəzarət tədbirləri əsasında hesablanan əlavə vəsait tətbiq olunmuş maliyyə sanksiyası ilə inzibati cərimələrin məbləği isə 1.064.719,30 min manat olmuşdur. 2016-cı il boyu sona çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları haqqında illik hesabata əsasən cəmi 7088 səyyar vergi yoxlaması aparılmış (1661 növbəti, 5427 növbədənkənar), yoxlama və nəzarət tədbirləri əsasında hesablanmış əlavə vəsait, tətbiq olunmuş maliyyə sanksiyası ilə inzibati cərimələrin məbləği isə 971990,2 min manat olmuşdur. 2017-ci il müddətində sona çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları haqqında illik hesabata əsasən 5778 səyyar vergi yoxlaması aparılmışdır. 2018-ci il ərzində sona çatdırılmış səyyar vergi yoxlamaları haqqında illik hesabata əsasən 1707 səyyar vergi yoxlaması təyin edilmiş və onların 1703-ü başa çatdırılıb. 2018-ci ildə aparılmış səyyar vergi yoxlamasının sayı 2017-ci illlə müqayisədə 3,4 dəfə azalıb. Bunu yuxardakı cədvəldən aydın görə bilərik. (https://www.taxes.gov.az 2019).

Cədvəl 2. Vergi daxilolmalarının icrası

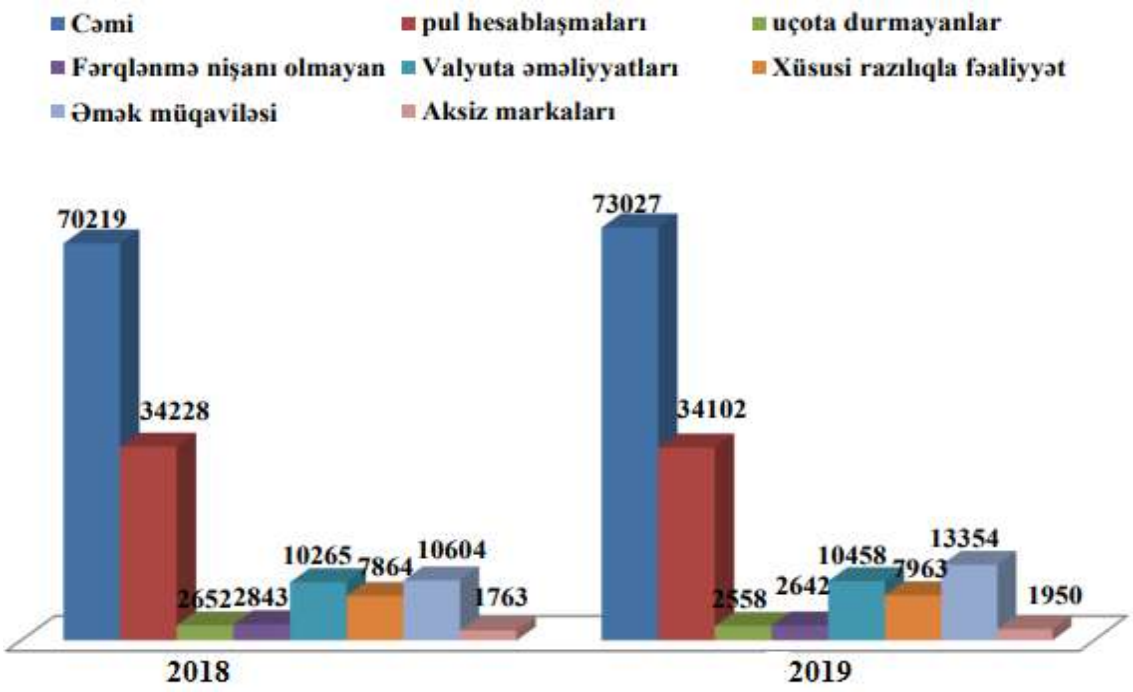
İllər	**2017-ci il**			**2018-ci il**			**2019-ci il**		
Göstəricilər (milyon manatla)	**Proqnoz**	**İcra**	**İcra faiz**	**Proqnoz**	**İcra**	**İcra faiz**	**Proqnoz**	**İcra**	**İcra faiz**
Cəmi	7112	7118	100.1	7010	7016	100.1	7210	7645	106
O cümlədən,									
Neft sektoru	2300	2090	90.9	1610	1610	100	1755	1840	104
Qeyri-neft sektoru	4812	5028	104.5	5400	5406	100.1	5455	5805	106

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi: http://tedris.taxes.gov.az/assets/upload/files/T%C9%99lim%20materiallar%C4%B1/Pewehazirligi/1.1.2.pdf, 2019

Vergi daxilolmaları cədvəlinə əsasən deyə bilərik ki, aparılan islahatlar özünü doğrultmuşdur. 2019-cu ildə Qeyri-neft sektorundan gələn vergi daxil olmaları 5405,5 milyon manat təşkil edir ki, ötən ilə nisbətən bu rəqəm təxminən 400 milyon manat artmışdır. Eyni zamanda diqqəti cəlb edən bir digər məqam da proqnozlaşdırılan vergi daxilolmalarının icrası 100 % nisbətində həyata keçirilmişdir. Bu da vergi siyasətinin düzgün aparıldığını və vergidən yayınma hallarının minimum səviyyədə olmasının xəbərçisidir.

Təhlillərdən göründüyü kimi 2015-ci ildə baş verən devalvasiya 2016-cı ildə öz təsirini göstərərək mənfəət vergisi üzrə daxilolmaların miqdarını azaltmışdır. Lakin 2016-cı ildə tədbiq edilən doğru siyasət sayəsində 2018 və 2019-cu ildə artım istiqaməti pozitiv istiqamətdə artaraq 2 milyardı keçmişdir. Ümumi olaraq mənfəət vergisi büdcə gəlirləri üçün çox önəmlidir. Çünki 2019-cu ildə büdcə gəlirlərinin ortalama 30%-ni mənfəət vergisi təşkil edir. Bu isə həqiqətəndə böyük göstəricidir.

Diaqram 2. Operativ nəzarət tədbirlərinin dinamikası (2018-2019)



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi

https://www.taxes.gov.az/az, 2019

Cədvəl 3. Büdcənin vergi daxilolmalarının icrası

İllər	2017-ci il			2018-ci il			2019-cu il		
Göstəricilər (milyon manatla)	Proqnoz	İcra	İcra faiz	Proqnoz	İcra	İcra faiz	Proqnoz	İcra	İcra faiz
Cəmi	7112	7118	100.1	7010	7016	100.1	7210	7645	106
O cümlədən,									
Neft sektoru	2300	2090	90.9	1610	1610	100	1755	1840	104

Qeyri-neft sektoru	4812	5028	104.5	5400	5406	100.1	5455	5805	106

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi https://www.taxes.gov.az/az, 2019

Vergi daxilolmaları cədvəlinə (cədvəl 3) uyğun olaraq deyə bilərik ki, aparılan islahatlar özünü doğrultmuşdur. 2017-ci ildə qeyri-neft sektorundan gələn vergi daxil olmaları 5405.5 milyon manat təşkil edir ki, ötən ilə nisbətən bu rəqəm təxminən 400 milyon manat artmışdır. Həmçinin diqqəti cəlb edən bir başqa məqam da proqnozlaşdırılan vergi daxilolmalarının icrası 100 % nisbətində reallaşdırılmışdır. Bu da vergi siyasətinin düzgün aparıldığını və vergidən yayınma hallarının minimum səviyyədə olmasının xəbərçisidir.

Son olaraq isə 2019-cu ildə Azərbaycan Respublikasının prezidenti cənab İlham Əliyevin imzaladığı qanuna uyğun olaraq Vergi Məcəlləsinə bir sıra əlavə və dəyişikliklər olunmuşdur.

Bu qanuna uyğun olaraq Qeyri-neft sektorunda çalışan (Dövlət müəssisələri istisna olmaqla) fiziki şəxslərin gəlirindən tutulan verginin miqdarında dəyişikliklər olunmuşdur. Xatırladaq ki, ölkəmizdə fiziki şəxslərdən tutulan gəlir vergisi belədir: 2500 manata qədər olan əmək haqqından 14 faiz, 2500 manatdan artıq olan hissəsindən isə 25 % gəlir vergisi tutulur. Yeni qanuna əsasən artıq dövlət müəssisələrində və neft sektorunda çalışmayan şəxslərin gəlirləri 7 il müddətinə qədər vergidən azad olunur. Qanuna uyğun olaraq maaşı 8000 manata qədər olan işçilərdən gəlir vergisi tutulmayacaq. 8000 manatdan çox olan hissəsindən isə 14 % gəlir vergisinin tutulması müəyyən edilmişdir. (https://www.taxes.gov.az/az,2019).

Cədvəl 4. Vergi borclarının həcmi (mln. manat)

İllər	**Məcmu vergi borcları**						
	O cümlədən,						
	Cəmi borcun məbləği	**Əsas vergi borcu**	**Cəmi borcda xüsusi çəkisi, %-lə**	**Maliyyə sanksi yaları**	**Cəmi borcda xüsusi çəkisi, %-lə**	**Faizlər**	**Cəmi borcda xüsusi çəkisi, %-lə**
01.01.2014	5465,2	2852,3	53,0	282,7	5,3	2341,3	42,7
01.01.2015	3847,4	2485,1	64,5	317,3	8,3	1035,2	27,3
01.01.2016	3089,3	1629,4	52,8	370,4	12,0	1089,5	35,4
01.01.2017	1260,2	1127,5	89,6	132,9	10,3	X	X
01.01.2018	8612,4	8591,5	99,8	21,0	0,2	X	X
01.01.2019	6930,7	6907,5	99,7	23,2	0,3	X	X

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi: https://www.taxes.gov.az/az, 2019

2014-cü ildə 226 min 480, 2015-ci ildə 257 min 752 vergi ödəyicisinin borclarının hamısı ləğv edilmiş, 2019-cu il 1 yanvarda borclu vergi ödəyicilərinin sayının ümumi vergi ödəyicilərinin sayında xüsusi çəkisi 4,2% (2013-3,4 faiz) olmuşdur. Yerinə yetirilmiş nəzarət tədbirləri zamanı vergi öhdəliklərini vaxtlı-vaxtında icra etməyən 453 borclu vergi ödəyicisinin 62 faizində qanun

pozuntusu müəyyən edilmiş, tətbiq olunmuş maliyyə cəza tədbirləri və inzibati cərimələrin 89,5 %-nin dövlət büdcəsinə ödənilmişdir. (https://www.taxes.gov.az/az,2019).

Nəticə

Vergi tənzimlənməsi dövlətin ümumi iqtisadi siyasətinin ən mühüm tərkib hissələrindən biridir. Bu, əsasən, onun uğurunu müəyyən edir, çünki vergi sistemi bazar iqtisadiyyatının dövlət tənzimlənməsinin ən mühüm kompleks açarıdır. Dövlətin vergi tənzimlənməsi əsasən səmərəli bazar mexanizminin formalaşdırılmasını müəyyən edir. Onun vasitəsi ilə dövlət, inkişafın əsas makro və mikro-iqtisadi aspektlərini həyata keçirir.

Vergi nəzarəti növləri, formaları və metodları da daxil olmaqla müxtəlif istiqamətlər üzrə təsnif edilir. Vergi nəzarəti maliyyə nəzarətinin ayrılmaz bir hissəsidir və dövlət nəzarətinin bir növüdür. İdarəetmə - müstəqil idarəetmə funksiyası kimi qəbul edilir.

Vergi, gömrük, dövlət büdcədənkənar fondların və daxili işlər orqanlarının arasında razılaşmada müəyyən edilmiş qaydada vergi, yığımlar və vergi hüquqpozmaları haqqında qanunvericiliyin pozulması, onların qarşısının alınması ilə bağlı tədbirlər və həyata keçirdikləri vergi yoxlamaları haqqında topladıqları materiallar barədə bir-biri ilə məlumat mübadiləsi aparır, habelə öz vəzifələrini yerinə yetirmək üçün digər zəruri məlumatların mübadiləsini həyata keçirirlər.

Vergi nəzarətinin formaları və metodları da təkmilləşdirilməlidir. Vergi müfəttişliyinin nəzarət işinin səmərəliliyinin artırılmasının ən mühüm amili vergi nəzarətinin mövcud prosedurlarının təkmilləşdirilməsidir:

- yoxlamaların aparılması üçün vergi ödəyicilərinin seçilməsi sistemləri;
- vergi müfəttişləri tərəfindən qiymətləndirmə sistemindən istifadə;
- vergi yoxlamalarının aparılması formaları və metodları.

Bu elementlərin hər birinin təkmilləşdirilməsi bütövlükdə vergi nəzarətinin təşkilini yaxşılaşdırmağa imkan verəcək. Vergi ödəyicilərinin effektiv seçim sisteminin mövcudluğu Vergi Müfəttişliyinin kadr və maddi resurslarından istifadənin ən optimal istiqamətini seçməyə imkan verəcək.

Vergi nəzarətinin forma və metodlarının təkmilləşdirilməsi aşağıdakı istiqamətlər üzrə həyata keçirilməlidir:

- vergi və polis xidməti arasında birgə yoxlamaların sayının artırılması;
- iri ölçülü vergilərin gizlədilməsinə imkan verən müəssisələrin təkrar yoxlanılması;
- axşam və gecə reydlərin həyata keçirilməsi;
- qanunvericilik normaları mövcud olduqda vergi bazasının hesablanması üçün dolayı metodlardan istifadə.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Həsənov Ə. N. (2017), Vergi inzibatçılığı, Bakı, UNEC, 1-900
2. Kəlbiyev Y.A (2015), Fiskal siyasət və milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsi problemləri. Monoqrafiya.Bakı : “Elm”, 1-548
3. Kəlbiyev Y.A., Hümbətov T.M. (2016), Vergilərin hesablanmasına dair praktikum, Dərs vəsaiti, Bakı, 1-356
4. Məmmədov F.A., Musayev A.F., (2010), “Vergilər və vergitutma” Bakı, Elm, 1-356

5. Məmmədov F.Ə, Musayev A.F, Sadıqov M.M, Rzayev Z.M, Kəlbiyev Y.A (2016) "Vergilər və vergitutma" Bakı –Elm, 1-432.
6. Paşayev T.Ə. (2016) "Müasir şəraitdə Azərbaycan Respublikasının maliyyə sistemi və büdcə-vergi siyasətinin, əsas istiqamətləri" / AMEA-nın xəbərləri. Humanitar və ictimai elmlər seriyası (iqtisadiyyat). Bakı: Elm, №1, , 68-83.
7. Rzayev İ.M (2015), "Azərbaycanda vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri" / Azərbaycan iqtisadiyyatı yüksəliş yolunda (məqalələr toplusu), V buraxılış. Bakı: Elm, 2015, 267-277.
8. www.taxes.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Vergilər Nazirliyi.
9. www.maliyye.gov.az - Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi.

Müəssisənin Fəaliyyətində Daxili Auditin Nəzəri-Metodoloji Əsasları

Ruslan Rəcəbli

ruslanrecebli@mail.ru

Xülasə

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye müəssisələrinin fəaliyyət göstərməsi idarəetmə vəzifələrinin mürəkkəbliyinə səbəb olan obyektiv amillərin ortaya çıxmasına səbəb olur. Müəssisələr səhvlərin və çatışmazlıqların səbəblərini müəyyənləşdirən, rəhbərliyə mühüm strateji problemlərin həllində kömək edən, iqtisadi risklər sahəsində fəaliyyətini istiqamətləndirən və ümumiyyətlə müəssisə idarəçiliyinin səmərəliliyini artıran daxili yoxlamalara daha çox ehtiyac duyurlar.

Sənayedə mövcud audit praktikasının tədqiqi göstərdi ki, həyata keçirilmə sistemi daxili nəzarət sistemi üçün müasir tələblərə cavab vermir. Beləliklə, keyfiyyəti yüksəltmək, məhsuldarlığı və gəlirliliyi artırmaq üçün resursları səmərəli və effektiv istifadə etməyə yönəldən idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün istifadə olunan nəzarət məlumatlarının verilməsi baxımından idarənin ehtiyaclarını ödəyən sənaye müəssisələrində daxili audit xidmətlərinin yaradılması üçün obyektiv şərtlər meydana gəldi.

Audit, həm idarəetmə, həm də müstəqil idarəetmə sistemləri ilə, bazar iqtisadiyyatının vacib elementlərindən biridir. Bu konsepsiyanı şərh edərkən audit obyektləri, məqsədi, müstəqillik amili və digər hallar əsas götürülür. Audit üçün tez-tez müstəqil yoxlama, məlumatların qiymətləndirilməsi, müayinə ilə əlaqəli müxtəlif fəaliyyət növləri aparılır.

Açar sözləri: audit, beynəlxalq, idarəetmə

Giriş

İstehsalda xammalın idarəetmə dövrəsinin qəbulu istifadə olunan xammal və materialların istehlak normalarının etibarlılığını, hazır məhsul buraxılışından atılan tullantıların miqdarını yoxlamaq, avadanlıqların işləmə texnoloji prosesini yoxlamaq və s. Xammal, material və məhsulların təhlili (laboratoriya təhlili) məhsulların keyfiyyətini yoxlamaq, qüsurlu xammalın istifadəsi faktlarını müəyyənləşdirmək, bəzi materialları digər, daha ucuzu ilə əvəz etmək, hər hansı bir komponentin altına yatırmaq və s. üçün aparılır. Yoxlama obyekti ilə əlaqəli məlumatları olan hər hansı bir şəxsdən izahat və şəhadətnamələr alaraq daxili auditor imtahan və imtahan zamanı paralel olaraq həyata keçirir.

Daxili Audit Təsərrüfat Subyektlərinin Təsərrüfat Nəzarəti Növləri

Bütün ölkələrdə audit fəaliyyəti lisenziyalıdır. Auditorların lisenziyalaşdırılması qaydası hər bir ölkə tərəfindən müstəqil şəkildə müəyyənləşdirilir. Respublikamızda Maliyyə Nazirliyi audit fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması ilə məşğuldur.

Yoxlamalar müqavilə əsasında, pullu əsaslarla aparılır. Yalnız sifarişçinin təşəbbüsü və onun müəyyən etdiyi məsələlər üzrə yoxlama aparıla bilər. Audit xidmətləri üçün ödənişin miqdarı isə müqavilədə əks olunur (Белуха, 2000)

Daxili auditin məqsədi bankın fəaliyyətinin qanuniliyinə və iqtisadi məqsədəuyğunluğuna riayət olunmasını təmin etmək, habelə bank risklərini minimuma endirməkdir.

Banklarda daxili auditə ehtiyac bir neçə səbəbdən qaynaqlanır:

- ✓ Bankların təşkilati quruluşunu çətinləşdirir;
- ✓ Müxtəlif fəaliyyətlər;

✓ Bölmələrin (filial, şöbə və s.) İşlərinin kifayət qədər obyektiv və müstəqil qiymətləndirilməsi üçün rəhbərliyin ehtiyacı.

Kommersiya banklarının maliyyə rifahı xeyli dərəcədə risk dərəcəsindən asılıdır ki, bu da öz növbəsində daxili auditin inkişaf səviyyəsindən birbaşa asılıdır. Daxili audit, bankın daxili nəzarət sisteminin "həyat fəaliyyəti" barədə vaxtında və etibarlı məlumat verən, davam edən monitorinqinin vacib bir hissəsidir ki, bunun əsasında səlahiyyətlilər qərarlar qəbul edir və mümkün olanı müəyyənləşdirmək və gələcək risklərin qarşısını almaq üçün gələcək fəaliyyət planını hazırlayırlar (Шеремет, Суйц, 2006).

Respublikamızda audit üçün bir sıra tələblər var, xüsusən daxili audit xidməti ilə bağlı yoxlama tələbləri aşağıdakılardır:

✓ Onların yerinə yetirdiyi funksiyaların xarakterinə uyğun ali təhsilli olmaq;
✓ Ən azı bir il pul, kredit, valyuta, depozit əməliyyatları və ya mühasibat uçotu və hesabat dövriyyəsi ilə əlaqəli bankların bölmələrində iş təcrübəsinə sahib olmaq ;
✓ Bank qanunvericiliyi, o cümlədən Mərkəzi Bankın qaydaları haqqında biliklərə sahib olmaq;
✓ Ölkədə qurulmuş mühasibat uçotu qaydalarının və ümumiyyətlə qəbul edilmiş mühasibat uçotu və audit standartlarının tətbiqi barədə biliklərə sahib olmaq və beynəlxalq standartların dəyişikliklərinə uyğun olaraq mütəmadi olaraq təlim kurslarında iştirak etmək və s.

Daxili audit təsərrüfat subyektlərinin təsərrüfat nəzarəti növlərindən biridir. Daxili audit müəssisənin müstəqil fəaliyyətidir və onun fəaliyyətini rəhbərliyin maraqları baxımından yoxlamaq və qiymətləndirməyə yönəlmişdir.

Daxili auditin olması, nümayəndəliyi idarə etməklə birbaşa məşğul olmayan, lakin bu funksiyaları menecerlərə təhvil verən sahiblər üçün aktualdır. Buna görə də idarəetmənin peşəkarlığına baxmayaraq və müəssisənin fəaliyyətinə nəzarət məsələsi aktuallaşır, əsas vasitələrdən biri daxili səs auditi ola bilər (Ножкина, 2007).

Daxili auditin tətbiqi, ən azı işarələrindən biri olan böyük və orta müəssisələrdə xüsusilə məqsədəuyğundur:

✓ mürəkkəb təşkilati quruluş;
✓ filialların və ya ayrı-ayrı bölmələrin olması;
✓ müxtəlif fəaliyyət növlərinin olması;
✓ əməkdaşlıq imkanları;
✓ rəhbərliyin müəssisənin fəaliyyəti barədə obyektiv və qərəzsiz məlumata sahib olmaq istəyi.

Daxili auditin subyektləri yalnız müəssisə rəhbərliyinə hesabat verən daxili audit şöbələrinin, daxili audit xidmətlərinin əməkdaşlarıdır. Daxili auditin obyektləri məqsəd və vəzifələri ilə müəyyən edilir.

Daxili auditin əsas obyektləri aşağıdakılardır:

✓ müəssisədəki mühasibat uçotunun vəziyyəti;
✓ maliyyə hesabatları və onun etibarlılığı;
✓ müəssisənin aktivlərinin vəziyyəti və onların yaranma mənbələri;
✓ müəssisənin öz dövriyyə kapitalının təminatı;
✓ öz vəsaitlərinin təhlükəsizliyi;
✓ ödəmə qabiliyyəti və maliyyə sabitliyi;

- ✓ müəssisələrin idarəetmə sistemi;
- ✓ iqtisadi və texniki xidmətlərin işi;
- ✓ müəssisə tərəfindən vergilərin ödənilməsi;
- ✓ müəssisədə planlaşdırma , norma və təşviq;
- ✓ istehsal və biznes fəaliyyəti;
- ✓ dizayn qiymətləndirmələrinin etibarlılığı;
- ✓ təşkili və istehsal texnologiyası;
- ✓ iş prosesləri;
- ✓ əməyin təşkili və əmək intizamı və s.

Daxili auditin predmeti idarəetmə qərarı verərkən vacib olan məlumatların məcmusudur. Qeyd etmək lazımdır ki, daxili audit heç bir halda xarici auditə alternativ kimi qəbul edilməməlidir. Fərq yalnız xarici auditin müstəqil auditorlar və ya audit şirkətləri tərəfindən həyata keçirilməməsi və daxili auditin yoxlanılan şirkətin daxili audit şöbələrinin işçiləri tərəfindən aparılmasıdır.

Cədvəl 1. Xarici və daxili auditin müqayisəli xüsusiyyətləri

İşarələr	Daxili audit	Xarici audit
Doğrulama Ölçüsü	Nəzarət sistemi ilə təyin olunur	Bu audit növü və onun aparılmasını tənzimləyən normativ sənədlərlə müəyyən edilir.
Audit obyekti	Rəhbərliyin müəyyən etdiyi əsasən müəssisənin aktivləri və öhdəlikləri	Müəssisənin vəziyyəti ilə müəyyən edilir.Maliyyə hesabatları və balans hesabatlarının auditi üstünlük təşkil edir.Bəzi ölkələrdə iqtisadi fəaliyyətin auditi inkişaf edir.
İxtisas	İdarəetmə strukturlarının nöqteyi-nəzərindən müəyyən edilmişdir.Müharibə azdır və daxili auditorun peşəkarlığı azdır.	Qanunvericilik müəyyən edilmişdir m yüksək müstəqillik dərəcəsinə və yüksək səviyyəli bir auditor səviyyəsinə malikdir
İstifadə olunan metodlar	Çeklərin həcmini və dəqiqliyini fərqləndirən ümumi metodlar	
Məqsəd	İdarə tərəfindən təyin olunur	Qanunvericiliyə, həmçinin məhkəmə qərarına, xarici ehtiyaclara uyğundur
Hesabat vermə	Rəhbərliyə hesabat vermək	Müştəriyə hesabat vermək

Mənbə: Link: www.taxes.gov.az (25.03.2020)

Daxili və xarici yoxlamanı müqayisə etsək, məlum olur ki, onlar təkcə mövzularda deyil (cədvəl 1) Beləliklə, xarici audit müstəqildir, daxili audit müəssisə sahibi tərəfindən idarə olunur. Buna görə məlumat istifadəçiləri fərqli olacaq. Müəssisə sahibləri və menecerlər daxili audit xidmətinin verdiyi məlumatlardan razıdırlarsa, xarici istifadəçilər (investorlar, kreditorlar, dövlət qurumları və s.). Xarici hesabatla təsdiqlənmiş müəssisənin hesabatlarına etimad göstərirlər, yəni ki, müstəqil auditordur.

Bundan əlavə, xarici audit daxili auditdən fərqli olaraq, beynəlxalq audit standartlarının normalarına və Ukraynanın mövcud qanunvericiliyinə əsaslanaraq ciddi şəkildə tənzimlənir. Daxili auditə gəldikdə, onun həyata keçirilməsi üçün tövsiyələr hazırlanmış daxili auditin peşəkar təcrübəsi standartlarında əks olunmuşdur.

Daxili audit kommersiya, texnoloji və ya maliyyə əməliyyatının ilkin mərhələsində, keçid prosesində və başa çatdıqdan sonra aparılır. İş əməliyyatları və proseslərinin ekspert, elmi əsaslarla qiymətləndirilməsini təmin edir.

Daxili audit ilkin sənədlərin baxılması mərhələsində, müqavilələr, sifarişlər və s təsdiq edildikdə ilkin nəzarəti təmin edir, yəni qabaqlayıcı tədbir kimi çıxış edə bilər.

Cari nəzarət iş əməliyyatlarının və inventarların qeydiyyatı zamanı aparılır. Sonrakı nəzarət mühasibat və hesabat məlumatlarının ümumiləşdirilməsi və təhlili mərhələsində aparılır.

Daxili audit sisteminin əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- ✓ müəssisənin fəaliyyətini nizamlı və səmərəli şəkildə həyata keçirməyə kömək etmək;
- ✓ İdarəetmə siyasətinə uyğunluğunu təmin etmək;
- ✓ Əmlakın təhlükəsizliyini təmin etmək;
- ✓ Əməliyyatların yüksək keyfiyyətli sənədləşdirilməsinə nail olmaq.

Daxili audit ümumi idarəetmə nəzarət sisteminin tərkib hissəsi hesab edilə bilər. Bu təşkilatın daxilində rəhbərliyin istəyi və təşəbbüsü ilə keçirilir.

Daxili auditin inkişafı praktikada tətbiqi üçün zəruri olan metodologiyanın yaradılması ilə sıx əlaqəlidir. Daxili audit metodu mühasibat uçotu və vergi uçotunda göstərilən iqtisadi fəaliyyət faktlarının öyrənilməsində xüsusi prosedurlardan istifadə edilərək tətbiq olunan metodik metodların məcmusu kimi müəyyən edilir. Metod daxili audit predmetinin öyrənilməsinə yanaşma metodlarını xarakterizə edir və təsərrüfat subyektinin üzləşdiyi problemlərin həlli üçün bir vasitədir.

Mühasibat uçotu qeydlərində və mühasibat hesablarında əks olunan FCD-nin hüquqi tənzimlənməsi mövqeyindən daxili audit metodologiyası obyektlərin tədqiqinin ümumi elmi fəlsəfi və spesifik elmi və praktik metodlarına əsaslanır (Камаева, Владос, 2002).

Fəlsəfi metodlar idrak prosesinin özünəməxsus məzmunundan, elmi və praktik metodlar isə müəyyən bir fənn sahəsindəki spesifikliyini əks etdirmək üçün hazırlanmışdır. Ümumi elmi metodlara analiz, sintez, müqayisə, induksiya, deduksiya, abstraksiya, rəsmiləşdirmə, ümumiləşdirmə, bənzətmə, modelləşdirmə, spesifikasiya və s. daxildir.

Təhlil, hər biri ayrıca təhlil edilən, lakin vahid bir cismin hüdudları daxilində zehni və ya praktik parçalanma istifadə edərək bir elementin tərkib hissələrinə daxil edilməklə tədqiqat üsuludur. Beləliklə, açılmamış zərərin miqdarı müxtəlif səbəblərə görə mühasibat obyektlərinin xaric edilməsi ilə əlaqəli fəaliyyət növləri, seqmentləri, məhsul çeşidi, FCD kontekstində araşdırılmalıdır.

Sintez analizin əksidir. Daxili auditdə bu üsul obyektin bütövlüyü, birliyi və bütün tərkib elementlərinin qarşılıqlı əlaqəsi baxımından öyrənilmək üçün istifadə olunur.

İnduksiya texnikalarının istifadəsi daxili auditorun tədqiqat obyektinin ayrı-ayrı komponentlərinin öyrənilməsinə əsaslanaraq müvafiq nəticələr çıxarmağa imkan verir. Beləliklə, alınan gəlir miqdarının öyrənilməsi səlahiyyətli fəaliyyətin növləri və seqmentləri kontekstində nəzərə alınmalıdır. Bu, qanunsuz fəaliyyətləri müəyyənləşdirəcəkdir.

Abstraksiya Texnikası

Abstraksiya texnikasından istifadə edərək tədqiqat prosesində müəyyən obyektlərdən ümumi anlayışlara və inkişaf qanunlarına keçmək mümkündür. Məsələn, malların bir neçə qabda qəbul

edilməsi ilə bağlı daxili yoxlamanın nəticələri, öz nəqliyyat vasitəsi ilə çatdırılan malların bütün dəstəsinə paylanıla bilər.

Konkretləşdirmə texnikasının tətbiqi, bir obyektin vəziyyətini mövcudluğunun və tarixi inkişafının müəyyən şərtlərinə uyğun olaraq öyrənməyə imkan verir. Daxili audit müəyyən maliyyə məsuliyyətli şəxsləri və onların vurduğu maddi zərərin miqdarını müəyyənləşdirir.

Sistem təhlili, daxili audit obyektinin bir sistem meydana gətirən elementlər toplusu kimi öyrənilməsidir. Sistem obyektlərinin fəaliyyətini onun fəaliyyətinə təsir edən bütün amillərlə qiymətləndirmək üçün istifadə olunur. Bu üsul bəzi hallarda tətbiq tapır, çünki səbəb əlaqələrini (təşkilata və ya ayrı-ayrı vətəndaşlara, sənaye münasibətlərində olan şəxslər tərəfindən vurulan ziyan) qurmaq üçün sistematik bir yanaşmadan istifadə etməyə imkan verir (Харченко, Вртакова, 2011).

Müqayisə, mühasibat uçotu məlumatlarının iş proseslərinin yoxlanılması zamanı daxili auditorlar tərəfindən müəyyən edilmiş çatışmazlıqlar, oğurluq və digər sui-istifadə hallarına baxılarkən uçot sənədlərindəki uyğunsuzluqlar, sapma və pozuntuların aşkar edilməsinə yönəldilmiş bir üsuldur (Боброва, 2009).

Testin istiqamətindən və məqsədindən asılı olaraq müqayisə sadə və ya mürəkkəb analitik bir texnika kimi fəaliyyət göstərə bilər. Beləliklə, sadə bir analitik üsulu ilə daxili auditor sənədlərdə və mühasibat uçotu sənədlərində aşkar fərqləri müəyyənləşdirir (məsələn, zəruri detalların, tarixlərin, imzaların olmaması). Bu üsul analitik bir vasitə kimi mühasibat işində uyğunsuzluq və sapmalar yaratmağa imkan verən mürəkkəb düşüncə prosesidir. Buna mühasibat sənədlərinin məzmunu, uyğunluğu və ya uyğunsuzluğu müəyyən etmək üçün mühasibat uçotu və hesabatların müddəaları və təlimatlarının tələbləri ilə müqayisə etməklə nail olur.

Daxili audit prosesində istifadə edilə bilən spesifik (elmi və praktik) metodlar da müxtəlifdir. Bunlara daxildir:

1) iqtisadi təhlil - daxili auditin yoxlanılması obyektlərinə çevrilmiş iqtisadi fəaliyyət faktlarının və biznes proseslərinin həyata keçirilməsində münaqişəyə səbəb olan münasibətlərin açıqlanması üçün istifadə olunan metodlar sistemidir. Beləliklə, iqtisadi təhlilin köməyi ilə daxili auditorlar dəyən ziyana görə kimin və nə dərəcədə məsuliyyət daşımasının lazım olduğunu müəyyənləşdirirlər;

2) statistik hesablamalar - daxili auditor, iqtisadi fəaliyyətin və biznes proseslərinin araşdırılmış faktlarının, iqtisadi məlumat mənbəyində (balans hesabatı, əmək haqqı hesabatları və s.) Kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətləri müəyyənləşdirən üsullar toplusudur. Lazım gələrsə, təxmini dəyərləri dəqiqləşdirmək, bir kəmiyyətdən digər kəmiyyət əlaqələri və münasibətlərinin xüsusiyyətlərinə keçmək üçün istifadə olunur. Daxili auditlərin aparılması zamanı statistik hesablamalardan istifadə etməklə, məsələn, müxtəlif əmsallar müəyyənləşdirilir (komanda üzvlərinin mal istehsalında əmək iştirakı, avadanlıq və istehsal güclərindən istifadə, mümkün məhsulun həcmi;

3) iqtisadi və riyazi metodlar - daxili auditorlar təşkilatın və onun struktur bölmələrinin ümumi nəticələri kimi nəzərə alınmaq üçün adi və digər fəaliyyətlərin nəticələrinə təsir edən amilləri müəyyən etmək üçün istifadə edirlər və idarəetməni optimallaşdırmaq üçün istifadə edirlər. Bu metodik üsullar digər metodlarla amillərin nisbət dərəcəsini müəyyənləşdirmək mümkün olmadıqda istifadə olunur. Məsələn, bu üsullardan malların daşınması üçün optimal yolların müəyyənləşdirilməsi və daşınma məsafəsinin müəyyənləşdirilməsi, istehsal prosesində xammalın

həddən artıq çox xərclənməsi, dəri sənayesində dəri xammalının kəsilməsi və digər hallarda istifadə edilə bilər.

İnformasiya modelləşdirmə, müəyyən bir məlumat daşıyıcısında qeydə alınan daxili yoxlama obyekti (ilkin mühasibat sənədləri, disket və sərt disklər, videoqraflar, mühasibat qeydləri və hesabatlar) toplusudur. Məlumat modelini yaradarkən daxili auditor, tədqiqat obyektinin xüsusiyyətlərini və iqtisadi fəaliyyətin dinamik sistemində davranışın ən rahat qavranılması ehtiyacından irəli gəlir. İnformasiya modelləşdirməsində məqsəd yoxlama obyekti haqqında tənzimləmə, planlaşdırma, mühasibat uçotu və digər məlumatları onun vəziyyətini öyrənmək, iqtisadi fəaliyyətin iş proseslərində iştirak etmək, daxili auditin predmetinə çevrilmiş sapma və ziddiyyətli pozuntuları müəyyən etmək üçün sistemləşdirməkdir. Məsələn, belə bir daxili audit obyektinin məlumat modeli və s.

Tematik (xüsusi) yoxlamalar daxili fəaliyyət xidməti tərəfindən aşkar edilmiş və təsərrüfat fəaliyyəti və biznes prosesləri faktları mühasibat və ya vergi uçotu sistemində (məhsul qüsurları, standartlara uyğun gəlməmələr, çatışmazlıqlar və ya artıqlıqlar) bilavasitə və ya dolayısı ilə əks olunduğu hallarda aparılır. Belə yoxlamalar təchizatçılardan alınan materialların kapitallaşdırılmasının etibarlılığını, müxtəlif növ vergilərin hesablanmasının düzgünlüyünü və s.

1. Tənzimləmə prosedurları yoxlama obyektinin fəaliyyətinin tətbiq olunan qanunla, normativ sənədlərlə (təlimatlar, qaydalar, daxili qaydalar və avadanlıqların istismarı, məsuliyyət bölgüsü) nəzərdə tutulmuş qaydalara uyğunluğunun öyrənilməsidir. Daxili auditin aparılması zamanı adətən ümumi və özəl metodlara bölünən xüsusi metodlar da tətbiq oluna bilər (Шеремет, Суйц, 2006).

Daxili auditin ümumi metodologiyasının metodlarının bir xüsusiyyəti, yoxlanılan obyektlərin xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq tətbiq edilmələridir. Ümumi metod və metodlar arasında rəsmi yoxlama, arifmetik yoxlama, tənzimləmə yoxlanışı, əks yoxlama, qarşılıqlı nəzarət, nəzarət müqayisəsi, dinamik analizin daxil edilməsi adətdir.

Xüsusi metodlar təbiətə xasdır və presedentlərdə istifadə olunur. Bu üsullara kəmiyyətcə cəmi uçotun bərpası daxildir; müvafiq tarixlərdə qalıq müəyyənləşdirilərək maddi aktivlərin və pul vəsaitlərinin illik hərəkətinin təhlili; pul sənədlərinin başqaları ilə müqayisəsi; balans göstəricilərinin və vergi bəyannamələrinin qarşılıqlı əlaqəsi və s. Daxili audit apararkən faktiki və sənədli yoxlama metodlarından istifadə edilə bilər.

Faktiki yoxlama üsullarına müayinə, yoxlama, inventarizasiya, görülən işlərin ölçülməsi, xammalın istehsalata (təcrübəyə) nəzarətə başlanması, xammal, material və məhsulların təhlili, izahat və arayışların alınması daxildir. Yoxlama obyektləri ərazi, istehsal müəssisələri, avadanlıqlar, anbarlar, məhsullar, sənədlərin saxlanıldığı yerlər və s. Ola bilər. Müayinə aparıldıqdan sonra daxili auditor avadanlıqların istismar şərtlərini, təmir işlərini, maddi aktivlərin və pul vəsaitlərinin saxlanma şəraitini və s.

Təhlil vasitəsilə, bir elmi cihaz olaraq, rəsmi tələblərin pozulmasının olub olmadığını müəyyən edə bilərsiniz. Rəsmi tələblərə cavab verən sənədlər onların vəzifəli şəxslərin qanunsuz hərəkətləri ilə əlaqəsini göstərə bilər. Məsələn, kassa kitabı nağd əməliyyatların tətbiqi qaydasına uyğun olaraq doldurulmalıdır.

Sənədlərin nizamlı yoxlanılması - sənədlərin tərkibinin normativ hüquqi aktlarda qeyd olunan qaydalara uyğunluğunu müəyyənləşdirir, yəni ki, məzmunu qeyri-qanuni, lakin sənəd şəklində düzgün aşkarlandı. Məsələn, təbii itkini akt üzərində yazmaq; əvvəllər bildirilməmiş şəxslərə

avanslar üzrə hesablanmış məbləğin verilməsi; qiymətlərin və qiymətlərin düzgün tətbiqi; xammal və hazır məhsulların istehlak dərəcəsi.

Daxili auditin aparılmasının bir yolu spot yoxlamadır. Bu metodun üstünlüyü:

- təsdiqlənmiş sənədlər dəstinin böyük ölçüləri ilə yeganə mümkün yol;
- daxili yoxlamalar aparmaq xərclərini kəskin azaldır;
- daxili auditin vaxtını əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa imkan verir.

Bununla birlikdə, bu metodun istifadəsi bir çatışmazlığa malikdir. Nümunə nəzarətinin, əldə edilən nəticələrdəki bəzi səhvlər ilə əlaqəli olmasıdır, çünki nümunə müşahidəsi zamanı test əhali üçün zəruri parametrlərin dəqiq dəyərlərini deyil, onların qiymətləndirmələrini əldə edirlər. Müəyyən şərtlərdəki nümunə səhvləri obyektiv ölçüə malikdir və bunları məqbul ehtimal səviyyələrinə aid etməklə düzəldilə bilər.

Daxili daxili audit praktikasında, yönəldilmiş seçim metodu əsasən tətbiq olunur, çünki həyata keçirilməsində sadədir və konseptual aparat uçotdan kənara çıxmır. Bununla birlikdə, tətbiqinin nəticəsi, bütövlükdə yoxlanılmış sənədlər toplusuna paylanmayan məhdud məlumatların alınmasıdır. Bundan əlavə, bu cür nümunələrin aparılması üçün auditor bir sıra statistik hesablamalar və nümunə nəzarət üsulları ilə tanış olmalıdır. Təmsil nümunəsi metodundan istifadə çoxlu məlumatın doğruluğunda təsirlidir (Мусаев А.Ф., 2005: 524 с.).

Metod

Müxtəlif aspektlərinin öyrənilməsi zamanı müşahidə, müqayisə, məntiqi analiz və sintez, konkretləşmə və abstraksiya, nəzəri və praktiki materialın ümumiləşdirilməsi kimi elmi bilik metodlarından istifadə edilmişdir.

Analiz

Beynəlxalq Daxili Auditorlar İnstitutu ("Daxili Auditorlar İnstitutu") "daxili audit"i aşağıdakı kimi müəyyənləşdirir: "Daxili audit təşkilatın işini yaxşılaşdırmağa yönəlmiş müstəqil və obyektiv zəmanət və məsləhətlərin verilməsidir. Daxili audit, risklərin idarə edilməsi, nəzarət və korporativ idarəetmə proseslərinin qiymətləndirilməsində və səmərəliliyində sistemli və ardıcıl bir yanaşma istifadə edərək təşkilata məqsədlərinə çatmasına kömək edir".

Nəticə

Elm tərəfindən daxili auditorların məqsədyönlü və effektiv fəaliyyəti üçün təklif olunan metodlar, tabeliyində və birləşməsini nəzərə alaraq tənzimlənir və sistemləşdirilir. Metodların sistemləşdirilməsi müxtəlif təsnifat meyarlarına görə həyata keçirilə bilər. Daxili audit metodlarının təsnifatı müvafiq bilik sahələrinin təsnifatına əsaslanır: mühasibat nəzəriyyəsi, maliyyə, idarəetmə və vergi uçotu sənayesi, iqtisadi təhlil, audit, nəzarət, hüquq elmləri.

Ədəbiyyatlar

1. “Auditor xidməti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa və Azərbaycan Respublikasının İnzibati Xətalar Məcəlləsinə dəyişiklik və əlavələr edilməsi barədə” AR Qanunu. Bakı 2011;
2. Abbasov İ.M., (2007) “Audit” dərslik. Bakı 365 səh.
3. Abbasov İ.M., (2009) “Auditin nəzəri və praktiki problemləri” monoqrafiya. Bakı, 488 səh.
4. Azərbaycan Respublikasının “Vergi Məcəlləsi”. Bakı, 2016.
5. Azərbaycan Respublikasının vergi xəbərləri. 2018

6. Musayev A., (2009) Vergi siyasətinin iqtisadi problemləri. Elmi əsər. Bakı, 365 səh.
7. Rzayev P.Q., (2011) "Vergi tənzimlənməsi mexanizminin stimullaşdırıcı rolunun artırılması istiqamətləri" Azərbaycanın vergi xəbərləri". 2(11), s 77-88.
8. Graham W. Cosserat, N. Rodda,. (2009 "Modern Auditing". Wiley, 2009 614 s.
9. Robertson, Jack K. (2017). Audit. M.: Contact, 496 p.
10. Белуха Н.Т., (2000) Аудит. Киев, 395 стр.
11. Боброва А.В.(2009). О критерии оптимального налогового бремени // Общество и экономика. № 5, стр.189.
12. Ерофеева В.А. Аудит. Краткий курс лекций/В.А. Ерофеева. - М.: Юрайт, 2014. - 208 стр.
13. Камаева В.Д.. ВЛАДОС М., (2002) Экономическая теория. Учебник. /Под ред. Гл. 16, стр.369-413.
14. Мусаев А.Ф., Садыгов М.М., Магеррамов Р.Б., Салаев Р.А., (2005) Налоги и налогооблоъение в Азербайдъане. Баку. Элм, 524 стр.
15. Ножкина Т.В., (2007) Международный аудит. Петропавловск-Камчатский: Камчат ГТУ, 395 стр.
16. Харченко Е.В., Вртакова У.В. (2011). Государственное регулирование национальной экономики. М.: КНОРУС, 328 стр.
17. Шеремет А.Д., Суйц В.П., (2006) Аудит. Москва, 2006; 328 стр.
18. www.taxes.gov.az –Vergilər Nazirliyi saytı
19. http://www.taxes.gov.az/?name=metbuat&bolme=chixish&lang

Azərbaycan Valyuta Bazarının Qlobal Valyuta Bazarına İnteqrasiyası

Əliyeva Ulduz

ulduz9705@gmail.com

Xülasə

Müasir dövrdə, qloballaşan bazar iqtisadiyyatı şəraitində, beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının genişlənməsi valyuta bazarının dünya iqtisadiyyatında müstəsna əhəmiyyətini müəyyənləşdirmişdir. Ümumiyyətlə dünya valyuta bazarında artan dalğalanmalar, xüsusən də valyuta məzənnələri ilə bağlı bir sıra problemlərin ortaya çıxması, milli valyutaların dəyərdən düşməsi, iqtisadi və siyasi fərqlərin kəsişməsi nəticəsində hər il valyuta bazarı dünya iqtisadiyyatına daha çox təsir göstərir. Məqalədə beynəlxalq maliyyə bazarının ümumi sistemində valyuta bazarının rolu və yeri tədqiq edilmişdir. İqtisadiyyatın beynəlmiləşməsi meyli gücləndikcə milli bazarda əməliyyatların həcminin artması və onlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin genişlənməsi qlobal valyuta bazarının beynəlxalq ticarətdə rolunun artmasına səbəb olmuşdur. Müxtəlif ölkələrin valyuta bazarlarında əməliyyatlar müasir telekomunikasiya sistemləri vasitəsiylə anında həyata keçirilir. Bir çox cəhətdən maliyyə qloballaşması və inteqrasiya prosesləri, milli iqtisadiyyatın yaxınlaşması dünya valyuta bazarının inkişafına şərait yaratdı. Müasir valyuta bazarının çox istiqamətli fəaliyyət dinamikası ilə xarakterizə olunan eyni zamanda sürətlə böyüyən mürəkkəb sosial-iqtisadi kateqoriyasını nəzərə alsaq, bu təkcə onun inkişafını xarakterizə edən çoxsaylı göstəricilərə deyil, həm də qlobal maliyyə sistemini ümumi sabitliyinə təsir göstərir. Bu sadalananları nəzərə alaraq, məqalədə, Beynəlxalq Valyuta Fondunun ehtiyat valyutaların, dünya valyuta bazarında həyata keçirilən valyuta əməliyyatlarında faiz nisbəti müəyyən edilmişdir. Məqalədə eyni zamanda Azərbaycan Respublikasının nağd xarici valyutalarla aparılan əməliyyatlar üzrə, Mərkəzi Bankın rəsmi statistik göstəricilərindən istifadə edərək 2014 və 2019-cu illərin dinamikası üzrə ölkəmizin ərazisində ən çox istifadə olunan valyutalar müəyyənləşdirilmişdir. Sonda ölkəmizin qlobal valyuta bazarına inteqrasiyası kontekstində xarici iqtisadi əlaqələrinin prioritet istiqamətləri qeyd olunmuşdur.

Açar sözlər : Maliyyə Bazarı, Dünya Valyuta Bazarı, Valyuta Əməliyyatları

Giriş

Son zamanlarda beynəlxalq ticarətin sürətli inkişafı, beynəlxalq əmək bölgüsü münasibətlərinin modernləşməsi və bundan irəli gələn beynəlxalq maliyyə sərmayəsinin böyüməsi ilə milli valyutaların mübadiləsinə ehtiyac xeyli artmış və bu vəziyyət dünya valyuta bazarının iqtisadi kateqoriya və beynəlxalq maliyyə bazarlarının tərkib hissəsi kimi əhəmiyyətini xeyli artırmışdır. Maliyyə bazarları xüsusi bazar formasıdır ki, burada əmtəə qismində maliyyə resursları, başqa sözlə desək pul vəsaitləri çıxış edir. Pul vəsaitləri ilə bağlı əməliyyatları həyata keçirən bir mexanizm olaraq valyuta bazarı qlobal maliyyə bazarının inkişafini şərtləndirən əsas seqmentidir.

Dünya üzrə qəbul edilmiş vahid valyutanın olmaması, valyuta bazarında valyuta əməliyyatların davamlı olaraq aparılmasına zərurət yaradır və nəticə etibarı ilə valyutaların fasiləsiz konvertasıya olunmasını tələb edir. Beynəlxalq hesablaşmalar həyata keçirmək üçün dünya üzrə qəbul edilmiş beynəlxalq valyutalardan istifadə edilir ki, bu da nəticə etibarı ilə valyuta bazarının yaranmasının başlıca səbəbidir. Hal-hazırda valyuta bazarı maliyyə bazarının ayrılmaz hissəsidir və davamlı olaraq fəaliyyət göstərən,iştirakçı sayına və əməliyyatların həcminə görə ən böyük,ən sürətli və ən likvid, eyni zamanda spekulyativ və arbitaj əməliyyatlarının əhəmiyyətli hissəsinə sahib olan maliyyə bazarının unikal seqmentidir.

Valyuta bazarlarının fəaliyyəti bir dəqiqə dayanmır. Beləki, qitələr arasındakı saat fərqi ilə əlaqədar, 24 saat ərzində hec olmasa dünyadakı valyuta bazarlarından biri açıq olur. “Məsələn, ABŞ-ın qərbindəki San-Fransiskoda iş günü başa çatanda, Uzaq Şərq bazarları (Tokio, Honkonq, Sinqapur)

iş gününə yeni başlayır. Bu bazarlar isə bağlananda Yaxın Şərq bazarları iki saat əvvəl açılır, Avropa bazarları isə iş gününə yeni başlayır". (Məmmədov, 2012).

Digər bazarların bağlı olmasına baxmayaraq açıq olan bazarlarda hər hansı bir dəyişiklik baş verərsə bu dəyişiklik dünya üzrə mövcüd olan bütün valyuta bazarlarına təsir göstərəcəkdir. Ölkənin milli valyuta bazarında meydana gələn prossesdən digər mərkəzlərin də xəbəri olur. Coğrafi mövqeyindən asılı olmayaraq, digər ölkələrin valyuta bazarları məzənnələrdə olan dəyişikliklərə uyğunlaşırlar.

Müasir dövrdə valyuta bazarının beynəlxalq maliyyə bazarının digər seqmentləri ilə (kredit, səhm, investisiya, sığorta) əlaqələri ikitərəfli xarakter daşıyır. Beləki bir tərəfdən maliyyə bazaralarının digər tərkib hissələrinin, yəni qısamüddətli kapital və yüksək likvidli invesitisya, fond və sığorta ehtiyatlarını toplayır digər tərəfdən buraya cəlb olunan kapitalın maya dəyərinin (spekulyativ, arbitaj və hedcinq) artımını və xarici valyutaya qoyulan investisiyanın gəlirliyini təmin edir. Valyuta bazarının özünəməxsusluğu, onun dünya maliyyə bazarının digər seqmentlərinə nisbətən daha çox dünya iqtisadiyyati ilə əlaqəli olmasıdır. Beləki, dünya iqtisadiyyatının beynəlxalq investisiya, fond, kredit və sığorta bazarları ilə olan əlaqələri məhz beynəlxalq valyuta bazarı vasitəsi ilə həyata keçirilir. "Valyuta bazarının belə xüsusiyyətə malik olması, onun qloballaşmasının əsas göstəricisidir". (Авраменко, Бедрина, Заборовский, Князева, Лукьянов, Мокеева, Родичева, 2015).

Qlobal valyuta bazarına ehtiyac onun dünya maliyyə bazarının bütün komponentlərinin qarşılıqlı əlaqəsinin təmin edilməsi və ayrı-ayrı ölkəkərin rezidentləri arasında həm hesablaşma, həm də maliyyə-kredit əməliyyatları üzrə vəsaitlərin hərəkət etməsinə imkan yaratması ilə əlaqədardır.

Qlobal valyuta bazarı dünya maliyyə mərkəzlərində cəmləşmişdir. Bunlar arasında London, Nyu-York, Paris, Frankfurt, Tokio, Sürix, Sinqapur, Xiangang və Bəhreyndəki valyuta bazarlarını göstərmək olar. 1990-cı ilin əvvəllərində isə beynəlxalq valyuta əməliyyatlarının yarısı üç valyuta bazarında cəmləşmişdir ki, bunlar da London, Nyu-York və Tokio bazarları idi. London bu sahədə böyük təcrübəsi eyni zamanda xarici bankların çoxluğu və valyuta əməliyyatlarının likvidliyi ilə uzun müddət xarici valyuta ticarətində öz liderliyini qoruyub saxlaya bilmişdir.

Azərbaycan qlobal valyuta bazarının bir hissəsidir və Azərbaycan Respublikasında valyuta bazarındakı əməliyyatlar " Valyuta tənzimi haqqında " qanunla tənzimlənir. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı Bloomberg hərrac platforması vasitəsiylə valyuta və depozit hərraclarına həyata keçirir.

Maliyyə bazarlarında müxtəlif ölkələrinin pul vahdinin adını və müxtəlif məlumat sistemlərində indentifikasını təmsil etmək üçün, nömrələrin və ya hərflərin qısa bir ardıcıllığından istifadə olunur ki, buna da valyuta kodu deyilir. Bir qayda olaraq valyuta kodları qlobal, ölkələrarası, milli və eyni zamanda sənaye standartları olan valyuta təsnifatçılarına görə qruplaşdırılmışdır. ISO 4217- 3 hərfli və 3 rəqəmli valyuta kodlarını təyin edən Beynəlxalq Standartlaşma Təşkilatı standartıdır.

Metod

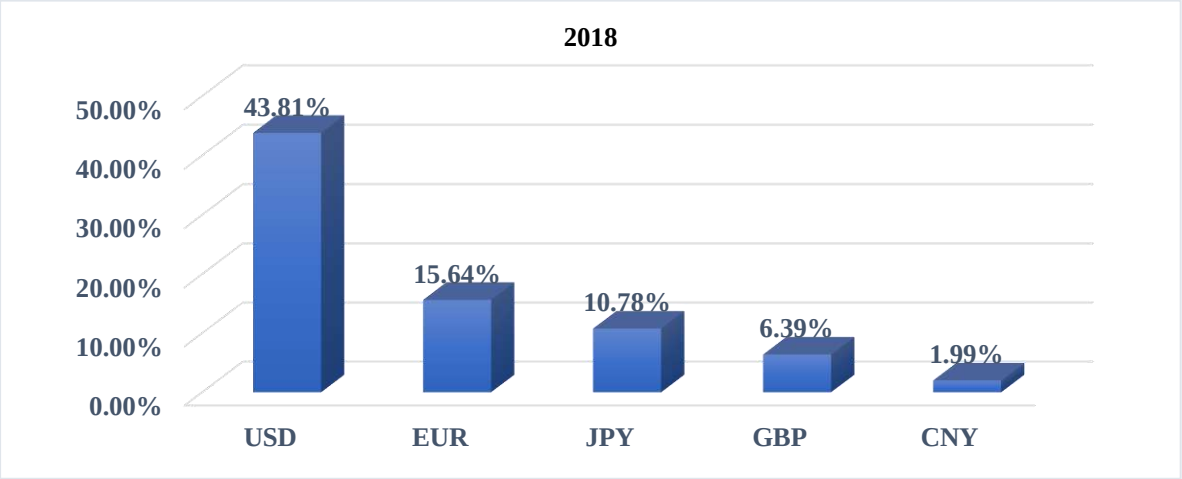
Məqalənin yazılması prossesində bir sıra metodlardan istifadə olunmuşdur ki, bu metodlar iqtisadi təhlil, müqayisəli təhlil, qrafik təqdiqat metodlarıdır. İqtisadi təhlil metodunun istifadə olunmasında məqsəd valyuta və dünya valyuta bazarının fəaliyyətini öyrənməkdir. İqtisadi təhlil metodunun xarakterik cəhəti, dünya valyuta bazarının fəaliyyətini hər tərəfli xarakterizə edən göstəricilər sistemindən istifadə edilməsi, bu göstəricilərin dəyişməsinə təsir edən müxtəlif amillərin və onların

təsir dərəcəsinin müəyyən edilməsi və eləcə də, onlar arasında olan qarşılıqlı əlaqə və asılığın təyin edilməsindən ibarətdir. Müqayisəli təhlil vasitəsiylə həm dünya miqyasında ehtiyat valyutalarla bağlı əməliyyatları miqdarı müəyyən illər üzrə göstərilmiş, həm də Azərbaycan Respublikasında ən çox istifadə olunan valyutaların miqdarı müqayisə edilmiş və eyni zamanda qrafik tədqiqatdan istifadə edərək müəyyən illər üzrə valyutalardan istifadə dərəcələri göstərilmişdir.

Analiz

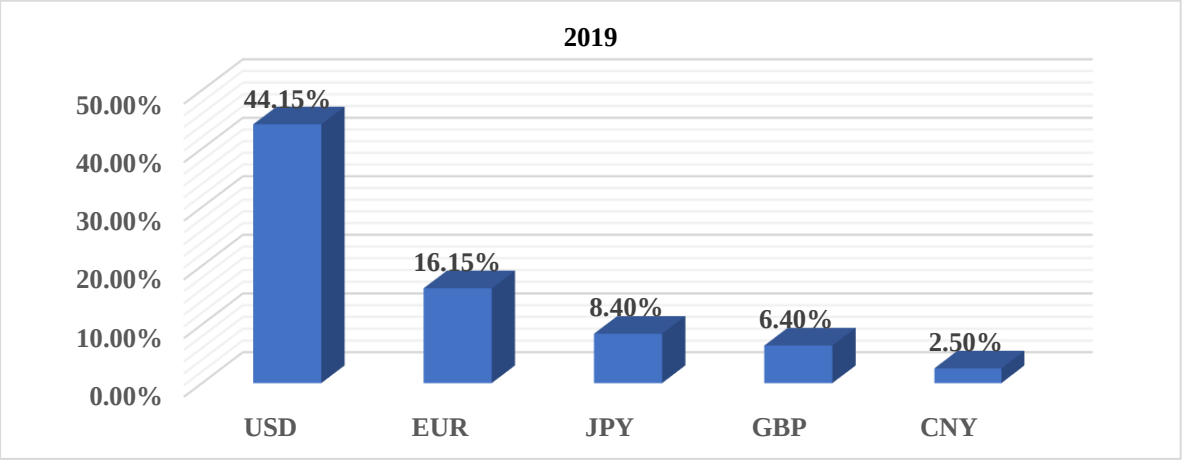
Beynəlxalq valyuta sisteminə mövcud olan valyutaların bəziləri Beynəlxalq Valyuta Fondunda ehtiyat valyuta statusuna malikdirlər. Ehtiyat valyuta isə elə dönərli valyutadır ki, qlobal maliyyə sistemində beynəlxalq hesablaşmaları, o cümlədən ehtiyat vasitəsi funksiyasını yerinə yetirməlidir. Müxtəlif ölkələrin valyuta məzənnələrinin və paritetlərinin müəyyən olunmasında baza elementi funksiyasını yerinə yetirmək ehtiyat valyutaların əsas xarakterik cəhətidir. 2015-ci ilin noyabr ayında bağlanmış son icmal zamanı Çin yuanı İdarə heyəti tərəfindən BVF-nin ehtiyat valyuta səbətinə daxil olmaq meyarına cavab vermiş və 1 oktyabr 2016-ci ildən etibarən Çin yuanı BVF-də ehtiyat valyuta qismində çıxış edir.

Qrafik 1. Ehtiyat valyutaların faiz göstəriciləri.



Mənbə : www.reuters.com saytının göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Qrafik 2. Ehtiyat valyutaların faiz göstəriciləri.

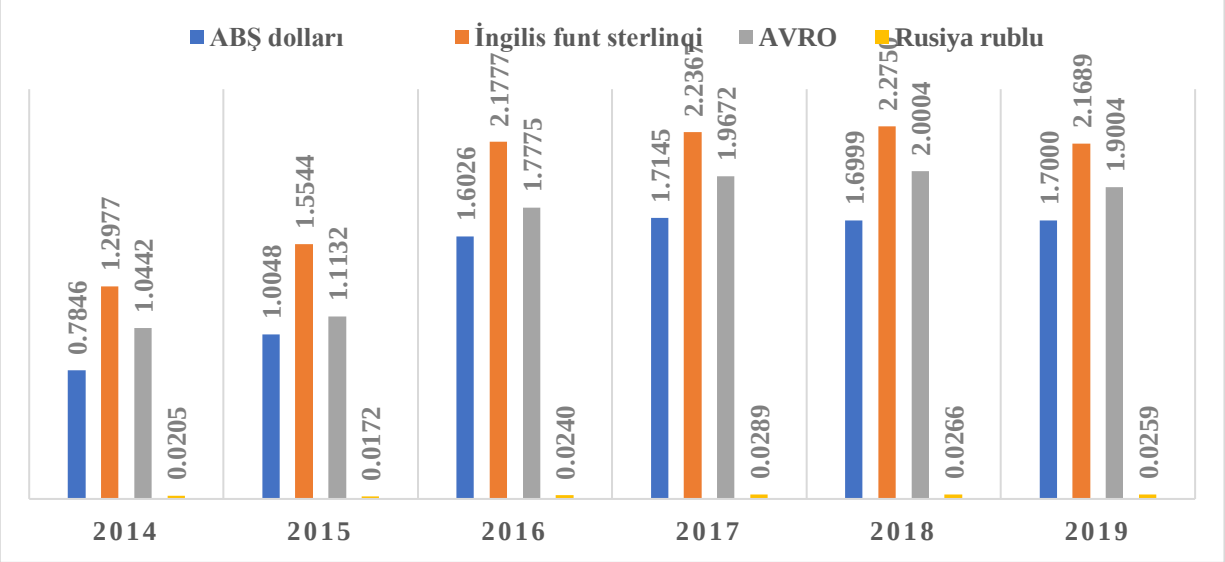


Mənbə : www.reuters.com saytının göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Yuxaridakı qrafikə nəzər salsaq, burada Beynəlxalq Valyuta Fondunun ehtiyat valyutaları olan-ABŞ dolları, Euro, Yapon yeni, İngilis funt sterlinqi və Çin yuanının 2018 və 2019 cu illər üzrə faiz göstəriciləri verilmişdir. Qrafikdə Yapon yenindən başqa digər rezerv valyutaların 2019-cu ildə artım tendensiyasını görmək mümkündür. Hər iki qrafikdə əməliyyat həcminə görə ABŞ dolları digər valyutalara nisbətən daha yüksək paya malikdir və buradan da aydın olurki, valyuta əməliyyatlarının aparılmasında ölkələr daha çox ABŞ dollarına üstünlük verirlər.

Valyuta və eləcə də depozit hərraclarının keçirilməsi sahəsində qabaqcıl texnologiyalardan istifadəni təmin edən Bloomberg hərrac platforması, hazırda AMB tərəfindən həmin əməliyyatların keçirilməsi üzrə vahid platforma şəklində çıxış edir. Əvvəllər, Bloomberg hərrac platformasında yalnız qiymətli kağızlarla bağlı alqı-satqı və repo əməliyyatları həyata keçirilirdisə, artıq bu platformada, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi bankının təşəbbüsü ilə valyuta (spot və forvard) eləcə də, depozit hərraclarının keçirilməsi də təşkil edildi. Bloomberg hərrac platformasından istifadə edərək bazar iştirakçıları, həm Mərkəzi Bankın hərraclarını izləyə bilər, həm də hərraclarda iştirak haqqından istifadə edə bilər. Bu mexanizmə əsasən, etəsi gün baklararası valyuta bazarında və hərraclarda kommersiya bankları ilə bağlanmış əməliyyatlar üzrə orta çəkili məzənnə əsasında rəsmi manat məzənnəsi müəyyənləşir. Aşağıdakı qrafiklərdə Mərkəzi bankın nağd xarici valyuta ilə mübadilə əməliyyatları ilə bağlı həyata keçirdiyi əməliyyatların miqdarları qeyd olunmuşdur.

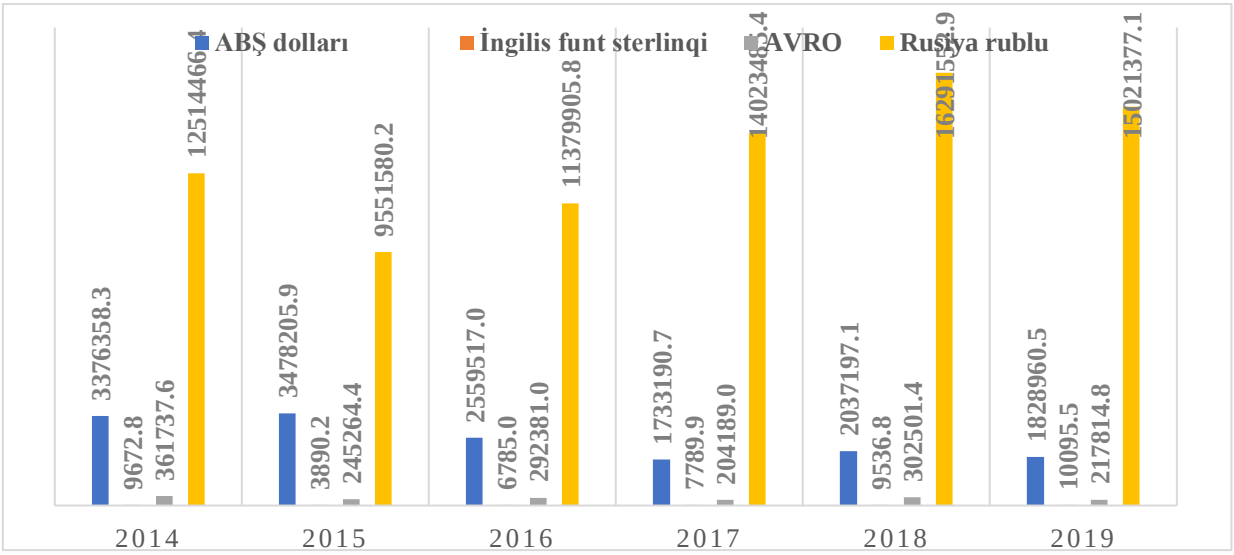
Qrafik 3. Orta məzənnə, manat.



Mənbə : www.cbar.az saytının göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Orta məzənnə üzrə qurulmuş qrafikdə illər üzrə ən aşağı göstəricinin Rusiya rublu, ən yuxarı göstəricinin isə İngilis funt-sterlinqi ilə bağlı olduğunu aydın şəkildə görmək mümkündür. Digər valyutalar üzrə göstəricilər müxtəlif illərdə həm artım, həm də azalma tendensiyası yaratmışdır.

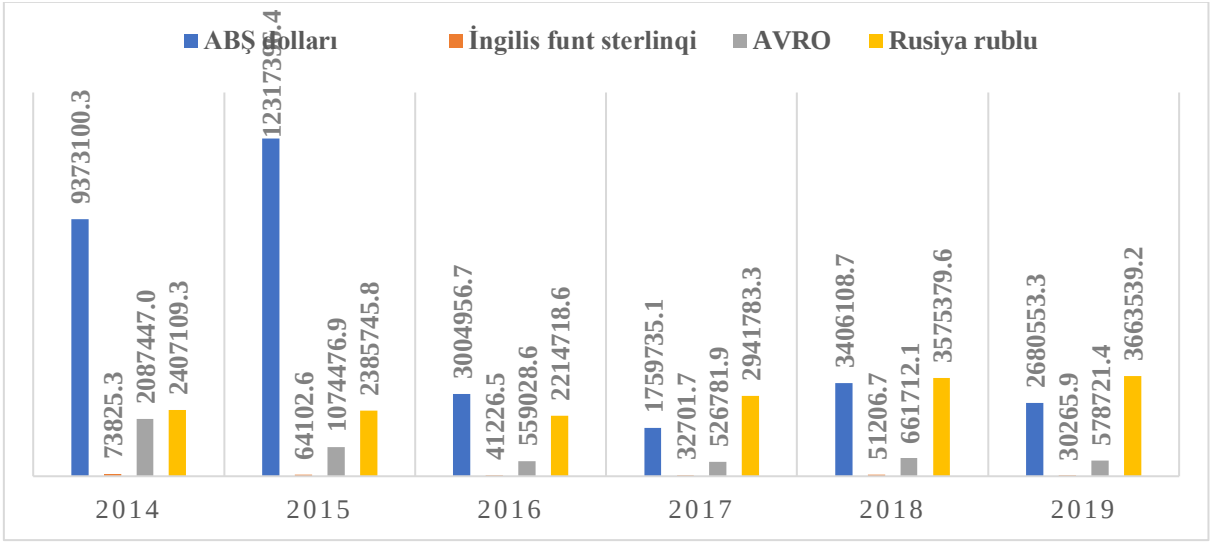
Qrafik 4. Alış (min valyuta vahidi).



Mənbə : www.cbar.az saytının göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Qrafikdən də aydın şəkildə görsənirki, illər üzrə maksimum alış əməliyyatları Rusiya rublu ilə bağlı olmuşdur. İngilis funt sterlinqində 2015-ci ildən 2019-cu ilə qədər artan tendensiya müşahidə edilir.ABŞ dollarında isə əksinə illər üzrə azalan tendensiya görə bilərik. Avro ilə bağlı alış əməliyyatlarında hər il üzrə müxtəlif göstəricilər var.

Qrafik 5. Satış (min valyuta vahidi).



Mənbə : www.cbar.az saytının göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Satış əməliyyatları üzrə qrafikə nəzər salsaq burada, ABŞ dolları ilə bağlı gözə çarpacaq fərqlər görə bilrəik. Beləki, ABŞ dolları ilə bağlı maksimum əməliyyat 2015-ci ildə olsa da, 2016-ci ildə bu əməliyyatlar kəskin azalmış, 2018-ci ildə müəyyən artımın olmasına baxmayaraq 2019-cü ildə yenidən azalma müşahidə olunmuşdur. Rus rublu ilə bağlı əməliyyatlarda 2014 və 2016-ci illər arası azalan tendensiya, sonrakı illərdə artan tendensiya müşahidə olunur. İngilis funt-sterlinqində müxtəlif illər üzrə həm azalma, həm də artma görünür.

Nəticə və Təkliflər

Aparılan araşdırmalar əsasında alınan nəticələrə görə, dünya valyuta bazarı dünya təsərrüfatının inkişafında fəaliyyət göstərən olduqca mürəkkəb və dinamik inkişafa malik olan iqtisadi sistemi ifadə edir. Beləki, qlobal valyuta bazarı bir tərəfdən bazar iqtisadiyyatının təzahürü olan və bazar iştirakçılarına məzənnə fərqləri şəklində mənfəət əldə etməyə imkan yaradan tələb və təklif təsiri altında valyuta məzənnələrinin formalaşmasını təmin edən bir mexanizmdir, digər tərəfdən isə dövlətə pul siyasətinin aparılmasında kömək edir. Valyuta bazarı təkcə dövlətin iqtisadi sisteminin tərkib hissəsi deyil, həm də iqtisadiyyatda və siyasətdə baş verən dəyişikliklərə də kəskin reaksiya göstərən və onun effektiv fəaliyyət göstərməsi dövlətdə baş verən proseslərdən aslıdır. Dünya valyuta bazarı müxtəlif ölkələrin milli iqtisadiyyatını qlobal iqtisadiyyatla əlaqələndirən universal bir mexanizmdir. Başqa sözlə desək, Dünya valyuta bazarının əsas məqsədi beynəlxalq iqtisadi fəaliyyət prossesində yaran və müxtəlif valyutalarda ifadə olunan pul vəsaitlərinin hərəkətlərini təmin etməkdir.

Məqalə də eyni zamanda Azərbaycan Respublikasının nağd xarici valyutalarla aparılan əməliyyatlar üzrə, Mərkəzi Bankın rəsmi statistik göstəricilərindən istifadə edərək 2014 və 2019- cu illər üzrə olan qrafiki qurulmuş və ölkə ərazisində ən çox istifadə olunan valyutalarla bağlı- ABŞ dolları, Avro, İngilis funt-sterlinqi və Rusiya rublu bağlı bir sıra təhlillər aparılmışdır. Əldə edilən nəticəyə görə illər üzrə ən böyük göstərici orta məzənnə üzrə İngilis funt-sterlinqində, alış əməliyyatlarında Rusiya rublunda, satış əməliyyatlarında isə 2014 və 2016-ci illər arasında liderlik ABŞ dollarında olmasına baxmayaraq, 2017-ci ildən etibarən Rusiya rubluyla bağlı əməliyyatlar daha çox olmuşdur.

Dünya maliyyə bazarlarındakı volotillik tendensiyasa qlobal valyuta bazarında qeyri-sabitliyin artmasına və müəyyən valyutalara və ya valyuta qruplarına spekulyativ hücumların artmasına səbəb olur.Valyuta bazarında istifadə olunan ticarət metodlarının yarıdan çoxu brokerlər vasitəsilə həyata keçirilir.

Dünya valyuta bazarında fasiləsiz olaraq aparılan valyuta əməliyyatlarında əsas üstünlüyü Beynəlxalq Valyuta Fonduna daxil olan ehtiyat valyutaları tutur ki, bu nəticəni də rəsmi statistik göstəricilər əsasında 2018 və 2019-cu illər üzrə qurulmuş qrafikdə təhlil etdik və burada ABŞ dolları aparılan əməliyyatlar üzrə daha yüksək paya sahib olmaqla öz liderliyini qorumuşdur.

Yuxarıda qeyd olunanları nəzərə alaraq ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqlərinin prioritet istiqamətlərində aşağıdakıları qeyd etmək olar.

1. Həm xarici iqtisadi müqavilələr çərçivəsində, həm də dövlətin rəsmi valyuta ehtiyatlarının bir hissəsi kimi ABŞ dollarından asılılığın azaldılması;
2. Digər dayanıqlı ehtiyyat valyutalardan istifadə etməklə makro və mikro səviyyədə valyuta diverfikasıyasına nail olmaq;
3. İqtisadiyyatın xammal asılılığını azaltmaqla, bir sıra makroiqtisadi siyasət tədbirləri həyata keçirməklə milli valyutanın möhkəmlənməsi;
4. Xarici valyuta ödənişlərində milli valyutanın istifadəsinin genişlənməsi;

Bu prioritetlərin həyata keçirilməsi valyuta bazarının inkişafındakı tendensiyalara uyğunlaşmaq və qlobal valyuta şoklarının mənfi nəticələrinin öhdəsindən gəlmək iqtidarındadır.

Ədəbiyyat Siyahısı

1. Ataşov.B.X.(2016).“Maliyyə bazarları” Bakı, “Kooperasiya” nəşriyyatı. – 456 səh.
2. Məmmədov.Z.F.(2012).“Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul- kredit sistemi" Bakı, “Azərnəşr”. –295 səh.
3. Авраменко.Е.С., Бедрина.Е.Б.,Заборовский.В.Е., Князева.Е.Г.,Лукьянов.СА., Мокеева. Н.Н., Родичева. В. Б.(2015). “Международные валютно-кредитные отношения : учебное пособие” Екатеринбург.Издательство “Уральского университета”. – 297 стр.
4. Белоглазова Г., Кроливецкая Л. (2013).“Финансовые рынки и финансово-кредитные институты”. “Питер” -384 стр.
5. Понаморенко.В.Е. (2012). “Валютное Регулирование и Валютный Контроль : учебное пособие.Москва, “Омега-Л”. –304 стр.
6. Abbaslı.T.A. (2019) “Beynəlxalq valyuta sisteminin müasir vəziyyəti və onun inkişaf perspektivləri” mövzusunda magistr dissertasiyası. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.Beynəlxalq magistratura və Doktorantura Mərkəzi-73 səh.
7. Adıgözəlov.İ.İ (2018) “Beynəlxalq valyuta-maliyyə sisteminin təşəkkülü və inkişaf mərhələləri” mövzusunda magistr dissertasiyası. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.Beynəlxalq magistratura və Doktorantura Mərkəzi-82 səh.
8. Yusubov.Ə.H(2018)“Beynəlxalq maliyyə və valyuta-kredit münasibətləri” mövzusunda magistr dissertasiyası. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.Beynəlxalq magistratura və Doktorantura Mərkəzi-101 səh.
9. www.cbar.az –Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının saytı
10. www.imf.org – Beynəlxalq Valyuta Fondunun saytı
11. www.reuters.com – Reuters Business & Financial News

Factors that affect Azerbaijan's consumers moving towards cashless payment system

Heydarova Nargiz

nheydarova@ada.edu.az

Abstract

In modern world, one cannot imagine his/her life without cashless payments. In this research, theories of absorptive capacity is to try to answer the question of what factors have the greatest effect and lead to development and increase in usage of cashless payments of Azerbaijani consumers'. The findings of this paper will create a theoretical background for perceiving how society can transfer to cashless over time in Azerbaijan.

Key words: cash, cash circulation, cashless payments, absorptive capacity, information, innovation, knowledge, organisation

IntroductionNowadays societies of many countries due to genesis of Generation Z prefer to possess less cash and utilize cashless payments in order to pay for products and services. Cashless transactions do not involve cash and all of the transactions use electronic means.[1] Transition to cashless payments has its origin in business world with the inception of computerization of retail financial intermediaries in 1950s in US. Business technology researchers were pioneers in using the phrase "checkless society", "cashless society" in 1950s or "electronic payments in 1960s to refer to a state of economy, where checks were suspended. [2] By analysis made by searching Google's library of digitalized books, Bernardo Bátiz-Lazo, Leonidas Efthymiou, we can see that the terms originated around 1950s and remained in use up until nowadays.

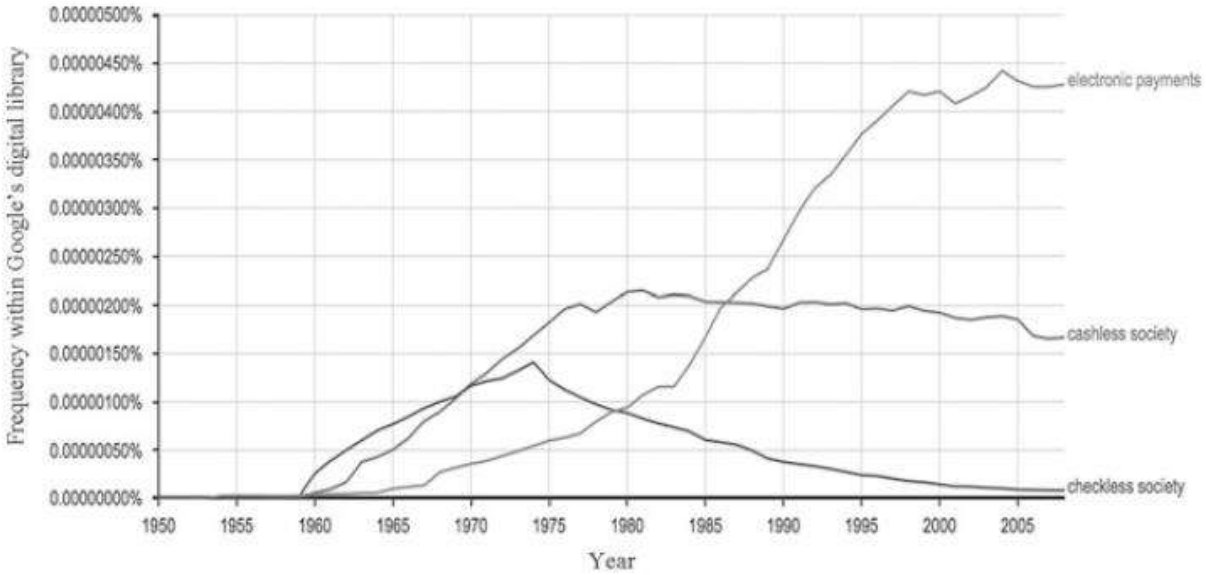


Figure 1. Use of the terms "cashless society", "checkless society" and "electronic payments", 1950–2008. Adapted from Bernardo Bátiz-Lazo, Leonidas Efthymiou. The Book of Payments: Historical and Contemporary Views on the Cashless Society. Palgrave Macmillan, p. 98, 2016 [3]

The emergence of cashless payments invoked numerous advantages: decrease in cash related crimes [4], decrease in shadow economy [5], strengthen tax base of the government, [6] decrease in cost of governments to print, store and transportation [7] and increase in consumer spending [8]. Moody's Analytics published by Visa estimated that from 2012 to 2015 accelerated usage of cashless payments enlarged $296 billion to the GDP of 70 countries. [9]

The acceptance of cashless as means of payments has been different around the globe, ranging from countries that transitioned to almost cashless such as Sweden, where card and mobile payment replaced almost all cash disbursement and businesses are legally allowed to refuse cash payments [10] to Ukraine, where cashless payments system is at an underdeveloped stage. When the amount of cashless payments increases, in some countries a declining trend of cash payments can be seen, however, in some countries, while the amount of cash payments is declining in total amount of payments, cash in circulation continues to be infrangible. The reason for this might be due to after 2008-2009 financial crisis motivation of individuals to store-of-value behavior, lack of people's trust in financial infrastructure of the country, low interest rates, lack of cashless technology and facilities, lack of adequate knowledge about the new technological advances etc. In general, for each country there is always a unique explanation. In figure 2, we observe that even though the amount of cashless payments escalates, the amount of cash in circulation is still present for majority of countries: India, China, Greece, Saudi Arabia, Singapore, UK and Poland.

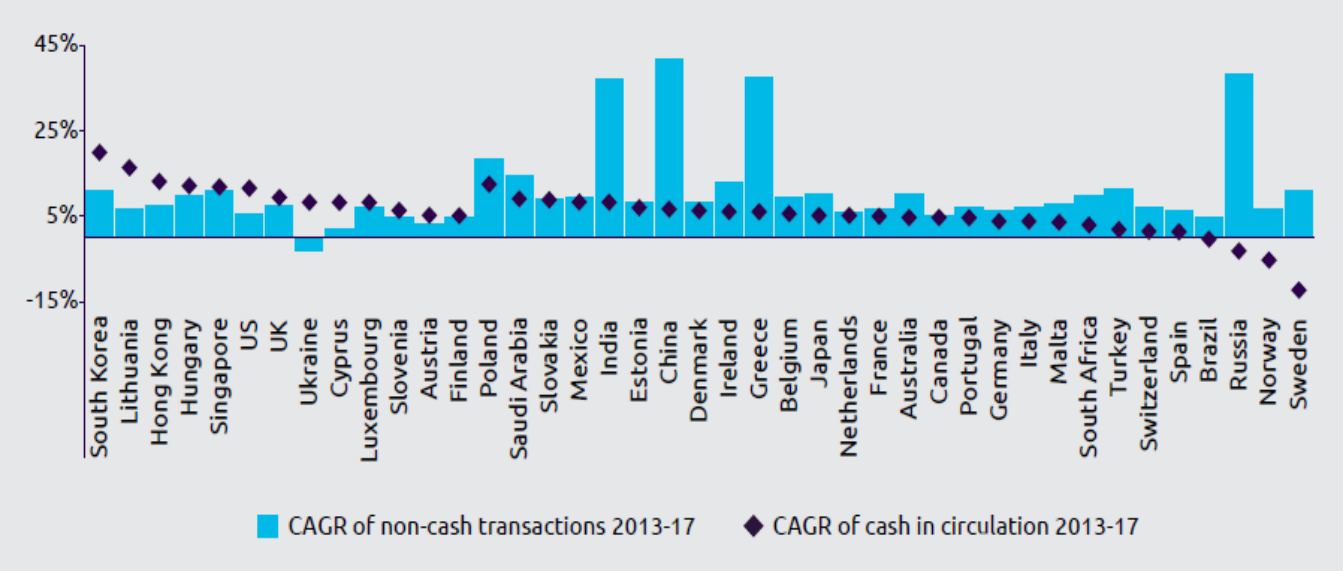


Figure 2. Growth of cash in circulation vs non-cash transactions, by country, 2013-2017 [11]

For example, even though the government of India forwards the modification in payment system towards cashless, still many citizens living in rural arias lack facilities and therefore prefer using cash as a payment method. If we look at the cases of Norway and Sweden, growth of cashless payments in these countries impelled the amount of cash payment growth to decrease by insurmountable amounts.

When we observe the case of Azerbaijan, growth of cash circulation was declining in 2008 and 2009 [12], we would assume that it was due to financial crisis present at that time. Citizens' income downsized and consumption decreased therefore the demand for money and cash declined. The growth of cashless

payment also plummeted because of the reason mentioned above. There was a significant decrease in the growth of cash circulation in 2014 and 2015, which can be attributed to the two consequent devaluations of manat in the country, which lost over 33% against the dollar exterminating household savings. People tried to hoard cash having a precautionary motive: Central Bank's contradictory announcements about floating exchange rate and then new price of manat impelled distrust in banking sector and state, which lead to the panic.

In 2017 and 2018 many emerging countries experiences high volatility in their currencies and depreciated against dollar. This in part was because US interest rates rose provoking people in the world to supply their country's currency for dollar-denominated US bonds. However,

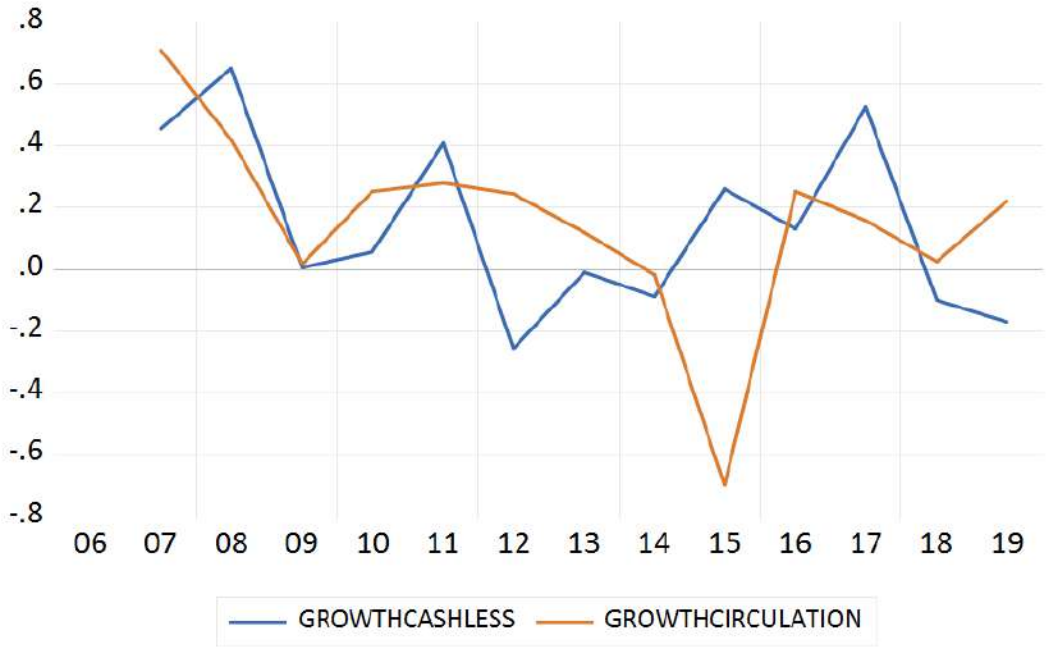


Figure 3. Growth of cash in circulation vs cashless transactions, Azerbaijan, 2006-2019, https://www.cbar.az/page-33/cash in circulation

Azerbaijani manat's value stayed the same consequential to Central Bank's interventions to preclude volatility. This was enabled owing to oil price increase and influx of dollars to government's treasury. The growth of cashless payments was increasing at that time, while growth in circulation was decreasing. As we can see, growth of cashless payments and cash in circulation are not correlated: even if cashless payments are increasing, cash in circulation is still present. If we run a correlation test in Eviews, we can see that the correlation coefficient is 0.247713 and p-value of the correlation is 0.4145, which is above 0.05 and is statistically insignificant.

Absorptive capacity

A term absorptive capacity theory was introduced by Cohen and Levinthal and meant the ability of the organization to recognize the merit of new external information, adapt it and apply it in different fields.[13]

Organization assimilates external information and converts it to a new organizational internal knowledge. Cohen and Levinthal argued that organizations with high

absorptive capacity have the ability to scan external environment, identify the important experience and implement it in organization's functioning. Organization not only pursues research and development for the creation of new knowledge, but also application of knowledge, elaborated outside of it and interface between individuals in organization who are involved in learning process. Absorptive capacity, from their perspective, is dependent on organization's background knowledge: possession of a very narrow, focused background knowledge results in a situation where the new knowledge will be rejected and thought of as unnecessary for the organization's activity. Prior knowledge is crucial to immerse and maneuver new knowledge.[14] However if the background knowledge is multifarious, it will positively influence absorptive capacity of an organization: new external information can be accepted as relevant and restrain with the background knowledge.

Literature review

David J Teece discussed that absorptive capacity theory pointed out the dependency of organization's competency on absorption of technologies, knowledge and other non-material assets from external environment.[15] This external information facilitates differentiation of competition in organizations in many fields.

In his studies, Robert M. Grant analyzed how firms accommodate and integrate professional knowledge to its members and uses the theory of absorptive capacity to explain person's ability to adjoin new knowledge to incumbent one. [16] Fu suggested that foreign direct investment in any host country due to absorptive capacity comes out very beneficial for it.[17] V. Olajide suggests that commencement of cashless payments in Nigeria due to absorptive capacity will catalyze positive externalities and a chance to create new infrastructure. [18]

According to the study of Singh and Dyer, companies form alliances with other organizations, learn from them and then apply this new knowledge to enhance competitive advantage. [19] Mannerfelt, Mellberg and Tunbjork analyzed which variables and innovations led to the considerable increase in cashless payment method in Swedish financial market using absorptive capacity theory along with other to demonstrate the results. They suggested that in order to fully apply cashless payments society necessitates a change in promptness to change and improve.[20]

The application of the theory of Absorptive capacity in a framework of payments methods in Azerbaijan is utilized to explain how consumers are able to assimilate and digest the new developing technology of cashless payments. To embrace cashless payments as a new technology, we first look at the absorptive capacity of Azerbaijani society. To evaluate whether Azerbaijani consumers have high absorptive capacity we need to look at ability to reveal the value of new external knowledge, the ability to assimilate new external knowledge, the ability to diffuse new information in organization.

The data for study was taken from World Value Survey [21] and Knoema Enterprise Data Solutions [22]. To address the ability to grasp and reveal the value of new external knowledge we analyze the values.

Researchers created a survey and we have taken some questions that are useful in our study. We first explore the ability to reveal the value of new external knowledge.

1. Because of science and technology, there will be more opportunities for the next generation.

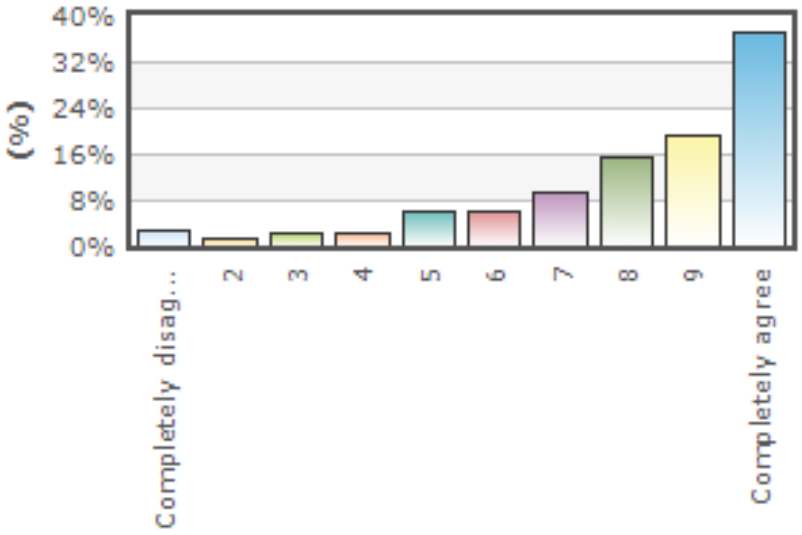


Figure 4. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp

The mean answer is 8.10, and the highest 36.8% of answers of responders is “completely agree” on a scale of 10/10. This suggests that people acclaim knowledge and are ready to accede new technology that may also be in the form of cashless payments.

2. Because of science and technology, there will be more opportunities for the next generation.

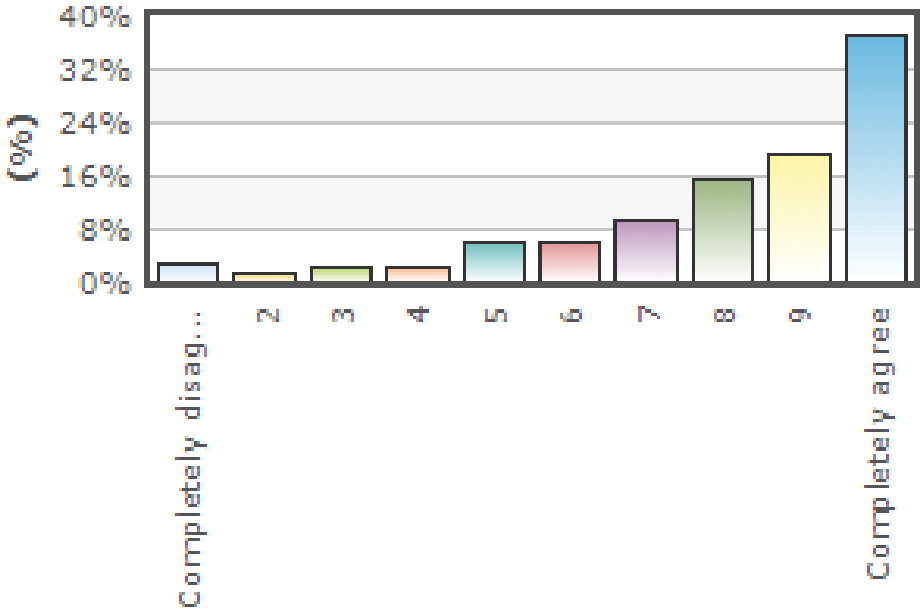


Figure 4. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp

The mean answer is 8.10, and the highest 36.8% of answers of responders is "completely agree" on a scale of 10/10. This suggests that people acclaim knowledge and are ready to accede new technology that may also be in the form of cashless payments.

3. It is important to this person to think up new ideas and be creative

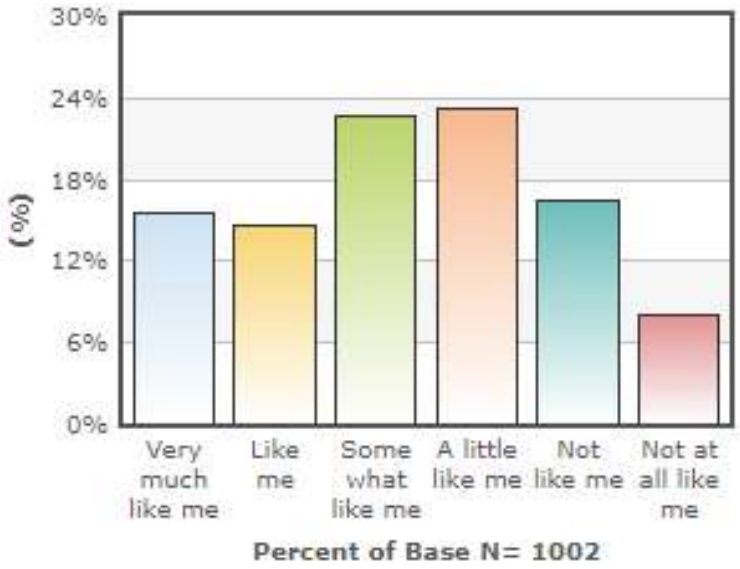


Figure 5. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp

The highest percentage of answers is between "somewhat like me" (22.6%) and "a little like me" (23.1%), showing that people are ready to be creative, accept, and value new ideas.

4. Science and technology are making our lives healthier, easier, and more comfortable

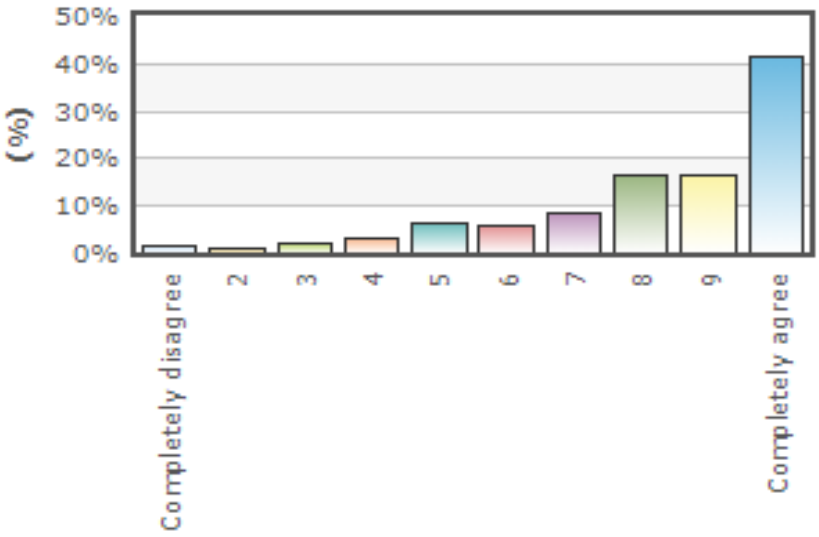


Figure 6. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp

The mean answer to this question by responders is 8.10, and the highest 41% of answers of responders is "completely agree "on a scale of 10/10.

5. The world is better off, or worse off, because of science and technology

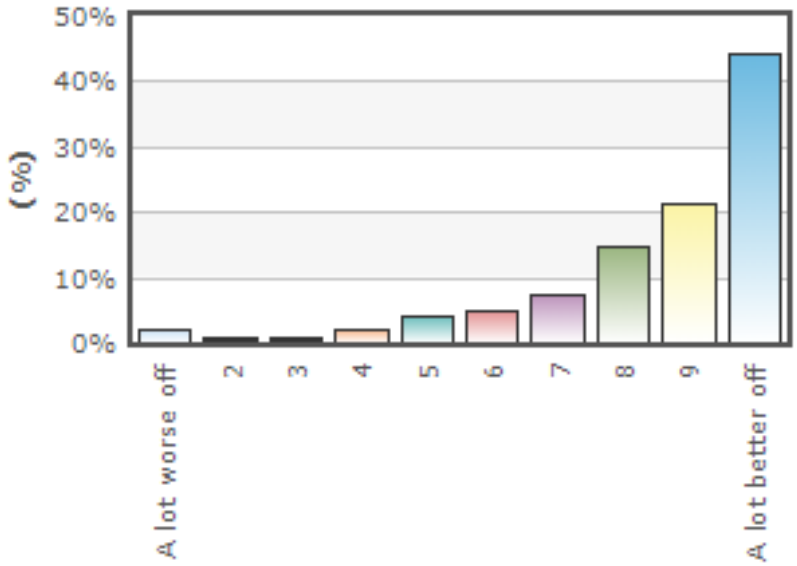


Figure 7. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp

49% of responders answered, "a lot better off, mean answer is 8.56 from the scale of 10/10. From the previous analysis, we can conclude that the answers advocate the ability to accept new external information in the form of technology and innovation is high. In general, the ability to accept new external information in the form of cashless payments system, which is a technological innovation, is at the medium level. However, it is not at a very high level, which justifies why we often see many people congregating near ATMs longing towards extricating cash and use it in payment process as an alternative to cashless payments.

Next, we analyze the ability to assimilate new external knowledge and accordingly explore Research and Development expenditure as a share of GDP- the public and private expenditure on innovational work in basic, applied and experimental research to boost up knowledge and to use it for new applications.

Figure 8. R&D expenditure as a share of GDP in Azerbaijan, https://knoema.com/atlas/Azerbaijan/topics/Research-and-Development/RandD-Expenditure/RandD-expenditure-as-a-share-of-GDP [23]

Through 1998-2018 period expenditure on Research and Development has followed a declining trend which can be applied to the notion that the ability to congregate new external knowledge. Looking from this angle, the ability is very low considering the fact that Research and Development is a way to find and gather new knowledge. This in mind, we can also conclude that having high expenditures on R&D may also contribute to the high ability to diffuse new information and to use knowledge for new applications. Hence, this ability is also low in our country.

Conclusion

At present innovative technologies occupy a very substantial place in every person's life. One cannot imagine life without technologies, which continuously upgrade every day and even every hour. Electronic devices, gadgets, internet are present in every sphere of human's life starting from moral, political and economic. Cashless payments also constitute improved innovative step in financial system of every country. In some countries the growth of cashless payments

decreases cash circulation in economy, while in some countries like Azerbaijan this is not the case. The theory of absorptive capacity studies if and at what level organizations have the ability to appreciate and reveal the value of new external knowledge, to gather new technological knowledge and diffuse new knowledge to its members and participants outside of it. Implementing this theory into our analysis we conclude, that if society has a high absorptive capacity, then cashless payments will be easily accepted as a new payment method since it is a new technology and knowledge. Having examined all features and applying them to Azeri society, we observe that our consumers do not have high absorptive capacity level

and hence, cashless payments as means of disbursement are still not in a highly developed stage like in for example some countries like UK, Sweden, Germany, Singapore, Russia etc. In addition, the amount spend publicly and privately on Research and Development is negligible. In order to enlarge the amount of transactions using cashless method of payment, Azerbaijan needs to enhance absorptive capacity via increase in Research and Development, more dissemination of knowledge about the innovative technology of electronic payments and enlightenment on how to use it. If this will be the case, then cashless payments will enlarge more, cash in circulation will lessen leading to lower shadow economy,

References

1. [1] Paul A, Friday O. Nigeria' s cashless economy : the imperatives. Int J Manag Bus Stud 2:31–36, 2012
2. [2] Bernardo Bátiz-Lazo, Leonidas Efthymiou. The Book of Payments: Historical and Contemporary Views on the Cashless Society. Palgrave Macmillan, p. 97, 2016.
3. [3] Ibid, p. 98
4. [4] Armey LE, Lipow J, Webb NJ. The impact of electronic financial payments on crime. Information Economics and Policy 29 p. 29:46–57, 2014
5. [5] EY, Reducing the Shadow Economy through Electronic Payments, EYGM Limited, p.73, 2016
6. [6] Mukhopadhyay, Bappaditya: Understanding cashless payments in India, Financial Innovation, ISSN 2199-4730, Springer, Heidelberg, Vol. 2, Iss. 27, p.3, 2016
7. [7] Bolt W, Humphrey DB, Uittenbogaard R. Transaction pricing and the adoption of electronic payments: A crosscountry comparison". Int J Central Bank 4(1):89–123, 2008
8. [8] Zandi M, Singh V, Irving J. The Impact of Electronic Payments on Eonomic Growth. https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/corporate/media/moodys-economy-white-paper-feb-2013.pdf
9. [9] Moody's Analytics, The Impact of Electronic Payments on Economic Growth, p.7-8, 2016
10. [10] Niklas Arvidsson. Building a Cashless Society: The Swedish Route to the Future of Cash Payments. Springer, p. 42, 2019
11. [11] Capgemini Research Institute, World Payments Report 2019, p.38
12. [12] https://www.cbar.az/page-33/cash-circulation
13. [13] A., Cohen Wesley M. &Levinthal Daniel. 1990. "Absorptive capacity: A New Perspective on Learning and Innovation." *Administrative Science Quarterly* 128-152.
14. [19] Jeffrey H. Dyer and Harbir Singh, The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Inter organizational Competitive Advantage, The Academy of Management Review, Vol. 23, No. 4, pp. 660-679, 1998
15. [20] Mannerfelt, Mellberg and Tunbjork, Factors considered by financial entities in a world moving towards electronic payment, Lund University, pp. 55-56, 2010
16. [21] http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp
17. [22] https://knoema.com/atlas/Azerbaijan/topics/Research-and-Development
18. [23]https://knoema.com/atlas/Azerbaijan/topics/Research-and-Development/RandD-Expenditure/RandD-expenditure-as-a-share-of-GDP